

El observatorio: una herramienta para el sector social, cooperativo y solidario en la región del Tolima, Colombia

Miguel Ángel Rivera-González*, Edicson Rubiano-Aranzales**

Resumen

Propósito: el presente artículo trata de dar cuenta de un observatorio como herramienta para el sector social, cooperativo y solidario en el departamento del Tolima, Colombia. **Descripción:** el observatorio, como una herramienta para el sector social, cooperativo y solidario, se crea teniendo en cuenta que la región del Tolima tiene organizaciones que desarrollan actividades para beneficio colectivo o social y que su único propósito es el mejoramiento de las condiciones de vida de sus cooperados o de las comunidades. Estas organizaciones y sus actividades dan razones para la creación del observatorio, que debe propender por procesos continuos de educación, formación, asistencia técnica e investigación, de forma que se cuente con mejores estándares de cohesión, integración, articulación, visibilización, productividad, competitividad, innovación y emprendimiento. **Punto de vista:** la ausencia de información para tomar decisiones y generar acciones colectivas es uno de los factores que impide reconocer el quehacer de las organizaciones en el medio y en el entorno. **Conclusiones:** si bien es cierto que un observatorio tiene muchas características, es necesario pensarlo en el contexto de una red en la que el trabajo colaborativo sea el eje fundamental de una construcción basada en aspectos como la multiculturalidad y la multidisciplinariedad.

Palabras clave: desarrollo, formación, investigación, observatorio, promoción.

* Magíster en Administración con énfasis en Finanzas Corporativas. Profesor investigador, programa de Contaduría Pública, Universidad Cooperativa de Colombia, Ibagué, Colombia.

Correo electrónico:

miguel.rivera@campusucc.edu.co

** Especialista en Gerencia de Proyectos. Profesor, programa de Derecho, Universidad Cooperativa de Colombia, Ibagué, Colombia.

Correo electrónico:

edicson.rubianoa@campusucc.edu.co

Recibido: 17 de enero del 2016

Aceptado: 31 de mayo del 2016

Cómo citar este artículo: Rivera-González, M. Á., y Rubiano-Aranzales, E. (2016). El observatorio: una herramienta para el sector social, cooperativo y solidario en la región del Tolima, Colombia. *Cooperativismo & Desarrollo*, 24(109), xx-xx. doi: 10.16925/co.v24i109.1510

Observatories: a tool for the social, cooperative, and solidarity sector in the region of Tolima, Colombia

Abstract

Purpose: This article seeks to give an account of an observatory as a tool for the social, cooperative, and solidarity sector in the department of Tolima, Colombia.

Description: The observatory was created as a tool for the social, cooperative, and solidarity sector, taking into account that in the region of Tolima there are organizations that develop activities for collective or social benefit and whose sole purpose is to improve the living conditions of the collaborators or communities. These organizations and their activities led to the creation of the observatory, which advocates for continuous processes of education, training, technical assistance, and research. This is so that higher standards of cohesion, integration, coordination, visibility, productivity, competitiveness, innovation, and entrepreneurship may be attained. **Viewpoint:** The lack of information to make decisions and generate collective action is one of the factors preventing the work of organizations within and around particular environments from being recognized. **Conclusions:** While it is true that an observatory has many features, one must think of it in the context of a network where collaborative work is the cornerstone of construction based on aspects such as multiculturalism and a multidisciplinary approach.

Keywords: development, training, research, observatory, promotion.

O observatório: uma ferramenta para o setor social, cooperativo e solidário na região de Tolima, Colômbia

Resumo

Propósito: o presente artigo tenta explicar um observatório como ferramenta para o setor social, cooperativo e solidário no departamento de Tolima, Colômbia. **Descrição:** o observatório, como uma ferramenta para o setor social, cooperativo e solidário, cria-se levando em consideração que a região de Tolima tem organizações que desenvolvem atividades para benefício coletivo ou social e que seu único propósito é a melhoria das condições de vida de seus cooperados ou das comunidades. Essas organizações e suas atividades dão razões para a criação do observatório, que deve propender por processos contínuos de educação, formação, assistência técnica e pesquisa, de forma que se conte com melhores padrões de coesão, integração, articulação, visibilidade, produtividade, competitividade, inovação e empreendimento. **Ponto de vista:** a ausência de informação para tomar decisões e gerar ações coletivas é um dos fatores que impede reconhecer o trabalho das organizações no meio e no ambiente. **Conclusões:** Embora seja certo que um observatório tem muitas características, é necessário pensar no contexto de uma rede na qual o trabalho colaborativo seja o eixo fundamental de uma construção baseada em aspectos como a multiculturalidade e a multidisciplinariedade.

Palavras-chave: desenvolvimento, formação, pesquisa, observatório, promoção.

Introducción

Las organizaciones sociales y solidarias en la región del Tolima que, siendo de iniciativa privada, desarrollan actividades para beneficio colectivo o social y buscan el mejoramiento de las condiciones de vida de los asociados y de las comunidades carecen de procesos de integración, articulación y visibilización. Como ejemplo de ellas, tenemos el conjunto de organizaciones de economía solidaria y las organizaciones solidarias de desarrollo. Debido a dicha carencia, este estudio consiste en la creación de un observatorio como herramienta para el sector social, cooperativo y solidario en el departamento. La ausencia de información para tomar decisiones y generar acciones colectivas es uno de los factores que oculta el quehacer de las organizaciones sociales, cooperativas y solidarias en el medio y en el entorno. Es claro que la educación y la formación son procesos que permanentemente deben llevar a cabo las organizaciones solidarias; sin embargo, no hay aún un criterio unificado de la importancia de lo urgente. La ausencia de información, dada en datos cualitativos y cuantitativos, sobre hechos reales del sector solidario no ha permitido el acercamiento entre la academia y las empresas, lo que hace indispensable que el referente estadístico-investigativo ofrezca una estrategia de visión, integración y cohesión, entre otras.

El departamento del Tolima está conformado por 47 municipios, 30 corregimientos y 217 inspecciones de policía, así como por numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en 30 círculos notariales, con un total de 36 notarías; un círculo principal de registro con sede en Ibagué y 11 oficinas seccionales de registro con sede en los municipios de Ambalema, Armero, Cajamarca, Chaparral, Espinal, Fresno, Guamo, Honda, Líbano, Melgar y Purificación; un distrito judicial, Ibagué, con 9 cabeceras de circuito judicial en Ibagué, Chaparral, Espinal, Fresno, Guamo, Honda, Lérica, Líbano, Melgar y Purificación.

