

## LOS MIEDOS QUE IMPIDEN QUE LAS EMPRESAS COMBATAN EL FRAUDE Y LA CORRUPCIÓN

En todos los foros posibles se habla acerca del impacto que el fraude y la corrupción tienen en la economía y en el desarrollo del país; así como en la vida de sus habitantes. Todos (casi todos realmente) en principio parecemos estar de acuerdo en que se impone una lucha frontal contra este flagelo, pero al mismo tiempo vemos cómo esos discursos indignados, esas frases efectistas que se pronuncian, se quedan en ese limbo del que no salimos sino para asombrarnos del nuevo hecho de corrupción descubierto; y prometernos, ahora sí que algo hay que hacer para combatir este flagelo.

Vamos a analizar las causas para demorar el emprendimiento de acciones que verdaderamente ataquen este enorme problema del fraude y la corrupción, verdaderos factores de depresión de la economía particular y del país.

**Miedo # 1: EL COSTO.** De la misma manera que no es posible valorar la relación de costo/beneficio cuando se compra un seguro o se instalan extintores en una empresa, el

verdadero retorno de la inversión en un plan de prevención del fraude resulta a veces muy difícil de medir. Si tengo un siniestro que afecte mi propiedad y cuento con una póliza de seguro, el retorno de dicha inversión resulta muy fácil de calcular, ya que por una prima pequeña logré obtener la indemnización por mis pérdidas. Pero si no tengo siniestros no me es posible calcular el retorno de la inversión en pólizas de seguro, en extintores y equipos contra incendio, vigilantes, circuitos cerrados de televisión, etc.

Lo mismo sucede cuando se trata de sustentar ante la alta gerencia una inversión en programas para prevenir el Fraude, ya que si este tipo de eventos no ocurre, o no se detectan, no se puede justificar dicha inversión, ni siquiera con el argumento de que fue el Programa la razón para que no se presentaran fraudes.

Un dato que puede ayudar en la determinación de la importancia de contar con un programa de gestión del riesgo de fraude es el cálculo de la **Contribución Marginal Neta**

(C'n). Este indicador se obtiene de la siguiente manera:

$$C'n = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingresos brutos}} \times 100$$

Este cálculo nos indicará qué porcentaje de los ingresos de una empresa quedan como utilidad, después de descontar los costos, gastos y reservas.

Las organizaciones dedicadas al comercio al detal, como las grandes superficies y supermercados, tienen una baja contribución marginal y un alto volumen de ventas, comparadas con empresas de servicios en las cuales es esperable un bajo volumen de ingresos pero una mayor contribución marginal.

Para ilustrar la importancia de este indicador como ayuda en la decisión de desarrollar y mantener una estrategia de lucha contra el fraude, vamos a calcular el impacto de un fraude en la contribución marginal de una empresa.

Supongamos que una organización tiene una C'n = 5%, lo que significa que, de cada \$100 de ingresos obtenidos, se tienen \$ 5 de utilidades para los dueños; esta es la contribución marginal neta.

Si se sufre una pérdida por fraude de \$60.000.000, ¿en cuánto habría que

incrementar los ingresos anuales de la empresa, para generar márgenes de contribución que cubran esta pérdida?

El cálculo es el siguiente:

$$C'n = 5\%$$

$$\text{Pérdida por fraude} = \$60.000.000$$

Ingresos adicionales necesarios para generar márgenes de contribución que cubran la pérdida por fraude =

$$60.000.000 / 0,05 = \$ 1'200.000.000$$

Sería necesario conseguir mil doscientos millones de pesos adicionales, para cubrir las pérdidas ocasionadas por el fraude sufrido. Ello sin contar con las pérdidas financieras ocasionadas a nuestros proveedores o clientes a consecuencia de los actos deshonestos de nuestros empleados, con el inevitable impacto negativo en la imagen corporativa, la reputación, la confianza en el equipo de trabajo y la información que casi siempre vienen asociadas a la ocurrencia de un acto deshonesto por parte de un empleado o colaborador cercano.

Quiere decir que resulta más que justificable la inversión en programas de manejo de este riesgo, el cual no solo puede perjudicar a las finanzas de una empresa, sino de manera más grave a su imagen corporativa.

En nuestra siguiente entrega discutiremos cómo el temor a la tecnología a veces paraliza los

esfuerzos por combatir el fraude; al igual que el temor al escándalo y la consecuente decisión de “esconder” lo mejor que se pueda la ocurrencia de este tipo de eventos.

[asr@asr.com.co](mailto:asr@asr.com.co)

[www.asr.com.co](http://www.asr.com.co)