

LOS MIEDOS QUE IMPIDEN QUE LAS EMPRESAS COMBATAN EL FRAUDE Y LA CORRUPCIÓN (2)

Miedo # 2: LA TECNOLOGÍA. A muchos directivos de compañías les preocupa que al implementar nuevos programas o aplicativos se pueda incrementar su exposición al fraude por causa de violaciones a la seguridad. A otros les atemoriza que en algún momento la tecnología llegue a reemplazar a los auditores internos. Si bien la encriptación de los datos y herramientas similares pueden combatir de manera efectiva el riesgo de fugas de información, aliviar los temores nacidos del desconocimiento resulta a veces mucho más complicado.

Lo primero que debe tenerse claro es que los programas y sistemas son herramientas que permiten y facilitan el manejo de grandes volúmenes de información en diferentes ambientes, pero ello NO puede llevar a creer que son herramientas para administrar empresas, ni menos para reemplazar el juicio de las personas. Ni los computadores ni los programas que en ellos se corren son capaces de “descubrir” fraudes. Son simplemente herramientas que ayudan a organizar la información;

pero siempre (por lo menos en el presente) serán los seres humanos quienes le encontrarán el sentido a la información organizada de manera específica por un sistema. Dicho de otra manera, el humano será quien le pida al sistema que combine la información disponible de varias fuentes, a fin de encontrar señales que podrían llevar a direccionar una investigación en el camino correcto. Estas señales de alerta pueden terminar siendo un simple error en un registro, o una grave anomalía, pero ello solo es discernible para las personas. La inteligencia artificial todavía no llega hasta ese punto.

Miedo #3: PÉRDIDA DE REPUTACIÓN. Las primeras ideas que le vienen a la mente a la mayoría de los directivos de empresas en las cuales se descubre un fraude son:

- Cómo ello puede afectar a su propia imagen como gerentes infalibles.
- Cómo va a afectar sus propios resultados y bonificaciones.
- Cómo va a afectar la imagen corporativa.

Las denominadas redes sociales se han convertido en un medio formidable de repartir información, sin importar si ella es cierta o no. Basta con que un empleado o cualquier persona suelten un comentario en uno de estos sitios, para que en cuestión de pocas horas el asunto sea del dominio público. Aceptando que ello es inevitable, la mejor estrategia es la de informar primero. Esto no implica que haya que contar la totalidad del hecho y sus detalles, ya que podría incluso hacer fracasar alguna investigación. Se trata más bien de hacer pública la política de la empresa acerca de su decisión de combatir abiertamente el fraude en todas sus manifestaciones, y preparar una estrategia comunicacional que permita hacerle frente a filtraciones o rumores, emitiendo comunicados claros y concisos acerca de cualquier situación que pueda comprometer la imagen de la empresa. Es de tener en cuenta que, en muchas ocasiones, los empleados recurren a denunciar públicamente hechos irregulares, cuando sienten que la empresa no pone a su disposición canales seguros para hacer sus denuncias internamente. Las Líneas Éticas son el mejor ejemplo de canales abiertos para que los empleados puedan hacer sus denuncias, incluso de manera anónima si lo prefieren.

La mejor manera de mostrar iniciativa en la lucha del fraude, surge de la

implementación de una serie de estrategias claras, como las siguientes:

PREDICAR CON EL EJEMPLO: los empleados, proveedores y clientes de una organización deben reconocer que la gerencia de la compañía predica y practica una clara línea de comportamiento ético, en la cual no tiene cabida la permisividad en casos de fraude;

SEGREGACIÓN DE FUNCIONES: debe insistirse hasta el cansancio en este punto. No pueden acumularse funciones en una misma persona o cargo, de tal manera que se evita que un solo funcionario pueda iniciar y terminar una transacción sin que otro intervenga.

CREAR UNA CULTURA DE LUCHA CONTRA EL FRAUDE: Los empleados deben percibir como un deber el reportar sospechas o hechos descubiertos. En la actualidad se descubren más fraudes por reportes anónimos que por la misma labor de auditoría. Establezca actividades anuales de sensibilización y capacitación para todos los empleados.

INVESTIGUE ADECUADAMENTE A SUS PROVEEDORES Y CLIENTES: La ley exige que las empresas conozcan de manera cercana a sus socios comerciales. No hacerlo podría llevar a la empresa a asociarse con personas al margen de la Ley, con serias

consecuencias para los directivos y la Organización.

ACTÚE. Si tiene conocimiento de un fraude, no cometa el grave error de dejarlo pasar. Si no se procede contra los responsables de un hecho fraudulento, éstos lo tomarán como una señal de debilidad y repetirán su delito. Por otro lado, el mensaje que se envía a los empleados honestos, que ven cómo un fraude se queda sin castigo, puede minar seriamente la moral de la empresa.

asr@asr.com.co

www.asr.com.co