La economía del departamento del Tolima está sustentada por las actividades agropecuarias, los servicios y la industria. La agricultura está altamente tecnificada e industrializada. Los principales productos son arroz, ajonjolí, sorgo, café, algodón, caña panelera, soya, maíz, tabaco, yuca y frutas. La ganadería es principalmente vacuna, también son importantes la crianza de porcinos y la pesca fluvial. Los servicios son comerciales, de transporte y de comunicaciones. La industria se concentra en la producción

de alimentos, bebidas, jabones, textiles, cemento y algunos materiales para construcción. La minería está poco desarrollada, aunque se extrae petróleo y se explota oro en algunas zonas (Gobernación del Tolima, 2006).

En el departamento del Tolima no se encuentran observatorios de economía social y solidaria, por eso se hace importante este documento. Según el último informe de la Confederación de cooperativas (Confecoop), la región cuenta con 134 cooperativas, 52 fondos de empleados y 1 asociación mutual con alrededor de 135.984 asociados (Confecoop, 2014). Los tipos de organizaciones solidarias pertenecen a los subsectores de agricultura, comercio, transporte, financieras, salud, entre otros. El cooperativismo se encuentra presente en 25 de los 47 municipios de departamento del Tolima (Confecoop, 2012b). No existen datos estadísticos recientes de las organizaciones sociales, en especial las de desarrollo solidario (asociaciones, fundaciones y corporaciones). Por tal razón, las organizaciones solidarias y sociales necesitan, de manera imperativa, lineamientos para resaltar la importancia de estos sectores en promoción, desarrollo e investigación.

El porqué y el para qué: el observatorio

En el Departamento del Tolima, el sector de la economía solidaria tiene más de 60 años de antigüedad, lo que hace que la dinámica social y económica esté permeada por organizaciones sociales, cooperativas y solidarias. Analizar el sector cooperativo y solidario nos permite ver cuáles de sus subsectores (de servicios, financiero, transporte, consumo, producción, agropecuario, agroindustrial, piscícola, de educación, de vivienda, entre otros) ha tenido un mayor auge. Se supone que debería ser el sector agropecuario, teniendo en cuenta que este ocupa el 70% de la dinámica económica de la región; sin embargo, no es así. El subsector financiero cooperativo es el que, por antigüedad y desarrollo, se ha consolidado, es el que más presencia tiene en lo social y económico, el que más activos tiene, el que más genera excedentes y más cooperados tiene. Además, sus beneficiarios son innumerables, teniendo en cuenta que una de sus iniciativas es elevar el nivel de vida de los asociados.

De acuerdo con esta premisa, y teniendo en cuenta que en la región existen diversas organizaciones que soportan el sector social y solidario (como las entidades sin ánimo de lucro), es necesario articular y conjugar, a través de un observatorio, elementos

fundamentales como la educación, la formación y la asistencia técnica para ofrecerlas a cada una de las personas que hacen parte de este sector de la economía. Por esta razón, la creación del observatorio sería una herramienta fundamental que impulse la promoción, el desarrollo y la investigación (especialmente hechos por la triada conformada por Universidad, Estado y organización) que generen hechos concretos en torno a la movilidad, la visibilidad, la importancia y la visión conjunta del conglomerado de organizaciones que hacen mucho por sus asociados, y por la comunidad en general, y que demuestran una gran debilidad en cuanto a la integración y la articulación.

La creación del observatorio es una necesidad para la región del Tolima debido a que no existe una organización que en su conjunto direcciona tantas de las actividades que constituyen el sector social, cooperativo y solidario. Igualmente, es necesaria para fortalecer y visibilizar las experiencias de las organizaciones del sector, lo que serviría como una alternativa para generar alianzas estratégicas entre las organizaciones.

El observatorio tiene como propósito la promoción, el desarrollo y la investigación de la economía social, cooperativa y solidaria entendida como estándar de progreso económico con cohesión social. El observatorio contribuye al desarrollo sostenible identificando los actores; cuantificando sus principales componentes; actualizando periódicamente sus principales datos; contribuyendo a la formación de los directivos; colaborando con iniciativas de innovación empresarial; promoviendo estudios e investigaciones sobre la economía social, cooperativa y solidaria; evaluando el sector; e identificando y difundiendo los casos de buenas prácticas, el emprendimiento y la generación de empleo.

El observatorio se pretende crear con un compromiso con la comunidad Tolimense, el sector social y solidario. Él debe concentrar sus esfuerzos en el progreso del conocimiento, debe contribuir a un mayor desarrollo de la economía social, cooperativa y solidaria de la región, de sus empresas y organizaciones, de los valores y de los principios cooperativos. El observatorio nacería en la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué, la cual tiene como propósito articular esfuerzos conjuntos que respondan a las dinámicas sociales y económicas, a la construcción y difusión del conocimiento, y que apoyen el desarrollo competitivo de la región y el país a través de organizaciones sin ánimo de lucro.

Marco referencial

Joseph Thompson advierte la importancia del marco conceptual en la creación y operación de los observatorios. El autor señala que la observación es un modo de examinar la realidad, lo que implica claridad y mensurabilidad de los propósitos de la observación, de los criterios de comparación, de los elementos observables y de la manera de realizar la observación. Destaca la vinculación entre los fines de un observatorio y los conceptos que definen sus campos de observación, de los cuales se deben inferir los dominios o categorías específicas (Patiño y Peláez, 2006).

Natividad Enjuto advierte que el observatorio es un organismo creado por un colectivo con el fin de seguir la evolución de un fenómeno, normalmente de carácter social, desde una posición ventajosa. Indica también que existen diferentes tipos de observatorios: de carácter temático, sectorial, algunos promovidos por la administración, otros por organizaciones sociales o empresas, de cobertura nacional, autonómicos o locales (Enjuto, 2008).

Para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, un observatorio constituye el espacio en el que se recoge la opinión y el parecer de los actores directamente involucrados con la situación del fenómeno económico o social observado — lo que nos ofrece información cualitativa. Además, en él se trabajan los datos de carácter cuantitativo que ayudan en la definición y medición del fenómeno observado. La figura del observatorio lleva implícita la condición de que la unidad responsable de su operación sea confiable y creíble, ya que de esa unidad depende, no solo la pertinencia del procesamiento de datos cuantitativos, sino la recolección y análisis de opiniones, lo que exige independencia y transparencia (IICA, 2006).

Robert C. Wood propone que las políticas urbanas sean tratadas como un fenómeno científico y sometidas a la observación. El mismo autor define a los observatorios sociales como estaciones de campo, centros de información y áreas de monitoreo bajo la supervisión de los científicos y académicos (Frausto, Martínez y González, 2008).

