

# Percepción de la integración empresarial bajo la modalidad clúster en los establecimientos de crédito de Antioquia\*

Recibido: 31 de mayo de 2016 • Aceptado: 7 de noviembre de 2017

DOI: 10.31469/escenarios.v6n8a6

Beatriz Elena Bedoya Ríos\*\*  
María Patricia Durango Gutiérrez\*\*\*

## Resumen

La integración empresarial como estrategia asociativa para mejorar la competitividad en un entorno cada vez más globalizado, permite aprovechar sinergias para alcanzar objetivos comunes y maximizar la generación de valor en sus grupos de interés. El artículo tiene por objetivo analizar la percepción de las variables de integración empresarial, bajo la modalidad clúster en los establecimientos de crédito de Antioquia, como apalancamiento financiero para mejorar la competitividad de su sector. La técnica utilizada fue de análisis de contenido, a través de la revisión documental y la encuesta como herramienta cuantitativa. Se destacan cinco variables en la integración empresarial: desarrollo territorial, mercado, operación, objetivos empresariales y normatividad, lo que evidencia que el desarrollo territorial es la variable más empleada para fortalecer las relaciones con los clientes y no se identifican productos financieros de créditos dirigidos a los clústers, que permitan obtener una financiación diferenciadora en el mercado.

## Palabras clave

Clúster, desarrollo territorial, establecimientos de crédito y apalancamiento

## Clasificación JEL

F15, G20, L10

## Contenido

Introducción; 1. Diseño metodológico; 2. Resultados 3. Conclusiones; referencias.



\* El artículo es producto del proyecto de investigación, *Conceptualización de las variables integración empresarial en el sector financiero colombiano*, del grupo de investigación Dirección de Empresas (GIDE) de la Institución Universitaria Esumer, Medellín, Colombia.

\*\* Ingeniera administrativa, Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín, Colombia. Especialista en alta gerencia, Fundación Universitaria María Cano, Medellín, Colombia. Magíster en Administración de Empresas, Universidad Magister, San José, Costa Rica. Doctorado (c) en Contabilidad y Finanzas, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia, Universidad de Valencia, Valencia, España. Docente de Tiempo completo e investigadora Esumer. Correo electrónico: [beatriz.bedoya@esumer.edu.co](mailto:beatriz.bedoya@esumer.edu.co)

\*\*\* Administradora de negocios, Universidad Eafit, Medellín, Colombia. Magíster en Administración Financiera, Universidad Eafit, Medellín, Colombia. Doctorado (c), en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Granada, Granada, España. Docente e investigadora, Institución Universitaria Esumer. Correo electrónico: [maria.durango@esumer.edu.co](mailto:maria.durango@esumer.edu.co)

# Perception of business integration under the cluster modality in Antioquia's credit organizations

## Abstract

Business integration as an associative strategy to improve competitiveness in an increasingly globalized environment allows us to take advantage of synergies to achieve common objectives and maximize the generation of value in its stakeholders. The objective of this paper is to analyze the perception of business integration variables, under the cluster modality in credit establishments in Antioquia, as financial leverage to improve the competitiveness of this sector. The technique used was the content analysis through documentary review and a survey, as a quantitative tool. Five variables are highlighted in business integration: territorial development, market, operation, business objectives and regulations; among them, it was evidenced that territorial development is the most used variable in order to strengthen the relations with customers. Also the study did not identify financial products from credits aimed at Clusters, leading to get differentiated financing in the market.

## Keywords

Cluster, territorial development, credit establishments and leverage

## Contents

Introduction; 1. Methodological design; 2. Results 3. Conclusions; references

## JEL classification

F15, G20, L10

# Percepção da integração empresarial sob a modalidade cluster nos estabelecimentos de crédito em Antioquia, Colômbia

## Resumo

A integração empresarial como uma estratégia associativa para melhorar a competitividade em um ambiente cada vez mais globalizado, permite aproveitar as sinergias para alcançar objetivos comuns e maximizar a geração de valor em seus grupos de interesse. O objetivo do artigo é analisar a percepção das variáveis de integração de negócios, sob a modalidade cluster nos estabelecimentos de crédito em Antioquia, na Colômbia; como alavancagem financeira para melhorar a competitividade de seu setor. A técnica utilizada foi a análise de conteúdo, através da revisão documental e do levantamento como ferramenta quantitativa. Cinco variáveis são destacadas na integração de negócios: desenvolvimento territorial, mercado, operação, objetivos de negócios e regulamentos; de acordo como o anterior, o desenvolvimento territorial é variável mais utilizada para fortalecer as relações com os clientes e não identificam-se produtos financeiros a partir de créditos diretos para os clusters que permitiriam obter financiamento diferenciado no mercado.

## Palavras chave

Cluster, desenvolvimento territorial, estabelecimentos de crédito e alavancagem

## Classificação JEL

F15, G20, L10

## Conteúdo

Introdução; 1. Desenho metodológico; 2. Resultados 3. Conclusões; referências

## Introducción

El concepto de integración empresarial es entendido como una comunidad de personas que en la misma viven y trabajan: operarios, directivos, técnicos y empresarios, y que junto con las empresas y los mecanismos que las unen, configuran un sistema. (Dei Ottati, 2002). La integración empresarial ha sido creada mediante bases conceptuales que dieron forma a los conceptos de regionalización, localización, optimización, competencia e integración; aplicados por las organizaciones en aras de ser más competitivos y menos incipientes en el diseño organizacional. Sin embargo, el concepto de integración empresarial comienza con este nombre, el economista británico (Marshall, 1890) en su libro *Principles of Economics*, introduce el concepto de distritos industriales como concentraciones de sectores especializados en una localidad específica que genera ventajas para las empresas allí ubicadas. El autor afirma que el crecimiento de un distrito industrial aumenta la fuerza de trabajo especializada necesaria para la producción, como también la de los grupos de interés.

Richardson (1972) complementó la definición de integración empresarial, al afirmar que los grandes distribuidores diseñan y construyen modelos complejos de actividades organizadas, en las que no participan las empresas que hacen parte de la cadena de abastecimiento. Por su parte, Azua y Anderson (2000), argumentan que la integración empresarial busca que las empresas se adapten al nuevo ordenamiento global combinando el conocimiento, la conectividad y la necesidad de los recursos faltantes mediante la cooperación para hacerse más competitivos; sin embargo, el proceso de cooperación requiere la intervención conjunta del gobierno, el apoyo individual empresarial mediante los factores de producción y de los organismos empresariales de cada región (Narváez, Fernández, y Senior 2008)

Por otro lado, la integración empresarial en términos de distrito industrial, según Giorgio (2000, p. 7) "son la respuesta, original y eficaz, al nuevo sistema de reglas de la competencia que está triunfando sobre las cenizas de los sistemas de producción de masa". Para el autor, son el conjunto de recursos y conocimientos contenidos en el mismo lugar geográfico, los cuales son centros de globalización, puesto que dan respuesta a los nuevos sistemas de reglas de la vanguardia internacional. Y Lazzeretti (2006) señala similitudes y diferencias en los conceptos de clúster y distrito industrial; aspectos que se reflejan en el cuadro 1.

