

Martes 06 de febrero, 2007
San José, Costa Rica.

Noticias Economía:
El especialista

Responsabilidad social en la banca

Daira Gómez
Directora de Cegesti



/ LA NACIÓN

El sector bancario ha sido tradicionalmente evaluado con base en indicadores financieros.

Sin embargo, en los últimos años y conforme se avanza en los conceptos de responsabilidad social se empieza a exigir una evaluación integral de su desempeño en en las tres dimensiones del desarrollo sostenible.

Esta exigencia ha motivado a los bancos a demostrar su desempeño siguiendo principios internacionales, como "*Los Principios del Ecuador*", o nacionales, como los establecidos por asociaciones bancarias.

Otros bancos, han decidido publicar reportes de sostenibilidad para dar a conocer sus resultados, o bien, han introducido buenas prácticas en términos de proyección social y atención a clientes con necesidades especiales.

Con el propósito de demostrar el compromiso con la sostenibilidad, es también importante que los bancos revisen su marco estratégico.

Esta revisión conduce a asegurar que la misión, los productos que se ofrecen y su estrategia empresarial propicien el desarrollo sostenible.

Los bancos, al examinar su misión deberán preguntarse, el rol que tienen en la sociedad y su contribución en el cumplimiento de objetivos globales relacionados con la reducción de la pobreza, la preservación de los recursos naturales y la mejora de los sistemas comerciales, entre otros.

Al evaluar sus productos deberá preguntarse si el crédito que brinda estimula la creación de nuevos empresarios, si favorece la inversión en tecnologías limpias, o bien la construcción de viviendas en zonas de pobreza.

Como resultado de esta revisión deberá, asimismo, ajustar su estrategia.

Así se deberán enfocar en aquellos impactos ambientales y sociales de mayor prioridad y en los que tiene mayor capacidad de incidir positivamente. En el camino hacia la sostenibilidad, el sector bancario requiere de grandes dosis de innovación que le permitan llegar a nuevos mercados, retroalimentarse de los grupos con los que interactúa y construir productos y servicios diferentes.

Requiere una nueva forma de hacer negocios.