Germán Rey dice que:

Los observatorios implican ideas relacionadas con la función de observar, y lo que realmente se ve es lo que existe desde un lugar que no es único ni definitivo, en realidad se trata de una interacción de lugares y

perspectivas diferentes en la que la ubicación de una información corresponde a un lugar de comprensión. Se observa, no en busca de una visión perfecta, sino que se reconoce la necesidad de diversas miradas para modular y comprender. Los observatorios reconocen su visión parcial, por lo que están abiertos a la confrontación con otras miradas, interactúan con otras observaciones que provienen de diferentes lugares, y existen por el juego de las perspectivas diferentes. Lo que se ve es mucho más de lo que pasa en, y por, los medios, por eso existe una profunda preocupación, en todas las experiencias analizadas, sobre cómo articular sus acciones con proyectos sociales y políticas más amplias. Los observatorios no solo se centran en la comunicación, sino que exploran temas estratégicos en los que un aspecto crucial está dado por la conexión entre la mirada y la acción. Esta última no está concebida como un fin en sí mismo, lo que supone que el observatorio no se limita a presentar los hechos sino que busca orientar la acción (Rey, 2003).

Para Rodrigo Prieto:

Todo observatorio busca dos propósitos elementales: por un lado, investigar —revisar, describir, caracterizar, evaluar, discutir, cuestionar, sugerir— los contenidos que aparecen en el espacio de observación pertinente a su área de interés; por el otro, informar a la comunidad de los hallazgos que ocurren en ese proceso. A menudo, ofrecen espacios abiertos a los aportes de otros interesados en conocer el tema que se está trabajando y, al mismo tiempo, en publicarlo en la Red. Los observatorios, entonces, constituyen un lugar de encuentro entre personas que comparten su interés por un determinado tema; con frecuencia se conforman como una versión acotada y especializada de las comunidades y foros (Prieto, 2003).

Jesús Husillos nos dice que el término observatorio es:

Fiel a su etimología latina (es una palabra que proviene de *observare*, que significa examinar o estudiar con atención, advertir o darse cuenta de una cosa, hacer notar o señalar, y la definición literal describe un lugar apropiado para hacer observaciones). Agrega el autor que el concepto evoluciona con dos enfoques diferentes: el primero, relacionado con almacenes de información y generación de informes, y el segundo, con formas más dinámicas sustentadas en la colaboración y que estimulan la comunicación y promueven

la reflexión. Husillos identifica tres tipos de observatorios, con distintos matices correspondientes a la evolución en el tiempo:

- Centro de documentación: es el concepto original, desde esta óptica el observatorio es una biblioteca dedicada a un tema específico, su misión es almacenar y clasificar información y documentación.
- Centro de análisis de datos: considera al observatorio como una herramienta de ayuda en la toma de decisiones, sus misiones principales son a) recoger, procesar y proporcionar información, y b) conocer mejor y comprender la temática en cuestión mediante estudios con la participación de expertos.
- Espacio de información, intercambio y colaboración: corresponde al concepto actual de observatorio, ya que se adapta a las ventajas de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), y sus misiones son: a) recopilar, tratar y difundir la información, b) conocer mejor la temática en cuestión, y c) promover la reflexión y el intercambio del conocimiento en red (Husillos, 2006).

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), en coordinación con otras instituciones, organizó, en Caracas, Venezuela, en noviembre del 2006, el Primer Taller El Observatorio como Herramienta para la Gestión de la Información y del Conocimiento, que entre sus conclusiones incluye que:

- *Los observatorios están destinados a captar, organizar, evaluar y procesar información para poder difundir conocimientos. Generar información es el compromiso de muchos y distintos actores y no necesariamente la función de un observatorio.*
- *Los productos de un observatorio pueden servir, al menos, para: a) caracterizar una situación o momento, b) apoyar la toma de decisiones coyunturales y c) formular escenarios a futuro (Angulo Marcial, 2009).*

“Para la creación de un observatorio es fundamental precisar los espacios de observación y delimitar qué información se requiere con relación a sus objetivos, además de tener muy claro qué se puede y qué se quiere hacer con esa información. De otro modo, será mayor el costo que el beneficio de la captación y almacenamiento de información y será escaso su valor instrumental en la generación de conocimiento útil para sus propósitos. Para entender y adaptarse a los cambios del

entorno es preciso —además de la exploración sistemática, profunda y continua de la información— revisar y analizar los resultados obtenidos en la toma de decisiones estratégicas y el impacto de su aplicación. Esto hace imprescindible identificar de manera precisa los requerimientos de información, seleccionar las fuentes más adecuadas, analizar rigurosamente los resultados y, sobre todo, transformarlos en un producto útil a nivel estratégico, como es el caso de los indicadores” (Rodríguez Salvador, 2007).

“La misión de un observatorio es vigilar y detectar lo que ocurre en su ámbito de actuación, y su valor agregado se sustenta en: 1) buscar la información, 2) discernir su relevancia, 3) organizarla de modo coherente y 4) presentarla de forma clara (Gobierno Vasco, 2008). Aunque no se logra aún un consenso sobre la definición del observatorio, sí existe una comprensión tácita del término que designa el conjunto de actividades y procedimientos destinados a identificar y evaluar aquella información que se produce en un contexto como mecanismo para generar evidencia útil para la toma de decisiones en un ámbito de competencia” (Superintendencia Nacional de Salud, 2007).

“La palabra observatorio solo se vuelve tema de moda en la última década, como lo advierte María Patricia Téllez, quien señala que diversas organizaciones sociales y académicas se han ocupado de crear espacios interdisciplinarios que posibiliten el seguimiento a distintos objetos de estudio” (Téllez, 2005).

Teniendo en cuenta las descripciones sobre observatorios, y de acuerdo con la importancia del estudio y la implementación de dicha herramienta en la región del Tolima, se consideran como las más adecuadas las definiciones aportadas por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y por Rodrigo Prieto.

Los observatorios como un modelo para fortalecer la economía social y solidaria en el mundo

El fin de conocer los observatorios de la economía solidaria determina propósitos comunes como fortalecer, colectivizar, integrar y visibilizar la importancia de las organizaciones de la economía social, cooperativa y solidaria en tanto que fórmula preponderante para el desarrollo de las comunidades y el fortalecimiento del tejido y la cohesión social. A continuación se muestra un panorama de los diferentes observatorios que existen en el mundo:

El Observatorio de Economía Social, Solidaria y Popular de la Universidad Mayor de San Marcos, Perú, es conceptualizado como:

una herramienta para el fortalecimiento y la visibilización de las experiencias y saberes de las organizaciones de las economías sociales, solidarias y populares, tales como cooperativas cafetaleras, cacaoteras, bananeras y de otros productos agrarios, vinculadas al comercio justo; comunidades de pueblos originarios; familias y asociaciones de artesanos y artesanas; bancos comunales; igualmente, se entiende como herramienta para visibilizar experiencias económicas de mujeres y jóvenes, comedores populares autogestionarios, entre otros. El observatorio se concibe también una estrategia para construir entendimientos comunes y tejer alianzas. Es, de igual modo, una forma de activar (poner de relieve) los debates sobre las economías sociales, solidarias y populares como economías diferentes al modelo de desarrollo hegemónico de economía de mercado capitalista vigente actualmente (Universidad Mayor de San Marcos, 2013).