Tabla 1. Similitudes y diferencias de los conceptos Distritos Industriales y clúster

<i>Distrito industrial</i>	<i>Clúster</i>
1. Definición	
Énfasis en un desarrollo de tipo local. Papel estratégico al agrupamiento de empresas y a la comunidad de personas. El territorio es un "lugar de vida" en el que se desarrolla la capacidad humana, de producción y trabajo de una comunidad.	Búsqueda de fuentes de ventajas competitivas en diferentes lugares o territorios. Modelo organizativo de redes de empresas e instituciones en un determinado ámbito geográfico.
2. Relevancia de la relación entre la economía y la sociedad y el papel de las instituciones (En ambos se destaca la importancia del papel de las instituciones)	
Modelo arraigado en el tejido social que se realiza en una trama inseparable entre la comunidad de personas y de empresas. Se busca un modelo de desarrollo económico que conjugue el bienestar económico con el bienestar social.	La relación economía-sociedad no aparece tan claramente. El componente social aparece como contexto (la competitividad vinculada a componentes sociales) y no se iguala en importancia al componente económico.
3. Métodos utilizados	
Los análisis de los distritos son ejercicios minuciosos que estudian en profundidad la dinámica de las relaciones entre las empresas, las instituciones y la comunidad local. Intervienen diferentes disciplinas (economía empresarial, análisis histórico, geográfico, sociológico y político).	También son estudios de casos concretos, pero con la finalidad de análisis estratégicos competitivos. Estudios de "benchmarking" para proporcionar informaciones relevantes para una mejor estrategia competitiva.
4. Relevancia de la formación de redes y las estrategias de colaboración (En ambos casos se recurre a formas reticulares y a estrategias de colaboración reforzadas por los efectos de la proximidad)	
Aun existiendo una competencia interna, se destaca el hecho de que la presencia simultánea de redes sociales y la confianza entre los actores territoriales posibilita un equilibrio entre las reglas de la competencia y las de la colaboración.	Porter subraya el papel positivo de la rivalidad junto con la cooperación entre las empresas que favorece la innovación y mejora el rendimiento global del clúster.
5. El papel estratégico de la localización (En ambos casos el papel de la localización es clave)	
Lo local como unidad de investigación constituye un "lugar de vida". En consecuencia, establecer la naturaleza del lugar va más allá de la existencia de una agrupación territorial de empresas y exige un análisis de los vínculos con la comunidad y con las instituciones locales.	Lo local constituye principalmente un recurso estratégico, un factor clave de la estrategia competitiva.

Fuente: Lazzetti (2006)

La integración empresarial bajo la modalidad clúster, cuya palabra inglesa expresa la aglomeración de empresas en un mismo lugar geográfico, tiene su origen en los distritos industriales; según Alfred Marshall (1920) y Esteban (2009), los clústers son agrupaciones naturales, que se van formando con el paso del tiempo, poseen ciertas coincidencias que lo derivan de la integración empresarial, posibilitando incrementar el crecimiento y competitividad de una región.

Es así como Porter (1990; 1998; 2000) considera que un clúster es un grupo cooperativo con una proximidad geográfica entre clientes, proveedores, industrias periféricas en un área definida, el cual involucra la interacción entre empresas e instituciones no necesariamente de tipo económico y estas fuerzas se relacionan entre sí, organizadas en cuatro dimensiones: estrategia, estructura y rivalidad de las empresas; condiciones de los factores; condiciones de la demanda e industrias relacionadas y de apoyo, donde estos agrupamientos son una característica fundamental de las economías nacionales avanzadas. Este agrupamiento genera beneficio mutuo que fluye hacia adelante, hacia atrás y horizontalmente; en donde el eslabonamiento hacia atrás corresponde a la producción en propia infraestructura, y hacia adelante cuando funciona como proveedora de otra empresa (Hirschman, 1983).

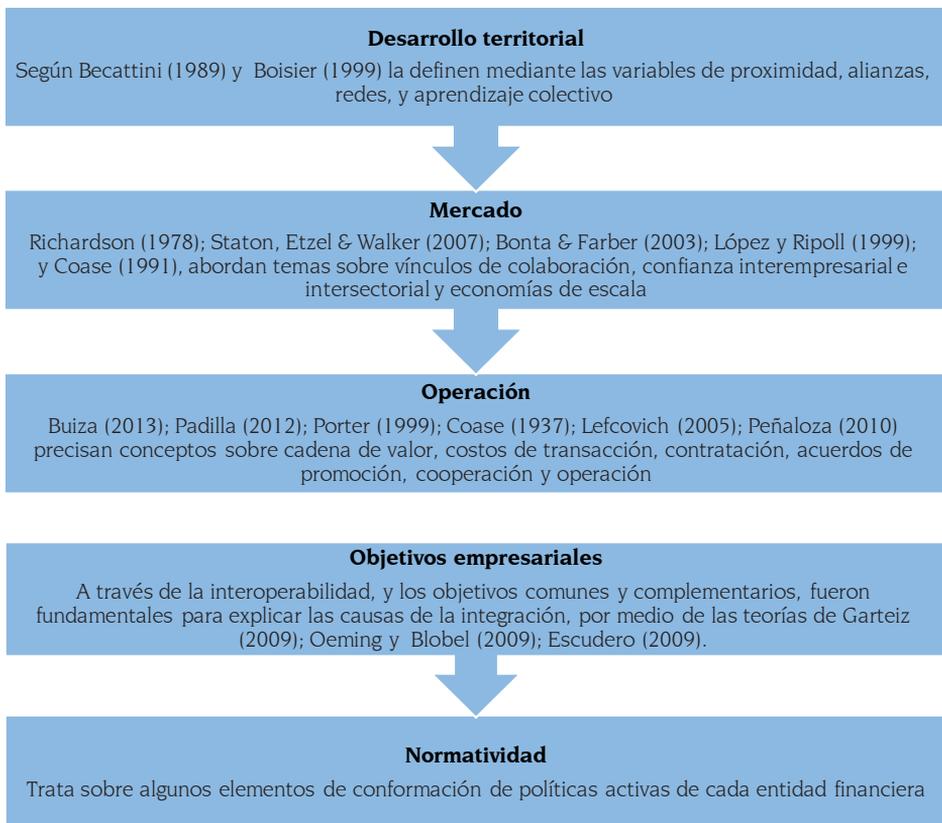
Entre los teóricos del clúster se encuentran Krugman (1991), que desarrolla una teoría de la industria regional basadas en las ventajas de grupos de mano de obra especializada, bienes intermedios y la presencia de externalidades del conocimiento, en donde el clúster es un producto de la historia y de las economías de escala propiciadas por el comportamiento del mercado; Harrison (1992), manifiesta que el clúster es integrado por empresas especializadas en una o más fases de los procesos de producción, el cual requiere de cooperación e intercambio de instrumentos e información para mejorar los procesos colectivos de la industria regional.

