



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

TITULO:

ANÁLISIS DEL MODELO DE COBRANZAS EN EMPRESAS DE
COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE MODERACIÓN Y SU RELACIÓN
CON EL RIESGO DE FRAUDE.

AUTOR:

CORRAL CORONEL LEONARDO MIGUEL

Trabajo De Titulación Previo A La Obtención Del Título De Ingeniero En
Contabilidad Y Auditoría CPA.

TUTOR:

ING. FABIAN DELGADO LOOR

Guayaquil, Ecuador

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: Leonardo Miguel Corral Coronel como requerimiento parcial para la obtención del Título de: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA.

TUTOR

f. _____

Ing. Fabian Delgado Loor

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

CPA. Laura Vera, MSc.

Guayaquil, 23 de agosto del 2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Leonardo Miguel Corral Coronel

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: “ANÁLISIS DEL MODELO DE COBRANZAS EN EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE MODERACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL RIESGO DE FRAUDE”, previa a la obtención del Título de: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 23 de agosto del 2019

EL AUTOR

f.

Corral Coronel, Leonardo Miguel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORIZACIÓN

Yo, Leonardo Miguel Corral Coronel

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “ANÁLISIS DEL MODELO DE COBRANZAS EN EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE MODERACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL RIESGO DE FRAUDE”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 23 de agosto del 2019

EL AUTOR:

f. _____

Corral Coronel, Leonardo Miguel

REPORTE URKUND

URKUND ★ Probar la nueva interfaz Urkund

Documento [Trabajo de Titulación Final Corral Coronel Leonardo.docx](#) (D54964616)

Presentado 2019-08-22 09:58 (-05:00)

Presentado por leonardocorral10@hotmail.com

Recibido fabian.delgado.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de estas 42 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
⊕ Categoría	Enlace/nombre de archivo
⊕ > [Icono]	Tesis Fraude 27-06-2016.docx
⊕ [Icono]	https://acfe-spain.com/recursos-contra-fraude/que-es-el-fraude/esquemas-de-fraude
⊕ [Icono]	http://www.olacefs.com/wp-content/uploads/2016/07/01.pdf
⊕ [Icono]	TESIS JENIFER CRIOLLO original.pdf
⊕ [Icono]	ZAMORA NORRY-DELGADO EVELIN 1.docx
⊕ [Icono]	http://www.incmnsz.mx/opencms/contenido/investigacion/comiteEtica/conflictointereses.html
⊕ [Icono]	https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/14838/SolanoAvellaDiegoRicardo2014.pdf?seque...

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

Link: <https://secure.orkund.com/view/53493884-449193->

[481304#BcExDoAgEATAv1BvzLFyd8BXjIUhaiikoTT+3Zk3PDPULRIxgwISTGDBSmiBw2VHmP0e/ertGO0MVRZhVkuFbu6qaqbf](https://secure.orkund.com/view/53493884-449193-481304#BcExDoAgEATAv1BvzLFyd8BXjIUhaiikoTT+3Zk3PDPULRIxgwISTGDBSmiBw2VHmP0e/ertGO0MVRZhVkuFbu6qaqbf)

[Dw==](#)

TUTOR



f. _____

Ing. Delgado Loor, Fabian

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a mi Dios por su amor y gracia; a mi pareja Jessica Lorenti por su apoyo y amor incondicional a lo largo de toda mi carrera universitaria; a mis amados padres por haberme dado siempre los mejores ejemplos para mi vida, por haberme brindado la mejor educación y por haberme aguantado también en muchos momentos difíciles, siempre serán mi motor de vida.

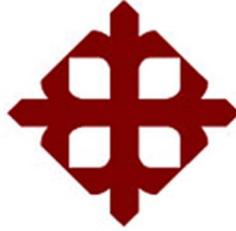
Leonardo Miguel Corral Coronel

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas aquellas personas que contribuyeron de una u otra forma a lo largo de mi carrera universitaria y profesional, serían muchos nombres, sin embargo sepan que sin ustedes este logro no habría sido posible. Especial dedicatoria a Jessica quien a lo largo de estos 7 años nunca se cansó de impulsarme para que logre obtener este título tan importante, sin ti esto solo fuera un muy lindo sueño.