La Universidad Mayor de San Marcos, Perú, cuenta también con un seminario que tiene como objetivo:

reflexionar y producir conocimientos sobre la problemática de la economía social, solidaria y popular; asimismo, tiene como objetivo la formación y el entrenamiento en el manejo de instrumentos teóricos y metodológicos relacionados con procesos de intervención para la economía social, solidaria y popular, además de ofrecer apoyo para el fortalecimiento de experiencias de gestión local en las que las organizaciones sociales, culturales, económicas y las instituciones públicas y privadas lleven a cabo procesos de construcción de formas de economía social, solidaria y popular (Universidad Mayor de San Marcos, 2014).

El Observatorio de la Economía Solidaria (OES, en España) es una asociación sin ánimo de lucro que tiene como finalidad el estudio, la investigación y la promoción de la economía solidaria como modelo de desarrollo económico basado en el respeto a la persona, con una perspectiva de desarrollo sostenible y como medio de cohesión social y territorial. El objetivo principal es profundizar en el estudio y la investigación de la economía solidaria y promover actividades para su desarrollo y aplicación al territorio. Este objetivo se traduce en la propuesta de herramientas, medidas y acciones concretas que ayuden a sensibilizar a la sociedad, el

mundo empresarial y las administraciones sobre la necesidad urgente de dirigirse a un sistema económico colaborativo, sostenible e integrador de todas las personas. En dicho sistema se debe impulsar la iniciativa privada, la creación de puestos de trabajo, el esfuerzo, la responsabilidad personal y social, y el acceso al conocimiento a todos, con lo cual se aporta herramientas y oportunidades a las personas más desfavorecidas. Para conseguirlo, se generan sinergias entre el mundo universitario, empresarial, las entidades sociales y las empresas de inserción, las cuales colaboran para desarrollar de líneas de acción básicas (El Observatorio de la Economía Solidaria OES, s.f.).

El Observatorio Iberoamericano del Empleo y la Economía Social y Cooperativa (Oibescoop) se crea en el seno del Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa Iudescop de la Universitat de Valencia (España), con la colaboración de la Fundación Iberoamericana de la Economía Social (Fundibes), el Ciriec-España y la Universidad de Chile. El Oibescoop nace con el propósito de contribuir al desarrollo sostenible y a la creación de empleo y riqueza, así como para impulsar la vertebración teórica y práctica de un espacio común de la Economía Social en Iberoamérica, España y Portugal.

El Oibescoop se proclama independiente, plural y comprometido con los valores propios del cooperativismo y de la Economía Social. Respetando a todas las teorías y creencias y al rigor científico, se propone:

- *Identificar la Economía Social a través de sus actores, estableciendo una rigurosa delimitación teórica de su ámbito a partir de un núcleo identitario común.*
- *Cuantificar la Economía Social a partir de sus principales componentes, actualizando periódicamente sus principales datos.*
- *Establecer foros de debate entre teóricos y prácticos de la Economía Social.*
- *Contribuir a la formación de directivos empresariales.*
- *Colaborar con los poderes públicos y las organizaciones representativas de la Economía Social en las iniciativas empresariales locales y regionales.*
- *Promover estudios e investigaciones sobre la Economía Social iberoamericana.*
- *Evaluar la Economía Social, identificando y difundiendo los casos de buenas prácticas empresariales y la contribución a la creación de empleo y al bienestar social.*
- *Difundir periódicamente en el entorno todas las informaciones relevantes sobre la Economía Social iberoamericana e internacional. (Oibescoop, s. f.)*

El Observatorio del Sector Cooperativo Paraguay (denominado OBSECOOPY, en la Confederación Paraguaya de Cooperativas — Conpacoop) tiene como principal objetivo:

Crear un ámbito permanente de observación estadística, así como la investigación de temas y difusión de la situación del sector cooperativo en Paraguay. Profundizando en los datos obtenidos en el Censo Nacional de Cooperativas del 2012 (CNC 2012), se pueden visualizar de forma detallada los aspectos socioeconómicos de las cooperativas con especial importancia de un nuevo factor, la visualización territorial, que ofrece una visión expandida de la realidad cooperativa (Conpacoop, 2014).

La asociación privada Trinijove, dedicada a ofrecer servicios de formación, inserción y medio ambiente, y la Asociación Protectora de Minusválidos Psíquicos de Lleida (ASPROS), en colaboración con la Universidad catalana Abat Oliva, han puesto en marcha el Observatorio de Economía Solidaria, una entidad que trabajará por la inserción social y laboral desde el mundo universitario. Esta nueva “herramienta” pretende fomentar el estudio y promocionar la economía solidaria como “un modelo alternativo de desarrollo sostenible”, según palabras del director de Trinijove, Ignasi Parody. El Observatorio, añade, pretende “investigar a nivel jurídico para proporcionar instrumentos que permitan a las administraciones desarrollar medidas que fomenten la economía solidaria” y formar a emprendedores en este ámbito (Fundación Erosky, 2005).

El Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo del Ecuador (OESCJ) es un espacio académico para generar información, reflexión y debate sobre la Economía Solidaria y el Comercio Justo, mediante la gestión, investigación y vinculación con la sociedad, a fin de contribuir al desarrollo integral del ser humano, la inclusión, reducción de la pobreza, y el respeto a la naturaleza. Tiene por misión contribuir a la permanente construcción y fortalecimiento del Comercio Justo y la Economía Solidaria en el Ecuador en los ámbitos de producción, agregación de valor, distribución y consumo a través de la investigación, análisis, generación y promoción de políticas y acciones públicas que se originen en el país desde entidades públicas y organizaciones de la sociedad civil, así como en el resto del mundo (OESCJ, 2015).

El Observatorio Español de la Economía Social se crea en el seno de la asociación científica independiente CIRIEC-España, con el apoyo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y del Instituto Universitario de

Economía Social y Cooperativa de la Universidad de Valencia (Iudescop), de las entidades representativas y grupos empresariales de la Economía Social española y de la Red Enuies de institutos y centros universitarios de investigación en Economía Social.

El Observatorio que ahora se presenta nace con un triple objetivo: identificar, cuantificar y evaluar.