Posteriormente, los autores Garcia y Marquetti, (2005) abordan los clústers en cuatro categorías: empresas, gobierno, comunidad científica e instituciones financieras. Mientras que, John y Poudet (2006), clasifican los clústers en dos géneros; la primera en tecnología y la segunda en enfoque industrial, que depende de la ventaja competitiva de las empresas. Años más tarde y de acuerdo con Puentes, (2013) el beneficio de empresas agrupadas en clúster están en el desarrollo de las capacidades, habilidades y competencias complementarias, conviviendo en redes y enfrentándose a mercados complejos y globalizados.

En este orden de ideas, se comprenderá por globalización, como la interdependencia económica a través de la variedad de transacciones internacionales de bienes, servicios y flujos de capital (Ianni, 1996); en que se involucra el espacio, el tiempo y la simultaneidad. Por tanto, la organización requiere adecuarse a las condiciones necesarias que permitan el sostenimiento y crecimiento económico mediante redes capaces de estructurar plataformas económicas que promuevan procesos de cambio, que permitan abatir los efectos de la globalización (Corrales, 2007).

Dado lo anterior, la revisión de literatura permitió identificar las variables que describen la integración empresarial, las cuales se describen en la gráfica 1.

Gráfica 1. Cinco variables de integración empresarial



Fuente: elaboración propia

En particular, algunos estudios manifiestan como el sistema financiero y la industria en distintos países han sido evaluados para identificar su eficiencia. Es así como Tortosa-Ausina (2002) en su investigación, *La eficiencia de los costos y la mezcla de productos de cluster en la industria bancaria española*, demuestra la importancia de los servicios financieros en la actividad económica del país y como aporta a la competitividad. Kassalis (2010) en su investigación, *Los clústers industriales: una oportunidad para estimular la integración y competitividad en las empresas*, identifica cómo el clúster industrial en Letonia aporta al desarrollo integrado del país, a través de la cooperación e interconexión de agrupaciones. Nandy (2012), autor del *Estudio de la eficiencia de los bancos del sector público Indio, una aplicación al análisis de datos y de conglomerados*, detalla cómo el nivel de competitividad es muy bajo tanto en la industria como en el sector bancario. Y, por último, Kachala & Kovalchuk (2015) en su investigación, *Negocio Ucraniano en el proceso de integración europea: un enfoque clúster*, enfatizan que la cooperación tecnológica, la innovación y la inversión entre la industria y la ciencia es vital para la integración empresarial.

En el contexto nacional, las investigaciones y acercamiento del sector financiero colombiano en los diversos clústers han sido incipientes, por ejemplo, los logros obtenidos en la Red Clúster Colombia (RCC) demuestran que la financiación se ha realizado por capital institucional a partir de alianzas con entidades público-privadas que trabajan por el desarrollo empresarial de una región, representado en convenio con recursos y aportes financieros (Camaramedellin, 2017). Según la *comunidad clúster*, la estrategia liderada por la cámara de comercio de Medellín para Antioquia, la financiación de las iniciativas clúster<sup>1</sup> proviene de empresarios nacionales e internacionales y aportes de entidades sin ánimo de lucro (Cluster, 2017).

Se infiere que, a la fecha no se ha realizado investigaciones previas en el departamento de Antioquia, acerca de la relación de los diversos tipos de clúster, tales como energía, textil/confección, turismo de negocios, salud y TIC, con establecimientos de crédito, como bancos comerciales, corporaciones financieras, compañías de financiamiento, organismos cooperativos de grado superior, banca de segundo piso y cooperativas financieras, tal como lo establece el estatuto orgánico del sistema financiero colombiano (Asobancaria, 2017) El presente artículo pretende exponer la percepción de las variables de integración empresarial bajo la modalidad cluster, con el fin de analizar si los establecimientos de crédito promueven y desarrollan productos y servicios financieros dirigidos

<sup>1</sup> Iniciativa clúster: Esfuerzo estructurado para incrementar la competitividad de los cluster en una región, conectando a los sectores públicos, privados y la academia.

a los clústers para el fortalecimiento de la competitividad en el departamento de Antioquia.

## 1. Diseño metodológico

La técnica de análisis de contenido como interpretación de textos, con registro de datos y transcripción de entrevistas, tiene como resultado obtener un contenido que sea interpretado adecuadamente, asociado a los fenómenos de la vida social (Abela, 2002). La información es obtenida por fuentes primarias mediante personas naturales que ocupan cargos directivos de entidades financieras, tales como: bancos comerciales, cooperativas financieras y compañías de financiamiento comercial, pertenecientes a establecimientos de crédito en Antioquia.

Para medir la percepción que tienen los establecimientos de crédito en Antioquia, acerca de la integración empresarial, se acudió al uso de un instrumento tipo cuestionario que permite recolectar datos a través de preguntas abiertas y cerradas, para medir las diferentes variables de la integración empresarial y su impacto en las instituciones financieras. En investigación realizada por Cuba *et Al* (2011) denominada, *Situación de crédito en Colombia desde la perspectiva del sector financiero* se empleó la encuesta para recolectar información cualitativa que permitió identificar la percepción de las entidades financieras frente a los productos de crédito. Por tanto, el trabajo de campo incluyó recopilar y depurar la información, además la prueba piloto aplicada facilitó eliminar las preguntas inadecuadas. Posteriormente se analizaron e interpretaron los datos y finalmente se elaboró el informe.

Se definieron las siguientes etapas de muestreo para el desarrollo del instrumento. En la primera se definió la población objetivo, teniendo en cuenta las unidades de los límites geográficos y temporales. Dado lo anterior, el universo de establecimientos de crédito en el departamento de Antioquia fue de 50 entidades. En este sentido, inicialmente se pensaba aplicar un muestreo probalístico para realizar el análisis requerido, pero ante el tamaño poblacional, se decidió optar por realizar un censo a partir de la estructuración de una encuesta. En la segunda etapa se seleccionó el muestreo probalístico puesto que no se hace distinción alguna entre los elementos de la población (Chica & Costa, p.44); por último, se estructuró el diseño del instrumento, aplicando dicha encuesta a 18 de las 50 de las entidades seleccionadas.

El diseño del instrumento se compone de dos secciones; la primera hace referencia a la información general de la institución en la que se incluyen

datos básicos del encuestado, la clasificación financiera de la empresa a la que pertenece, y los productos y servicios que ofrece en términos de crédito, ahorro, entre otras; y la segunda sección, se subdivide en cinco variables de análisis asociados a la integración empresarial compuesto por 50 ítems en total: a) información sobre desarrollo territorial, b) información sobre el mercado, c) información sobre la operación, d) información sobre objetivos empresariales y finalmente e) información sobre normatividad. A continuación, en el cuadro 2 se detalla el diseño del instrumento.

