

DECÁLOGO DE LA PREVENCIÓN DEL FRAUDE EN LAS ORGANIZACIONES

6. Involucre a sus proveedores y clientes en su lucha contra el fraude.

Para prevenir efectivamente el fraude en su organización, debe mirarse más allá del propio personal. Vendedores, proveedores y clientes pueden convertirse en formidables aliados, si se les convence de la importancia de combatir el fraude. Ofrezca a todos los componentes de su empresa extendida, la posibilidad de acceder a su línea directa de comunicación, para que estos puedan comunicar de manera anónima sus sospechas e inquietudes. Los funcionarios honestos de sus proveedores y clientes deben estar informados de los métodos de defraudación más conocidos, además de tener acceso a información sobre conductas deshonestas en torno a su empresa, como sobornos o comisiones ilegales.

7. Investigue la totalidad de informes y avisos que reciba.

Una vez recibida información sobre un posible fraude, resulta fundamental ponerla en conocimiento de las personas adecuadas dentro o fuera de la organización, para efectos de investigar.

Así, cada aviso queda documentado, se procede en consecuencia y se toman las acciones correspondientes.

El error más común que se comete al investigar denuncias anónimas es perder tiempo tratando de identificar la fuente, en lugar de verificar la información recibida. En la práctica, poco importa quién suministra la información, lo realmente importante es que resulte cierta y ayude a descubrir un fraude.

8. Determine con anticipación a quién se le informará acerca de las denuncias recibidas.

De todas las formas de manejar denuncias anónimas, sin duda la mejor es obtener su confirmación por dos medios independientes.

Por ejemplo, denuncias por fraude en horas extras deberán ser enviados al área de Recursos Humanos y al área de Producción. Las de fraude por vendedores deberán enviarse a las áreas de Auditoría y Comercial, etc.

Los fraudes no deberán ser investigados nunca por el revisor fiscal, si este es externo, ya que podría estar comprometida su gestión profesional y sus dictámenes sobre estados financieros ya aprobados.

9. Revise de manera permanente sus procedimientos de vinculación de personal.

El mejor momento para evitar relacionarse con un delincuente es la etapa de selección de personal. Revise los procedimientos, asegúrese de hacer las preguntas adecuadas respecto al pasado laboral y judicial de los candidatos, y por sobre todo, verifique cada documento que el aspirante aporte. Nunca de por sentado que un diploma voluminoso o certificado escrito en idioma extranjero tiene que ser auténtico. Tómese su tiempo y asegúrese de escoger lo mejor de lo que el mercado laboral tiene para ofrecer, tanto desde el punto de vista profesional como ético. Si el candidato tiene algo en su pasado que lamentar, lo mejor es

conocerlo antes de su vinculación y actuar en consecuencia.

10. Consiga el apoyo directo de la Junta Directiva.

El fraude es uno de los riesgos más mal administrados en las organizaciones, lo cual las expone a grandes pérdidas económicas y de reputación.

Idealmente, un miembro de la Junta Directiva debería actuar como "padrino" en el programa de evaluación del riesgo de fraude en la organización, liderando posteriormente la implementación de la estrategia adecuada para administrar dicho riesgo.

La Junta Directiva en pleno debería ser informada regularmente sobre el avance de este programa, para asegurarse que se cumpla adecuadamente.

Todo el personal de dirección, confianza y manejo debe hacerse explícita y personalmente responsable, no de manera general, por administrar el riesgo de fraude en su área de influencia dentro de la Organización.

Siguiendo estas simples recomendaciones, se mejora de manera sustancial el grado de impermeabilidad y resistencia de una empresa frente al fenómeno del fraude. En el desafiante mundo empresarial de hoy, ello equivale a muchos millones de pesos en utilidades salvadas.

Pero, más importante aun, la dirección de la empresa encontrará que esta manera de encarar el problema del fraude ayuda a crear el ambiente ético adecuado, enviando un claro mensaje a empleados, proveedores, clientes y propietarios de la Organización.