- Identificar la Economía Social, estableciendo una rigurosa delimitación teórica de su ámbito que permita saber quiénes la componen a partir de un núcleo identitario común.
- Cuantificar la Economía Social a partir de sus principales componentes, es decir, cuántos son, dónde están, cómo han evolucionado y qué importancia tienen, actualizando periódicamente sus principales datos.
- Evaluar la Economía Social: qué problemas de relevancia económica y social resuelven, cómo contribuyen a la creación y distribución de riqueza y al bienestar social.

El Observatorio, desde una firme autoexigencia de independencia y rigor científico, nace con una clara vocación de compromiso con la sociedad y la Economía Social. Todos los esfuerzos del Observatorio están encaminados al progreso del conocimiento que permita un mayor desarrollo de la Economía Social, de sus empresas y organizaciones y de los valores que le son propios de democracia, solidaridad, equidad, responsabilidad y vocación sociales (Observatorio Español de la Economía Social, 2014).

El modelo del Observatorio Español de la Economía Social es el que se asemeja a las necesidades interpretativas, por sus características, con los propósitos que persigue la implementación del observatorio de la región del Tolima.

Los observatorios como un modelo para fortalecer la economía social y solidaria en Colombia

El Observatorio de la Economía Solidaria (OES) de la Universidad Santiago de Cali es una herramienta cuyo objetivo es profundizar en el estudio, la investigación y la promoción de la Economía Social y su aplicación en el territorio colombiano. El OES quiere ser un instrumento que dé respuesta a demandas y necesidades no satisfechas del sector, como son la formación universitaria específica de información estadística, la investigación y publicación de datos reales de la situación de la Economía Solidaria y las empresas involucradas, la visualización del trabajo

realizado y la comercialización y venta de productos y servicios en red que potencie la productividad de las mismas y las haga autosuficientes. En consecuencia, se trata de un proyecto de carácter abierto, colaborativo y auto-gestionado, es decir, su puesta en práctica implica crear una red de comunicación orientada al flujo de información pertinente. Esto implica establecer convenios de colaboración con instituciones que acopien, centralicen, sistematicen y provean información del Sector Solidario en cada una de las regiones que componen el territorio nacional. A partir de tales propósitos generales y desafíos de implementación, el proyecto OES buscará transformarse en una instancia de apoyo y asesoramiento con el objeto de potenciar las capacidades de gestión y los derechos que promueve como sector la economía solidaria (Rebolledo & Orejuela, 2011).

Dentro de los ejes estratégicos de la Confederación de Cooperativas de Colombia (Confecoop) se encuentra la promoción del desarrollo cooperativo, y uno de los principales objetivos de la Cofecoop es la elaboración de documentos de análisis que sirvan como herramienta a las cooperativas para la toma de decisiones. En este orden de ideas, Confecoop pone a disposición del sector el Observatorio Cooperativo, una publicación virtual con documentos de análisis elaborados por la Confederación que, basada en información de tipo económico o jurídico, muestran la realidad, evolución y perspectivas de las cooperativas en Colombia (Confecoop, 2012a).

En 1998 la crisis fiscal y económica del Valle del Cauca planteó la necesidad de hacer análisis acerca de sus causas y características. Se comenzaron a realizar una serie de reuniones entre los técnicos de las entidades públicas, privadas y gremiales de la región, en las que se planteaban las inquietudes sobre la situación que estaba viviendo el Departamento, pero, ante todo, se hablaba de la necesidad de buscar un mecanismo para dilucidar sus causas y efectos, así como plantear posibles alternativas. Paralelamente, en otras regiones del país se había iniciado el proceso de formación de Observatorios Económicos, lo cual reiteró la importancia de la formación de un Observatorio propio en el Valle del Cauca. Es así como, con un espíritu investigativo común y una convergencia de voluntades de las entidades en mención, se dio vida al Observatorio Económico y social del Valle del Cauca, creado en 1999 como grupo Interinstitucional con el ánimo de aunar y coordinar esfuerzos que se venían realizando de manera independiente, aislada y segmentada en materia de coyuntura económica regional y para crear una base conjunta que permitiera hacer

investigación sobre aspectos específicos de la realidad de Cali y el Valle del Cauca (Observatorio Económico y social del Valle del Cauca, 2013).

Observatorios en la región del Tolima

El departamento del Tolima cuenta con dos observatorios. Uno de ellos es el Observatorio Laboral y Ocupacional del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el cual:

Vigila el comportamiento de las ocupaciones a nivel nacional, desde de diversas fuentes de información del mercado laboral. Su objetivo es proveer información a nivel nacional para orientar la adopción de acciones de formación, emprendimiento y empleo.

Entre sus servicios ofrece datos estadísticos del comportamiento y las tendencias ocupacionales colombianas. Desde la Agencia Pública de Empleo APE, suministra información para el análisis laboral y ocupacional para la pertinencia de la formación, así como publicación y actualización de la clasificación nacional de las ocupaciones.

Por otra parte, proporciona información sobre las ocupaciones que se desarrollarán en el país, mediante la publicación de proyectos de inversión nuevos o en expansión que se desean desarrollar a futuro en las regiones y en sectores de construcción, energético, minero, industria, comercio y servicios (SENA, 2013).

El otro observatorio con el que cuenta el departamento del Tolima es el observatorio del Empleo y Recursos Humano del Tolima, el cual es:

Un mecanismo de integración y concertación articulado por una red de organizaciones en representación del sector público, de los empresarios y de los trabajadores, encargado de coordinar los diferentes aspectos relacionados con el sistema de información sobre el mercado laboral. Se constituyó en diciembre de 1998 y tiene como promotoras las siguientes instituciones: Gobernación del Tolima, Cámara de Comercio de Ibagué, Asociación para el Desarrollo del Tolima, Universidad del Tolima, Alcaldía de Ibagué, Ministerio del Trabajo y Seguridad Social, SENA Tolima, Centro de Productividad del Tolima y la Universidad de Ibagué (Coruniversitaria). A su vez, cuenta con un grupo representativo de entidades de apoyo logístico y técnico. El Observatorio se ocupa de coordinar el sistema de Monitoreo del mercado laboral del Tolima y sirve como organismo asesor de los sectores público y privado en la

evaluación y diseño de políticas de promoción de empleo, ingresos, de formación y desarrollo de los recursos humanos de la región (Observatorio del empleo y recursos humanos, 2013).

Economía social, cooperativa y solidaria

Por economía solidaria se ha entendido aquella franja o sector de la economía nacional que coexiste con la economía estatal y la propiamente privada o capitalista. Algunos futuristas predicen que, si se aplica radicalmente el modelo neoliberal, en poco tiempo existirán solamente dos sectores de la economía, el privado y el solidario, puesto que todas las empresas del Estado se habrán privatizado.