Cuadro 2. Diseño del instrumento de acuerdo con las variables

Variable	Alcance del instrumento
Desarrollo territorial	Demográfico y territorial del establecimiento de crédito, frecuencia de implementación de experiencias en red, Productos y servicios de la institución que fortalecen el desarrollo territorial.
Mercado	Fortalecimiento de los lazos de cooperación para promover productos de inversión y financiación para grupos de empresas, contribución actual que realiza la entidad a la competitividad del sector productivo, así como lazos de confianza ya establecidos con la entidad financiera
Operación	Contribución de la entidad financiera a la cadena de valor de los grupos de empresas para fortalecer su cadena productiva y colaborativa.
Objetivos empresariales	Oferta de nuevos productos y servicios financieros considerando los objetivos comunes de los grupos de empresas para fortalecer la competitividad.
Normatividad	Formulación de políticas que tiene la entidad financiera que identifiquen la contribución a la integración y creación de redes cooperativas entre empresas en términos de productos y servicios para los grupos de interés, experiencias en la implementación e impacto sectorial que habrían celebrado las empresas vinculadas.

Fuente: elaboración propia (2017)

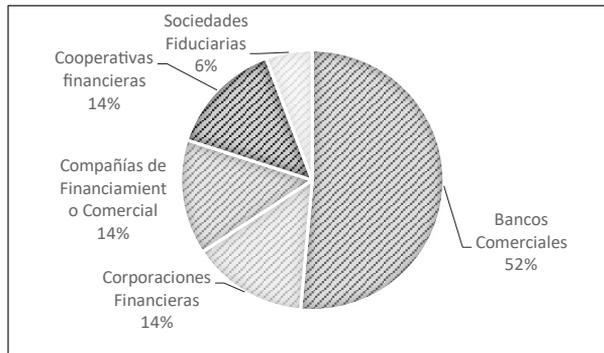
## 2. Resultados

La investigación acerca de la percepción de las variables de integración empresarial, modalidad clúster en los establecimientos de crédito en el departamento de Antioquia en los periodos comprendidos entre noviembre de 2014 y junio de 2016, 18 entrevistas y reflejó los siguientes resultados:

El 52% de los encuestados pertenece a bancos comerciales, el 14% a cooperativas financieras, corporaciones financieras, y compañías de financiamiento

comercial respectivamente y, el 6% a las sociedades fiduciarias; según lo refleja la gráfica 2.

Gráfica 2. Instituciones encuestadas



Fuente: elaboración propia, 2017

Con respecto al portafolio de productos y servicios que ofrecen los establecimientos de crédito, el 61% ofrecen los siguientes productos de crédito: libre inversión, rotativos, tarjetas de crédito, crédito de tesorería, capital de trabajo y adquisición de activos fijos. En productos de ahorro ofrecen: cuenta de ahorro, cuenta corriente, CDT<sup>2</sup>, fondos de inversión y carteras colectivas; y en la opción otros productos se encontraron: seguros, sobregiros bancarios, aceptaciones bancarias, cartas de crédito, créditos de redescuento, factoring, leasing, mercado cambiario, renting y títulos de devolución de impuestos. Dichos productos son ofrecidos a personas naturales y jurídicas, según la caracterización del cliente, tales como la capacidad de endeudamiento y solvencia, actividad económica, experiencia financiera, ocupación y poder adquisitivo del solicitante.

En cuanto a la primera variable *desarrollo territorial*, se encontró que más del 50% de los encuestados, comprenden esta como la cercanía que tienen las entidades con los clientes al momento de entregar productos y servicios, según sus necesidades; en el que se incluyen canales de distribución como procesos no bancarios a través de redes de intermediación, que les permite a los establecimientos prestar algunos servicios financieros, a través de terceros, llamados *corresponsales no bancarios*; con el fin de llegar a regiones o sectores donde la presencia de los bancos es limitada. El 33% de los encuestados argumentan a

<sup>2</sup> CDT: Certificado De Depósito a Término. Herramienta de inversión bajo la modalidad de renta fija, donde se especifica desde el comienzo del contrato la rentabilidad sin variabilidad.

que la *proximidad*, se refiere a tener mejores servicios mediante la ampliación de su red de oficinas, y por último el 17%, afirma esta se refiere a la familiaridad y compromiso con los clientes y con el entorno.

Cuando se indagó sobre los productos y servicios financieros que han generado las instituciones para fortalecer la *proximidad* en términos de desarrollo territorial, manifestaron que los productos de las líneas de ahorro y crédito fueron creados en pro del desarrollo del territorio en donde operan. Por lo tanto, el 61% de los encuestados argumentan que las capacitaciones sobre desarrollo empresarial y manejo financiero brindadas a las empresas hacen parte de la estrategia para fortalecer la *proximidad* con sus clientes. Se evidencia que el 67% de estas estrategias se realizan en forma ocasional y tan sólo el 33% restante, lo realizan permanentemente.

Con relación a la participación de la entidad en redes de apoyo dentro de su área de influencia, el 65% manifiestan que las entidades contribuyen por medio de distintas estrategias tales como: programas culturales en el área de influencia, acceso a la banca humana, fortalecimiento de unidades familiares productivas y acompañamiento en los planes de negocio; y el 35% restante manifiesta no tener conocimiento sobre este tipo de prácticas en la entidad. Se destaca que el fortalecimiento de las Mipymes<sup>3</sup> en el sector rural, se efectúa mediante el acercamiento con las comunidades a la educación financiera y capacitaciones a unidades de negocio, para contribuir a su prosperidad en etapa temprana.

En cuanto a las alianzas estratégicas, los resultados reflejan que en las entidades no se evidencia estrategias orientadas a configurar alianzas empresariales que promuevan el desarrollo conjunto entre empresas a través de economías de escala, redes de colaboración financiera y operacional que permita incrementar sus niveles de competitividad.

El 70% de los encuestados manifiestan que el concepto de estrategia empresarial clúster, corresponde a estrategias del mercado que buscan sinergias entre empresas y personas para unir esfuerzos conjuntos de una cadena productiva, y la integración se realiza entre agentes que pertenecen a un mismo sector o a una vocación económica similar. Añaden que resaltan la conformación especial de la triple hélice: empresa, universidad y Estado, que forman parte fundamental en esta integración. Una de las cooperativas encuestadas, respondió lo siguiente:

<sup>3</sup> Mipymes: Micro, pequeñas y medianas empresas

La palabra *clúster* proviene de distritos industriales para generar procesos productivos, tiene un fin, ser competitivo y efectivo en cada uno de los procesos, pero no existe ubicación geográfica, son todas las industrias que hacen parte de un sector productivo específico.

