E

s frecuente escuchar, entre los responsables del SARLAFT, que “*el compromiso de la Alta Dirección con el sistema no es el esperado*”. Muchos se quejan de dicha situación y, al mismo tiempo, se preguntan ¿Cómo hacer para que este compromiso sea obligatorio y se cumpla? En el fondo se percibe un… *- ¡Ellos son los culpables, yo soy la victima!*

Al respecto es válido cuestionar sí realmente la Alta Dirección es responsable de falta de compromiso, o si, al contrario, quien lidera la implementación del SARLAFT al interior de la entidad no ha logrado posicionar el sistema adecuadamente, alineándolo con el plan estratégico.

De ser cierta esta última perspectiva, se podría concluir que el responsable del SARLAFT solo ha realizado una “venta del sistema”, como una imposición del regulador y en consecuencia, ha dificultado significativamente el entendimiento de los beneficios derivados de involucrar el SARLAFT dentro del plan estratégico de la entidad. Sobre el particular, debe tenerse en cuenta que un compromiso de este tipo no se debe imponer, él se adquiere cuando el producto es relevante en el logro de metas y el cumplimiento de objetivos. Así las cosas, no podemos exigir compromiso cuando no demostramos o, por lo menos, argumentamos, los beneficios y aportes que genera el sistema de administración de riesgos en la entidad.

Una alternativa para dirimir el conflicto puede nacer de la Alta Dirección, anclando el SARLAFT a las estrategias corporativas de la entidad. Lo anterior se materializa a través de un análisis del contexto interno y externo de la entidad, que identifique a las organizaciones delictivas dedicadas al fraude, lavado de activos y espionaje corporativo, como una amenaza potencial para la entidad. Sí se conoce el impacto negativo de estas organizaciones delictivas, sobre los recursos financieros y tecnológicos, los activos de información, la reputación e incluso la continuidad del negocio, es posible definir una estrategia que permita blindar a la entidad.

La propuesta directa va dirigida a definir dentro de las organizaciones el concepto de Seguridad Corporativa, como una estrategia de la entidad, concepto desde la óptica del *Security y no del Safety,* es decir, definiendo estructuras de seguridad frente a amenazas externas, que pueden afectar la estabilidad y continuidad del negocio.

En definitiva el SARLAFT, al igual que otros sistemas, deben incorporarse dentro de los sistemas de gestión de la entidad, anclado a una estrategia, que en este caso corresponde a una estrategia de Seguridad Corporativa, mas no como una imposición que lo podría convertir en una piedra en el zapato corporativo.

Seguramente si la Alta Dirección percibe claramente la razón de ser, los beneficios, el efecto positivo y real de los productos del sistema, se comprometerá realmente con la disciplina, mantenimiento y evolución del SARLAFT.

*Jenith Esmeralda Linares Galván*