En Europa, y en general en el mundo capitalista, no se utiliza el término economía solidaria, sino economía social. Cuando se trata de precisar qué comprende este sector de la economía surgen varias interpretaciones que podrían sintetizarse así:

- *Empresas del Estado, o sector público, las entidades del sector cooperativo y las sociedades mutuales.*
- *La interpretación según la cual la economía social engloba las empresas del Estado, o sector público, las entidades de naturaleza cooperativa, las sociedades mutuales, las sociedades comerciales (anónimas) de propiedad, o que estén bajo control de las cooperativas, de obreros, o de asociaciones gremiales. Todas aquellas formas asociativas solidarias y de ayuda mutua que se conocen como economía colectiva o de interés general.*
- *Concepción según la cual la economía social comprende las entidades de naturaleza cooperativa y empresas auxiliares, las organizaciones de movimiento mutualista, otras formas asociativas solidarias y de autoayuda con fines económicos.*

En Colombia, el sector solidario se acomoda a la tercera interpretación por cuanto se entiende como conjunto de entidades del sector cooperativo, los fondos de empleados, las organizaciones mutuales y todas aquellas otras entidades solidarias de propiedad de sus propios usuarios, sin ánimo de lucro y de gestión democrática (Quijano & Reyes, 2004, pp. 13-14).

Luis Razeto, uno de los estudiosos más importante de Latinoamérica en cuanto a formas asociativas y solidarias, nos brinda otra definición de economía solidaria:

La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternati-

vas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo.

El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad (Razeto, s.f.).

En otras concepciones se dice que la economía social:

Comprende cualquier forma empresarial que integre a todas las novedades organizativas y sus correspondientes figuras jurídicas, surgidos como respuesta a las diversas necesidades que plantea la cohesión social.

- *La Empresa de la Economía Social, es una forma de emprender que integra los siguientes valores:*
- *Primacía de las personas y del Objeto social sobre el capital.*
- *Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática.*
- *Conjunción de los intereses miembros usuarios y del interés general.*
- *Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad entre sus miembros.*
- *Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos.*
- *Aplicación de la mayor parte de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del interés general, de los servicios a los miembros y el desarrollo sostenible.*

El compendio de valores expresados supone el fondo y la forma en que las organizaciones de la Economía Social materializan la responsabilidad social, en tanto que:

- *Se fundamenta sobre los principios de solidaridad y en el compromiso de las personas en un proceso de ciudadanía activa e implicación en la Comunidad.*
- *Genera empleo de calidad así como una mejor calidad de vida, y propone un marco adaptado a las nuevas formas de empresa y de trabajo.*
- *Desempeña un papel importante en el desarrollo local y la cohesión social.*
- *Es un factor de democracia y de generación de Capital Social.*
- *Contribuye a la estabilidad y al pluralismo de los mercados económicos. (CEPES, 2011).*

Tras muchas discusiones y con el aporte de destacados cooperativistas se adoptó la siguiente definición:

Denominase Economía Solidaria al sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía (Ley 454 de 1998, art. 2).

El Universo social, cooperativo y solidario, tras décadas de discusión y debate sobre la necesidad de considerar un cambio en los principios cooperativos, decide en septiembre del 1995 en su trigésima primera asamblea general de la Alianza Cooperativa Internacional - ACI, en la ciudad de Manchester declarar la Identidad Cooperativa

Según la Alianza Cooperativa Internacional - ACI “Los principios proveen medidas sobre el grado de cooperativismo de una institución” También en cierto sentido restringen y prohíben ciertos actos mientras estimulan otros. “Los principios, sin embargo, son más que mandamientos; son también guías para juzgar el comportamiento y la toma de decisiones. No es suficiente preguntarse si una cooperativa está siguiendo a la letra los principios, es más importante conocer si se está siguiendo el espíritu, si la visión aportada por cada principio, individual y colectivamente esta entroncada en las actividades diarias de la cooperativa. Desde esta perspectiva los principios no son una lista vieja que debe ser, revisada periódicamente de moto ritualístico; son un poderoso marco de referencia, agentes energéticos a través de los cuales las cooperativas pueden alcanzar el futuro”. (Alianza Cooperativa Internacional ACI, 1995).

El observatorio para la economía social y solidaria en el departamento del Tolima

La organización social y solidaria es un modelo de empresa alternativo que, en lugar de centrarse en los beneficios, se centra en las personas, incrementando el poder de la comunidad en el mercado mientras guía sus operaciones sobre la base de la doctrina, filosofía y métodos. El modelo es participativo, incluyente, solidario y está centrado en el ser humano visto desde la colectividad y la asociatividad, es decir, centrado en las personas que a través de la auto-gestión

idealizan y construyen de forma perfecta la satisfacción de sus necesidades por medio de la empresa. Además, el modelo propende por la inclusión y el trabajo decente, así como por la seguridad humana, que busca como principio la innovación permanente y la responsabilidad social territorial y que, adicionalmente, puede ser sostenida en el tiempo. Este es un modelo que busca la equidad, no solamente al interior de las clases sociales, sino también la equidad regional.

Para el sector social, cooperativo y solidario en la región del Tolima, el observatorio identificará el conjunto de organizaciones sin ánimo de lucro que, siendo de iniciativa privada, llevan a cabo actividades para el beneficio colectivo o social. Estas organizaciones se inclinan por el mejoramiento de las condiciones de vida de sus asociados, en el caso de las organizaciones cooperativas y solidarias, o el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, en el caso de las organizaciones solidarias de desarrollo (osd). El observatorio es una herramienta que persigue propósitos teóricos y prácticos, y fortalece a su vez a las organizaciones en términos de integración, visibilización, productividad y competitividad acudiendo a tres herramientas fundamentales: la promoción, el desarrollo y la investigación.

La promoción es uno de los objetivos centrales del observatorio, por ello es importante resaltar qué es la promoción y cuáles son sus definiciones.

Stanton, Etzel y Walker, definen la promoción “como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo” (Stanton, Etzel, y Walker, 2007)

Según Jerome McCarthy (quién introdujo el concepto de las cuatro P del marketing: producto, plaza, precio y promoción) y William Perreault:

“la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”. A esto añaden algo a tomar en cuenta: “La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto” (McCarthy y Perreault, 1997)

Para Kerin, Hartley y Rudelius,

“la promoción representa el cuarto elemento en la mezcla de marketing. El elemento promocional consta de

herramientas de comunicación, entre ellas, la publicidad, las ventas personales la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. La combinación de una o más de estas herramientas de comunicación recibe el nombre de mezcla promocional” (Kerin, Hartley, y Rudelius, 2009).