En la segunda variable denominada *mercado*, los resultados arrojan que el 90% del marco muestral, las entidades ofrecen permanentemente créditos para todo tipo de empresas, entre los que se destacan créditos de libre inversión y de capital de trabajo y los plazos son ajustados a las necesidades de las empresas para incentivar y contribuir al desarrollo de los sectores de la economía. El 12% aporta a la competitividad del sector, por medio del apoyo a las políticas públicas actuales del Estado orientados a fortalecer el desarrollo local, los servicios de acompañamiento y trabajo social. El 34% aporta al fortalecimiento y expansión de las redes bancarias en las comunidades de mayor vulnerabilidad y se enfocan en crear productos financieros con costos competitivos en el marco de la diferenciación de las políticas financieras tradicionales. Sin embargo, el 26% de los encuestados reconocen la importancia y la necesidad de construir lazos productivos en la región antioqueña con el compromiso de desarrollar nuevos productos o mejorarlos, y añadieron que actualmente se encuentra en fase de creación. Por el contrario, el 6%, reconoce que la gestión es insuficiente para contribuir al buen desempeño del sector productivo.

Con relación a los lazos de confianza entre las entidades objeto de estudio y sus clientes, solo el 5% argumenta que la confianza realmente se logra materializar mediante una encuesta que realizan periódicamente a sus clientes sobre la percepción de confianza para el *Informe de generación de valor social*. Mientras que en las cooperativas financieras arrojó que incluyen el valor de la familia en las redes de confianza que se establecen con sus asociados, en la que enfatizan que el compromiso y la honestidad en los vínculos comerciales y financieros, han sido claves para establecer relaciones de largo plazo, como símbolo intrínseco de progreso.

En la variable *operación*, el estudio arrojó que las entidades estructuran productos y servicios financieros para mejorar el desempeño en la cadena de valor dentro de las operaciones de las empresas, pero en términos de tasas de interés. El 51% ofrece tasa diferencial a los clientes, analizados de forma individual, mientras que el 49% restante indica no tener diferenciación en las tasas de interés, puesto que las políticas internas no permiten otorgar tasas diferenciadoras en la mayoría de los casos. El 67% de quienes afirmaron otorgar tasas diferenciales

hacen énfasis en que fueron creadas con el fin de contribuir al desarrollo y mejoramiento de las operaciones de las empresas; sin embargo, ninguna de las instituciones otorga créditos a grupos de empresas por sectores productivos. También se aclara que la definición de la tasa de interés se establece por medio de estudios de sus competidores, variables macroeconómicas, necesidades del mercado, margen de intermediación y normatividad de referencia bancaria que les permita a una combinación ideal entre competitividad y liderazgo. En este contexto, el 83% de las entidades, afirma que no hay diferencia de productos y servicios entre personas jurídicas y grupos de empresas, mientras que el 17% restante, argumenta que según el perfil empresarial si hay diferencial en los productos y las tasas de interés.

De igual forma, el 51% indica no tener en su portafolio algún tipo de producto o servicio para grupos de empresas. El 49 % restante, afirma que están trabajando en el diseño de productos para programas y financiaciones conjuntas que permitan el fortalecimiento de sectores productivos, y que a su vez aporten al desarrollo nacional, mediante el liderazgo de grandes obras, acompañado de un buen trabajo en equipo con el Estado, las empresas, y la academia. En este sentido, mencionan que es importante la elaboración de un contrato que establezca la relación jurídica de las empresas, así como de organizaciones individuales, puesto que la Superintendencia Financiera de Colombia, según el marco legal exige que las empresas y/o personas jurídicas tengan reglamentaciones legales, jurídicas, comerciales y financieras, tales como registro en cámara de comercio o Rut, estados financieros y flujos de caja actualizados y públicos.

En cuanto a la variable *objetivos empresariales*, la contribución que hacen los establecimientos de crédito para generar acuerdos de cooperación entre empresas, manifestaron en un 86% que lo realizan por medio del apoyo a nuevos emprendimientos en la región, y que articulan su cadena de valor con otras empresas, siempre y cuando exista personería jurídica de forma independiente. Sin embargo; los establecimientos pertenecientes al sector cooperativo colombiano, fueron enfáticos al decir que, a través de la Red de Cooperativas Financieras de Antioquia, se promueve el trabajo cooperativo, desde la financiación, el fortalecimiento del sector y la educación financiera.

La oferta de nuevos productos y servicios financieros y considerando los objetivos comunes de los grupos de empresas en aras de fortalecer la competitividad, se encontró que el 67% del tamaño muestral tiene en cuenta los objetivos de las empresas a la hora de estructurar sus productos y servicios financieros; pero el

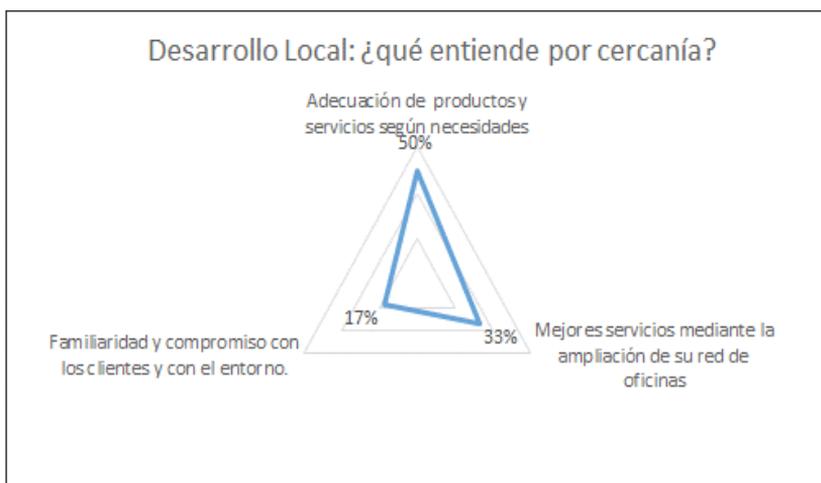
100% afirma que no han evaluado aún las características de las economías de escala en la conformación de un portafolio que esté dirigido a las empresas que se alían para aunar esfuerzos y responsabilidades en compromisos financieros. En tal sentido, los objetivos empresariales solo se consideran de forma individual a la hora de otorgar créditos.

Los resultados de la quinta variable *normatividad*, arrojó que el 100% de los establecimientos de crédito no ha formulado políticas para la integración empresarial, es decir, dentro de su marco normativo para la creación de productos y servicios financieros no es relevante fortalecer los sectores de la economía, incluso, si hay conformación legal y de responsabilidades que avalen de forma económica los compromisos para cumplir con el costo de la deuda. Añaden que las entidades dedicadas al apoyo de sectores como el floricultor, cafetero, arrocero, papicultor, entre otros; existen políticas dadas de forma conjunta con el Estado para otorgar créditos y productos específicos.