Ahora, cabe mencionar que expertos como Kotler y Keller no utilizan el término promoción para referirse a ésta herramienta o elemento de la mezcla de marketing, sino la denominan:

“Comunicaciones de Marketing” y la definen como como “medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores”. (Kotler & Keller, 2006).

Para ambos expertos, las mezcla de comunicaciones de marketing “está integrada por seis tipos de comunicaciones principales: Publicidad, Promoción de ventas, Eventos y experiencias, Relaciones públicas y publicidad, Marketing directo y Venta Personal” (Kotler y Keller, 2006).

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se plantea la siguiente respuesta a la pregunta ¿qué es Promoción?

La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal. (Thompson, 2010).

El desarrollo es otro de los objetivos centrales del observatorio, lo cual implica, para las organizaciones sociales, cooperativas y solidarias como empresa, que tienen que ser eficientes, eficaces y rentables, buscando además el cuidado del medio ambiente, la sostenibilidad, la elevación del nivel de vida de los asociados y de la comunidad en general.

las cooperativas siguen un desarrollo centrado en las personas y afirman la superioridad de la economía

real sobre la economía financiera, favoreciendo el valor agregado económico y social sostenible por sobre el lucro financiero. De hecho, las cooperativas tienen una oportunidad enorme de desarrollo y de construir un mundo más justo. Cuantas más cooperativas existan en el mundo, así como otras formas de empresas controladas por sus stakeholders, mayor será la distribución del ingreso y mayor justicia social.

Una estrategia de desarrollo cooperativo debe hacer frente también a los enormes desafíos medioambientales, a los que todos estamos confrontados: salvar el planeta necesitará políticas drásticas en término de producción y de consumo. En tanto que empresas centradas en el ciudadano, las cooperativas pueden operar más fácilmente este cambio que las empresas centradas en la remuneración del capital. Pero este enfoque medioambiental debería quedar claro desde el principio.

La estrategia de desarrollo cooperativo comprende los factores básicos por los que las cooperativas se desarrollan y deben desarrollar en un territorio o una comunidad dada, y eso a nivel regional, nacional e internacional. Proporciona los elementos esenciales que son necesarios para desarrollar las cooperativas de una manera sostenible, y para asegurarse que las cooperativas actúen como agentes de desarrollo local y regional en profundidad (Cicopa, s.f.).

La investigación es el tercer objetivo central del observatorio de la región del Tolima.

Una investigación se comprende como un proceso sistemático, organizado y objetivo, cuyo propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así aumentar el conocimiento y la información sobre algo desconocido. Asimismo, la investigación es una actividad sistemática dirigida a obtener, mediante observación, la experimentación, nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología (Ortiz y Bernal, 2012).

La investigación se puede definir también como la acción y el efecto de realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia y teniendo como fin ampliar el conocimiento científico, sin perseguir, en principio, ninguna aplicación práctica (Ortiz y Bernal, 2012).

Las investigaciones:

Van demostrando cómo las cooperativas y las organizaciones que hacen parte del sector solidario, pueden

considerarse como una novedad académica y como una innovación organizacional, a pesar de ser organizaciones y empresas que existen en el mundo desde hace más de 150 años, con lo cual puede plantearse como hipótesis de trabajo que las organizaciones y empresas de este tipo son las organizaciones del futuro, por las ventajas competitivas y comparativas que, en teoría, pueden desarrollar.

De ahí la importancia estratégica de la investigación, que al centrarse en los aspectos organizacionales, gerenciales y empresariales que caracterizan a estas organizaciones y al papel que juegan como activos agentes de desarrollo local y regional, está proporcionando contenidos actualizados y reales para ser usados en los procesos de formación, educación y capacitación que exige la presencia de este tipo de organizaciones en la realidad del país, la región latinoamericana y el mundo (UNES, 2010).

Cabe anotar que la percepción de la organización nos da dos componentes: el asociativo y el empresarial. Aún más, ahí se encuentra el desarrollo de lo social y lo económico, con lo cual podemos realizar investigaciones cualitativas o cuantitativas, como también mixtas.

Conclusiones

La puesta en marcha del observatorio para el sector social, cooperativo y solidario en la región del Tolima tiene como propósito monitorear, difundir, fomentar y observar al conjunto de empresas y organizaciones que, siendo de iniciativa privada, llevan a cabo actividades para beneficio colectivo o social. Estas son empresas que no tienen como objetivo el enriquecimiento o la posesión y crecimiento del capital económico individual y que van más allá de la satisfacción de las necesidades de sus cooperados. Esto se nota en el caso de las organizaciones de economía solidaria y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, como es el caso de las organizaciones solidarias de desarrollo.

El observatorio será conceptualizado como un instrumento de las organizaciones sin ánimo de lucro en un marco visible e importante que acoja sus experiencias y saberes como una forma de poner de relieve los debates sobre la economía social y solidaria, como una alternativa en lo social y económico, diferente a la del modelo del desarrollo capitalista. El observatorio supone, entonces, un énfasis marcado en el conocimiento de su propia identidad, de la satisfacción

de necesidades con el propósito de elevar el nivel de vida de las comunidades, mejorar la gobernabilidad y gobernanza. De igual manera, supone un énfasis en la comprensión y aplicación de su filosofía (doctrina, valores y principios), la eficiencia, eficacia y rentabilidad, la valoración de la educación y la capacitación, y en demostrar con hechos la importancia que tiene el sector a través de la investigación.

El impacto y aporte que hace el sector solidario, y las demás organizaciones sin ánimo de lucro en la región es por medio de los servicios que se les ofrece a los asociados para elevar su nivel de vida, la inclusión social, participación de la mujer en los órganos de administración, vigilancia y control, la generación de trabajo y empleo, la participación que hace la organización solidaria en proyectos sociales, el aporte del decreto reglamentario 2880 de 2004; esto con el fin de desarrollar dinámica en lo social y en lo económico.

En el campo de la observación, el observatorio busca cuantificar a partir de los principales componentes identificados, es decir, cuántos son, dónde están, cómo han evolucionado y qué importancia tienen. Para ello es importante actualizar periódicamente sus principales datos, identificar la delimitación teórica de su ámbito (de quiénes la componen a partir de su misma identidad), estimar cómo contribuyen las organizaciones en la creación y distribución de riqueza y de bienestar social.