### 3. Conclusiones

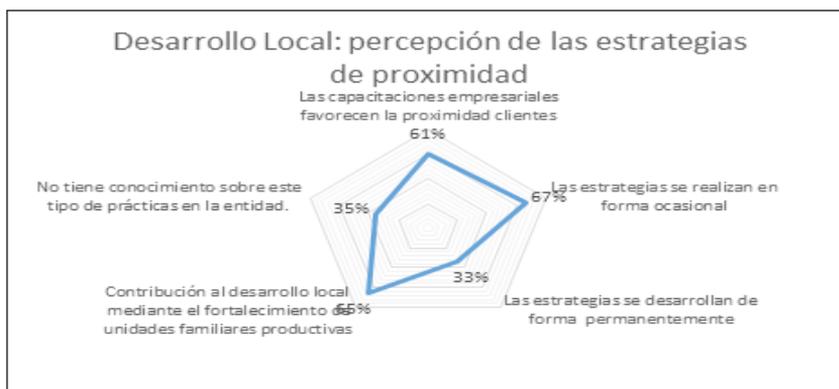
No se evidencia el desarrollo del territorio como el alcance demográfico y territorial en la implementación de experiencias en red tal sino como términos de cercanía y proximidad como se sintetiza en las gráficas 3 y 4.

Gráfica 3. Percepción de desarrollo local en términos de cercanía



Fuente: elaboración propia

Gráfica 4. Percepción de desarrollo local en términos de proximidad



Fuente: elaboración propia

La percepción que tienen los establecimientos de crédito, en su mayoría, con respecto a la definición de clúster, es la asociación con la producción y se deja a un lado la misión estratégica y de cooperación que tienen las empresas pertenecientes a un gremio específico para unir esfuerzos con objetivos económicos similares con visión colectiva de ser competitivos en otras localidades, y la construcción conjunta para competir con industrias extranjeras, detectar amenazas externas y obtener beneficios de las oportunidades que brindan entidades públicas y privadas para el fomento de la competitividad en el marco de la globalización.

No se evidencia una estrategia específica que fomente créditos para fortalecer proyectos asociados a la integración empresarial modalidad clúster, bien sea por la ausencia de políticas orientadas a productos financieros en forma colectiva, o por la poca claridad en la conceptualización de las empresas integradas. En tal sentido, las instituciones financieras promocionan productos ajustados a las necesidades de los clientes y a otorgar créditos de forma individual a personas jurídicas pero que no excedan las políticas de la institución.

En los hallazgos se identificó que las entidades perciben la integración empresarial modalidad clúster como la unión de dos o más empresas de una misma actividad económica, o que pertenecen a una misma cadena de valor, sin importar el tipo de relación contractual o jurídica, para favorecer de ciertas operaciones en el mercado. Además, la categoría más trabajada fue desarrollo territorial, puesto que la estrategia para fortalecer la proximidad con sus clientes

ha sido la creación de nuevas oficinas o convenios con corresponsales no bancarios, facilitando a personas naturales y jurídicas el acceso a los diferentes productos diseñados por las diferentes entidades. No obstante, no han creado productos financieros que puedan ser usados por grupos empresariales de sectores económicos específicos.

En términos de la variable mercado, las entidades promocionan productos ajustados a las necesidades de los clientes y aunque considera la confianza como un aspecto fundamental en el logro de sus objetivos para otorgar créditos de forma individual tanto a personas jurídicas como naturales, no conceden créditos a grupos de empresas porque excedan las políticas institucionales. Por tanto, las entidades han forjado lazos de confianza con sus clientes a través de actividades propias y reglamentarias, como el sistema de quejas, reclamos y sugerencias, grupos focales con clientes específicos y asesores comerciales quienes canalizan la información necesaria y toman medidas que mejoren su red de cercanía y transparencia con los clientes.

En cuanto a la variable operación se identificó que, aunque las empresas se integran para beneficiarse con economías de escala o realizar alianzas que fortalezcan su comunidad y sector, no lo hacen de manera contractual y esto dificulta la entrega de créditos para que cumplan con su operación y más aún, no es causal de diferenciación de tasas de interés en el mismo. Es relevante, la existencia de un contrato formal y jurídico que indique la existencia de una sociedad, alianza, o unión, que tenga como objetivo el desarrollo de su localidad y sector

Las entidades financieras identifican que los objetivos empresariales se realizan de forma individual pero no se reconocen como grupos de empresas que se organizan para el cumplimiento de sus estrategias comunes, y en tal sentido otorgan créditos y ofertan ahorros, y demás productos de sus portafolios de forma individual y no como una asociación empresarial, lo que imposibilita la creación de productos para gremios específicos económicos y productivos, generando menor competitividad en el sector. Sin embargo, en Alemania la creación de productos financieros de manera colectiva para gremios específicos de la economía, han demostrado niveles de competitividad en su PIB<sup>4</sup> con respecto a otros países (Confecoop, 2017)

---

<sup>4</sup> PIB: Producto interno bruto, para Alemania en el año 2016 fue de 3.132.670M e, ubicándose en la cuarta mejor economía del mundo.

Finalmente, desde lo normativo, no se encontró evidencia que las instituciones financieras colombianas, región Antioquia, tengan formulado políticas para la creación de productos y servicios financieros orientados a la integración empresarial, con el fin de obtener el aprovechamiento de externalidades de los grupos de empresas como estrategia de crecimiento interno.

### 3.1 Limitantes de la investigación

En la investigación se apreciaron dos limitaciones, la primera es que no se encontraron estudios empíricos que aborden la integración empresarial con los establecimientos de crédito en Antioquia; y la segunda limitante fue el poco acceso a la información primaria por parte de los establecimientos de crédito, dado que el trabajo de campo fue arduo para obtener información de las fuentes primarias y además, las restricciones que como directivos deben asumir en cuanto al *core del negocio* de las entidades que representan, y que en algunos casos no se motivaron al suministro de la misma.

### 3.2 Líneas futuras de investigación

Para investigaciones futuras derivadas de este estudio se recomienda evaluar la percepción que tienen los diferentes gremios económicos y productivos, en particular las integraciones empresariales que actualmente están estructurados como clúster, sobre el apoyo que han tenido por parte del sector financiero para fortalecer la competitividad, como colectivos económicos y sociales, tanto en Colombia como en otros países emergentes.

## Referencias

- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada.
- Antioquia, C. d. (2015). *Documentos comunidad Cluster No. 9: Consolidación de una plataforma de negocios*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín.
- Asobancaria. (01 de 03 de 2017). Obtenido de <http://www.asobancaria.com/normatividad/>: [www.asobancaria.com](http://www.asobancaria.com)
- Azua, j. Y andersen, a. (2000). *Alianzas competitivas para la nueva economía*. McGraw-Hill, Madrid (España).
- Becattini, G. (1989). *Reflexiones sobre Distritos Industriales de Marshall: Concepto Socioeconómico*". Parma.
- Boisier, S. (1999). *Teorías y Metáforas sobre el Desarrollo Territorial*. Libros de la CEPAL.

- Bonta, P., & Farber, M. (2003). 199 *preguntas sobre marketing y publicidad*. Norma.
- Buiza, G. (2013). El área de operaciones de las empresas: Evolución, funciones y nuevas tendencias. *Blog Corporativo IAT*, 3.
- Carrie, A.S., 2000. From integrated enterprises to regional clusters: the changing basis of competition. *Computers in Industry* 42, 289–298
- Camaramedellin. (1 de 3 de 2017). Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad/Comunidad-Cluster.aspx>: [www.camaramedellin.com.co](http://www.camaramedellin.com.co)
- Chica, A. A., Costa, J. L. C., de Calidad, V., & Europea, A. (2006). Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios de escalas de opinión. Marfil Editores
- Coase, R. (1937). The nature of the Firm. *Económica*. London.
- Confecoop. (1 de 3 de 2017). <http://confecoop.coop/cooperativismo/en-el-mundo/alemania/>. Obtenido de [www.confecoop.coop](http://www.confecoop.coop)
- Corrales, S. (2007). Importancia del clúster en el desarrollo regional actual. *Frontera Norte*, XIX(37), 173-20
- Cuba-Fuentes, M., Jurado, G., & Estrella, E. (2011). Evaluación del cumplimiento de los atributos de la Atención Primaria y grado de satisfacción de los usuarios de un establecimiento de primer nivel de atención. *Revista Medica Herediana*, 22(1), 4-9
- Dei Ottati, G. (2002). Social Concertation and Local Development: The Case of Industrial Districts. *European Planning Studies*, 10 (4), 449-466.
- Escudero, J. (28 de 12 de 2009). *Emprendedores.es*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/estrategias-empresariales/reduccion-de-costes>
- Esteban, J. M. (2009). Clusters y competitividad. I *Encuentro de Agrupaciones*.
- García, A., & Marquetti, H. (2005). Cadenas, redes y clusters productivos: aspectos teóricos. *Centro de Estudios de la Economía Cubana, Universidad de la Habana, Cuba*.
- Garteiz, J. M. (14 de 03 de 2009). *Objetivos empresariales*. Obtenido de My Coach: <http://www.mycoach.es/2009/03/14/objetivos-empresariales/>
- Giorgio, F. (2000). *La Integración Regional y la Revalorización Local como Estrategia de Crecimiento Científico y Económico*. La Plata: Mercopremio.
- Harrison, B., "Industrial Districts: Old Wine in New Bottles", *Regional Studies*, vol. 26, núm. 5, 1992.
- Hill, E.W., Brennan, J.F., 2000. A methodology for identifying the drivers of industrial clusters: the foundation of regional competitive advantage. *Economic Development Quarterly* 14, 65–96.
- Hirschman, Albert. 1983 *La Estrategia Del Desarrollo Económico*. En: *El Trimestre Económico*. México. Vol. 50 (Julio – Septiembre).
- Ianni, O. (1996). *Teorías de la globalización*. Siglo XXI

- John, C. H., & Pouder, R. W. (2006). Technology clusters versus industry clusters: resources, networks, and regional advantages. *Growth and Change*, 37(2), 141-171.
- Kachala, T., & Kovalchuk, Y. (2015). Ukrainian business in european integration process: a cluster approach. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 2(1)
- Kassalis, I. (2010, October). Industrial Clusters: an Opportunity to Stimulate Business Entities Integration and Competitiveness. In *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings* (No. 23).
- Krugman, P., 1991. *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge
- Lazzeretti, L. Distritos industriales, clusters y otros: un análisis trespassing entre la economía industrial y la gestión estratégica. *Economía Industrial*, No. 359, 2006, pp. 59-79
- Lefcovich, M. (2005). *Teoría de la administración de operaciones*. Obtenido de Gestipoli: <http://www.gestipolis.com/Canales4/ger/adoperaciones.htm>
- López, C., & Ripoll, C. (1999). Distritos industriales: Experiencias de acción conjunta y cooperación interempresarial para el desarrollo de la pequeña y mediana industria. *Espacios*, 20(2).
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. Londres: McMillan.
- Marshall, Alfred, *Principles of Economics*, 8a. ed., Londres, Mcmillan, 1920.
- Medel Cámara, B., & Domínguez Martínez, J. M. (2004). Productividad y convergencia económica: el caso de España en el contexto de los países de la OCDE (1980-2003). *Cuadernos de Información Económica*, (181), 18-26.
- Nandy, D. (2012). Efficiency study of Indian public sector banks—an application of data envelopment analysis and cluster analysis. *International Journal of Business Performance Management*, 13(3-4), 312-329
- Narváez, M., Fernández, G., Senior, Alexa. (2008) El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica, *Opción*, año 24, No. 57 p 74 - 92
- Oeming, & Blobel. (2009). *Modelo Arquitectónico de interoperabilidad entre Instituciones prestadoras de salud en Colombia*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/heldersoft/modelo-arquitectonico-de-interoperabilidad-entre-instituciones-pr>
- Padilla, Á. (06 de 02 de 2012). *Administración de operaciones. Definición y aplicaciones*. Obtenido de [http://www.mailxmail.com/administracion-operaciones-definicion-aplicacion\\_h](http://www.mailxmail.com/administracion-operaciones-definicion-aplicacion_h)
- Peñalosa, M. (2010). Las alianzas interempresariales en el estado de Mérida, Venezuela. *Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de Los Andes*.
- Po-Hsuan Hsu, Joseph, Z., Yu, H.-C., Yuo, C.-C., Lo, T.-H., 2003. Exploring the interaction between incubators and industrial clusters: the case of the ITRI incubator in Taiwan. *R&D Management* 33 (1), 79–90.
- Porter, M. E. (1990). *PorterThe Competitive Advantage of Nations*Free Press, New York (1990)

- Porter, M. E. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.
- Porter, M.E., 2000. Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly* 14, 15–34.
- Puentes, W. F. (2013). La función de los cluster dentro de la política económica en el mundo de hoy. *Pre-til*, 119-127
- Richardson, G. (1972). The Organization of Industry. *Economic Journal*(82), 883-896.
- Richardson, H. (1978). El Estado de la Economía Regional: Un artículo de síntesis. *Estudios Regionales*(3), 147-217.
- Storper, Michael, "The Limits to Globalization: Technology Districts and International Trade", *Economy Geography*, vol. 68, núm. 1, 1992
- Tortosa-Ausina, E. (2002). Cost efficiency and product mix clusters across the Spanish banking industry. *Review of Industrial organization*, 20(2), 163-181

**Para citar este artículo/to reference this article /para citar este artigo**

- Bedoya Ríos, B.E., y Durango Gutierrez, M.P. (2017). Percepción de la integración empresarial bajo la modalidad clúster en los establecimientos de crédito en Antioquia. *Escenarios: empresa y territorio*, 6(8), p-p. 133-156. DOI: 10.31469/escenarios.v6n8a6