Referencias

- Alianza Cooperativa Internacional ACI. (Septiembre de 1995). Trigesima Primera Asamblea General. Manchester, Inglaterra.
- Angulo Marcial, N. (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Innovación Educativa*, 9(47), 5-19.
- CEPES. (2011). *Concepto de Economía Social*. Recuperado de <http://www.cepes-extremadura.org/economia-social/concepto-de-economia-social>
- Cicopa. (s.f.). *Estrategia de desarrollo cooperativo*. Recuperado de http://www.cicopa.coop/IMG/pdf/cicopa_strategy_development_es.pdf
- Confecoop. (2012a). *Observatorio Cooperativo*. Recuperado de <http://www.confecoop.coop/index.php/observatorio-cooperativo>
- Confecoop. (2012b). *Desempeño sector Cooperativo Colombiano 2012*. Recuperado de http://www.confecoop.coop/images/informes_anuales/Informe_2012.pdf
- Confecoop. (2014). *Desempeño sector Cooperativo Colombiano 2014*. http://www.confecoop.coop/images/informes_anuales/ReporteSectorCooperativo2014.pdf
- Conpacoop. (2014). *OBSECOOPY*. Recuperado de <http://www.conpacoop.coop.py/observatoriocooperativo.php>
- El Observatorio de la Economía Solidaria oes. (s.f.). *El Observatorio*. Recuperado de <http://oesolidaria.org/sobre-oes/>
- Enjunto, N. (2008). *Razón de ser de los observatorios*. Recuperado de <http://blog.plataformavoluntariado.org/category/general/actualidad-pve/>
- Frausto, O., Martínez, T., y González, B. (2008). Observatorios urbanos e indicadores de género y violencia social. *Revista Digital Universitaria*, 9. Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num7/art44/int44.htm>
- Fundación Erosky. (17 de enero de 2005). *El Observatorio de Economía Solidaria trabajará por la inserción social y laboral desde el mundo universitario*. Recuperado de <http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/2005/01/17/115294.php>
- Gobernación del Tolima. (2006). Tolima. Recuperado de <http://www.todacolombia.com/departamentos/tolima.html>
- Gobierno Vasco. (2008). *Departamento de Empleo y Asuntos Sociales*. Recuperado de www.juslan.ejgv.euskadi.net/r45-5159/es/contenidos/informacion/presentacion_observatorio_ssc/es_9837/observatorio_ssc.html
- Husillos, J. (2006). La organización municipal y la adaptación de los servicios públicos. Círculo para la calidad de los servicios públicos de l'Hospitalet. *Inmigración y gobierno local. Experiencias y retos. IV Seminario Barcelona, España, 14-15 de diciembre 2006*. Recuperado de http://www.cidob.org/es/content/download/6422/.../14_husillos_cast.pdf
- IICA. (2006). OBSERVATORIO IICA DEL SECTOR AGROPECUARIO Y FORESTAL. Recuperado de <http://www.iica.org.py/observatorio/observatorio.htm>
- Kerin, R., Hartley, S., y Rudelius, W. (2009). *Marketing. Novena Edición*. México D.F. McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P., y Keller, L. K. (2006). *Dirección de Marketing. Duodécima Edición*. México D.F. Paerson Educación.
- Ley 454 de 1998. (4 de Agosto de 1998). Congreso de Colombia.
- McCarthy, J., y Perreault, W. (1997). *Marketing. Undécima Edición*. Madrid. McGraw-Hill Interamericana.

- Observatorio del empleo y recursos humanos. (2013). *Presentación*. Recuperado de <http://www.ut.edu.co/administrativos/index.php/del-empleo-y-recursos-humanos>
- Observatorio Económico y social del Valle del Cauca. (2013). *Historia*. Recuperado de <http://www.observatoriovalle.org.co/historia/>
- Observatorio Español de la Economía Social. (2014). *Presentacion-antecedentes*. Recuperado de <http://www.observatorioeconomiasocial.es/presentacion-antecedentes.php?PHPSESSID=273b46d5e5b52cb390dd485ae2bb364e>
- OES CJ. (2015). Quienes somos. Recuperado de <http://www.oescj.org.ec/index.php/el-observatorio/quienes-somos>
- Oibescoop. (s.f.). *Antecedentes*. Recuperado de <http://www.oibescoop.org/presentacion.php>
- Ortiz, E., y Bernal, M. (2012). *Importancia de la incorporación temprana a la investigación científica en La Universidad de Guadalajara*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/286/#indice>
- Patiño, F., y Peláez, M. L. (2006). Índice anotado para el documento conceptual de los observatorios de la Secretaría de Gobierno del Distrito. Recuperado de http://www.gobiernobogota.gov.co/component/option,com_docman/
- Prieto, R. (2003). *Observatorios en internet*, Boletín núm. 240. Recuperado de <http://www.observatoriodigital.net/bol240.htm#observatorio>
- Quijano, J., y Reyes, J. (2004). *Historia y Doctrina de la Cooperación*. Bogotá: EdUCC.
- Razeto, L. (s.f.). ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA SOLIDARIA? Recuperado de <http://www.luisrazeto.net/content/%C2%BF-qu%C3%A9-es-la-econom%C3%AD-solidaria>
- Rebolledo, J., y Orejuela, F. (2011). CREACION DE LA ESTRUCTURA DEL OBSERVATORIO DE ECONOMÍA SOLIDARIA (OES). Recuperado de http://www.unicafam.edu.co/EventoAcademico_1/flash/Articulos/a5.pdf
- Rey, G. (2003). *Ver desde la ciudadanía: observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina*. Buenos Aires: FES/Promefes.
- Rodríguez Salvador, M. (2007). De la información a la inteligencia tecnológica: Oportunidades para la innovación. *Transferencia*, 77. Recuperado de <http://www.mty.itesm.mx/die/ddre/transferencia/Transferencia54/eli5-54.html>
- SENA. (2013). *Observatorio-Laboral*. Recuperado de <http://www.sena.edu.co/oportunidades/trabajo/Paginas/Observatorio-Laboral.aspx>
- Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Decimocuarta Edición. Madrid. McGraw-Hill Interamericana.
- Superintendencia Nacional de Salud. (2007). *El concepto de observatorio, Observatorio de salud*. Recuperado de <http://www.supersalud.gov.co/observatoriosalud/index.aspx>
- Téllez, M. P. (2005). *Los observatorios de medios de comunicación: lugares de construcción de ciudadanía*. Recuperado de <http://www.ucentral.edu.co/acn/obser/medios/pdf/TELLEZ.PDF>
- Thompson, I. (Junio de 2010). ¿Qué es Promoción? Recuperado de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- UNES. (2010). Importancia Estratégica. Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qoIBH39mV3kJ:www.javeriana.edu.co/ier/%3Fidcategoria%3D3307%26download%3DY+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=co>
- Universidad Mayor de San Marcos. (2013). *Observatorio*. Recuperado de <http://economiasolidarias.unmsm.edu.pe/?q=observatorio>
- Universidad Mayor de San Marcos. (2014). *Seminario*. Recuperado de <http://economiasolidarias.unmsm.edu.pe/?q=seminario>