## Anexo 1. Encuesta aplicada a los establecimientos de crédito en Antioquia

3. DIMENSIÓN: DESARROLLO TERRITORIAL			
<p>3.1 A qué segmento de mercado están dirigidos los productos y/o servicios financieros que su entidad ofrece? <i>Seleccione una o varias opciones</i></p>			
3.1.1 <input type="checkbox"/> Personas naturales	3.1.3 <input type="checkbox"/> Microempresas	3.1.5 <input type="checkbox"/> Grandes empresas	
3.1.2 <input type="checkbox"/> Pensionados	3.1.4 <input type="checkbox"/> Pymes	3.1.6 <input type="checkbox"/> Estado	
(Si su respuesta son personas naturales y/o pensionados, se termina la encuesta)			
<p>3.2 ¿Cuál es el área de influencia en prestación de servicios financieros de la entidad a la cual usted pertenece? <i>Seleccione una o varias opciones</i></p>			
3.2.1 <input type="checkbox"/> Ciudades Principales	3.2.3 <input type="checkbox"/> Municipios	3.2.5 <input type="checkbox"/> Regional	3.2.7 <input type="checkbox"/> Internacional
3.2.2 <input type="checkbox"/> Municipios Intermedios	3.2.4 <input type="checkbox"/> Departamentos	3.2.6 <input type="checkbox"/> Nacional	
<p>3.3 ¿Cómo define el concepto de proximidad la empresa donde usted labora?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.4 De la respuesta anterior, ¿Qué productos y/o servicios financieros ha generado su empresa para fortalecer la proximidad en términos de desarrollo territorial?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.5 ¿Con qué frecuencia ha implementado productos descritos en la respuesta del numeral 3.4?</p>			
3.5.1 <input type="checkbox"/> Ocasional		3.5.2 <input type="checkbox"/> Permanente	
<p>3.6 En caso de ser ocasional, describa los criterios de selección de esta frecuencia</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.7 La entidad para la cual labora ha participado de redes de apoyo de negocio para su área de influencia?</p>			
3.7.1 <input type="checkbox"/>		3.7.2 <input type="checkbox"/> No	
3.7.3 <input type="checkbox"/> No sabe/No responde			
(Si su respuesta es negativa, continúe con la pregunta número 11)			
<p>3.8 Si su respuesta es afirmativa, ¿En cuáles redes de apoyo han contribuido?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.9 Describa cómo ha sido la experiencia en las redes de apoyo productivo</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.10 ¿Cuál ha sido la vivencia de aprendizaje colectivo como: capacidad de adaptación, actualización y transferencia de conocimiento; entre la empresa y las redes de apoyo productivo?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.11 Dentro de las políticas institucionales de la empresa donde usted labora, ¿Conoce planes que a partir del desarrollo local genere alianzas empresariales?</p>			
3.11.1 <input type="checkbox"/> Sí		3.11.2 <input type="checkbox"/> No	
<p>3.12 Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son los planes que ha desarrollado?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>3.13 ¿Qué entiende usted por estrategia empresarial Clúster?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			

4. DIMENSIÓN: MERCADO

La Entidad Financiera para la cual usted trabaja(...)

4.1 ¿Ha estructurado productos y/o servicios financieros con el fin de atender las necesidades de inversión y financiación de grupos de empresas, con el fin de incentivar vínculos de colaboración?

4.1.1  Sí      4.1.2  No

4.2 Si la respuesta es afirmativa, ¿Qué productos y/o servicios financieros ha estructurado para este fin?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4.3 ¿Ha diseñado productos y/o servicios financieros para el aprovechamiento de las externalidades de los grupos de empresas que atiende?

4.3.1  Sí      4.3.2  No

4.4 Si su respuesta es afirmativa, ¿Qué productos y/o servicios financieros ha diseñado para este fin?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4.5 ¿Cómo contribuye a la competitividad del sector productivo?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4.6 Tiene relaciones financieras con sus cliente, ¿Cuál ha sido el nivel de confianza entre ellos?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4.7 ¿Qué parámetros tienen establecidos para otorgar productos y/o servicios financieros a grupos de empresas que generen un nivel de confianza aceptable a su institución?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4.8 ¿Ha aprovechado la aglomeración o la cercanía territorial entre organizaciones para diseñar productos y/o servicios financieros que atiendan a un grupo de empresas con fines específicos?

4.8.1  Sí      4.8.2  No

4.9 Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles Productos y/o servicios financieros ha diseñado para atender grupos de empresas aglomeradas?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. DIMENSIÓN: OPERACIÓN

5.1 Su entidad tiene productos y/o servicios financieros que optimizan la cadena de valor para grupos de empresas, al fortalecer el abastecimiento, la infraestructura, los Recursos Humanos y/o la investigación y desarrollo?

5.1.1  Sí      5.1.2  No

5.2 Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son los productos y/o servicios financieros que optimizan la cadena de valor de los grupos de empresas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.3 Cuáles son los criterios de diferenciación para tasas de interés de colocación?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.4 Cuáles son los criterios de diferenciación para tasas de interés de captación?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.5 ¿Los productos y/o servicios financieros son diferenciados por grupos de empresas?

5.5.1  Sí      5.5.2  No

5.6 ¿Cuál es el papel que juegan los contratos en la prestación productos y/o servicios financieros de empresas que pretenden integrarse entre sí?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.7 ¿Se requiere de un contrato para la consecución de productos y/o servicios financieros para un grupo de empresas.?

5.7.1  Sí      5.7.2  No

5.8 ¿Qué tipo de contrato exige su entidad para otorgar productos y/o servicios financieros para un grupo de empresas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.9 ¿Cómo contribuye su entidad para generar acuerdos de promoción cooperación entre instituciones y empresas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. DIMENSIÓN: OBJETIVOS EMPRESARIALES	
6.1 En la estructuración de productos y/o servicios financieros, ¿se tienen en cuenta los objetivos comunes definidos por los grupos de empresas?	
6.1.1 <input type="checkbox"/> Sí	6.1.2 <input type="checkbox"/> No
6.2 ¿Existe una reducción de costos en la aprobación de productos y/o servicios financieros para grupos empresariales?	
6.2.1 <input type="checkbox"/> Sí	6.2.2 <input type="checkbox"/> No
6.3 La Entidad ha evaluado el aprovechamiento de las economías de escala en el ofrecimiento de productos y/o servicios financieros a los grupos de empresas?	
6.3.1 <input type="checkbox"/> Sí	6.3.2 <input type="checkbox"/> No
7. DIMENSIÓN: NORMATIVIDAD	
7.1 ¿Conoce si la entidad para la cual usted trabaja, ha formulado políticas para contribuir con la integración empresarial?	
7.1.1 <input type="checkbox"/> Sí	7.1.2 <input type="checkbox"/> No
7.2 Si la respuesta es afirmativa, describa las políticas que conozca sobre contribución a la integración empresarial.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
7.3 ¿Qué sectores se han beneficiado esas políticas?	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
7. OBSERVACIONES	
<b>¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!</b>	