Leonardo Miguel Corral Coronel

**UNIVERSIDAD
SANTIAGO DE**



**CATÓLICA DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD DE

CIENCIAS ECONÓMICAS

Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

CPA. Laura Vera, MSc.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Econ. Mercedes Baño Ph. D (c)

COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____

CPA. Arturo Avila Toledo MSc.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

CALIFICACIÓN

f. _____

Ing. Fabian Delgado Loor

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	XV
ABSTRACT	XVI
Introducción.....	2
Situación problemática	6
Contextualización del problema.	7
Formulación del problema	9
Propósito de la investigación	9
Naturaleza de la investigación	9
Objetivos de la investigación.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivo Específicos.....	10
Hipótesis de la investigación	11
Definición de términos.....	11
Identificación de variables	13
Limitación del problema.....	14
Capítulo I.....	14
Marco Teórico	15
Antecedentes del comercio y las cobranzas.....	15
Fundamentos teóricos del problema de investigación	16
Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga	34
Antecedentes del mercado cervecero.....	34
Mercado Cervecerero en el Ecuador.....	35
Cervecería Nacional.....	35

Portafolio de Productos.....	36
BIELA Ecuador	36
Partes involucradas	39
Instancias de cobro.....	41
Marco legal	44
Marco conceptual.....	47
Capítulo II.....	51
Marco metodológico.....	51
Diseño de la investigación	51
Tipo de investigación.....	52
Alcance de la investigación	52
Población y muestra.....	53
Población	53
Muestra	53
Técnica de recogida de datos	54
Encuestas	54
Análisis de datos	56
Capítulo III	57
Resultados.....	57
Análisis de resultados	57
Los resultados	57
Conclusiones y Recomendaciones	71
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	76
Referencias	80
Anexos.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Alcance de Investigación	53
Tabla 2 - Muestra de investigación.....	53
Tabla 3 - Cuestionario de situación sobre riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo	55
Tabla 4 - Sexo de encuestado	57
Tabla 5 - Edad de encuestados	58
Tabla 6 – Nivel de educación	59
Tabla 7 – Tiempo de actividad	60
Tabla 8 - Modalidad de Trabajo	61
Tabla 9 - Terminología	62
Tabla 10 - Conocimiento sobre fraude	63
Tabla 11 - Capacitación	64
Tabla 12 - Modelo de Cobranzas.....	65
Tabla 13 - Causas	66
Tabla 14 - Acciones	67
Tabla 15 - Herramientas o mecanismos	68
Tabla 16 - Deficiencias o limitaciones	69
Tabla 17 - Charlas prevención.....	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 - El árbol del fraude.....	25
Ilustración 2 - Fraude x apropiación de bienes.....	28
Ilustración 3 - El triángulo del fraude.....	32
Ilustración 4 - Historia de la cerveza.....	34
Ilustración 5 - Artículo Cervecería.....	35
Ilustración 6 - Cervecería Nacional.....	36
Ilustración 7 - Trámite de solicitud de ventas a crédito.....	38
Ilustración 8 - Instancias de cobro.....	42
Ilustración 9 - Cuadro de Jerarquización de leyes.....	44
Ilustración 10 - Normativas.....	44
Ilustración 11 - Sexo de encuestado.....	57
Ilustración 12 - Rango de edad.....	58
Ilustración 13 – Nivel de educación.....	59
Ilustración 14 – Tiempo de actividad.....	60
Ilustración 15 - Modalidad de Trabajo.....	61
Ilustración 16 - Terminología.....	62
Ilustración 17 - Conocimiento sobre fraude.....	63
Ilustración 18 - Capacitación.....	64
Ilustración 19 - Modelo de Cobranzas.....	65
Ilustración 20 - Causas.....	66
Ilustración 21 - Acciones.....	67
Ilustración 22 - Herramientas o mecanismos.....	68
Ilustración 23 - Deficiencias o limitaciones.....	69
Ilustración 24 - Charlas prevención.....	70
Ilustración 25 – Matriz de Riesgos.....	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Rutinas de Crédito – Modelo de Cobranzas	84
Procesos de solicitud de crédito rotativo	86
Procesos de solicitud de crédito de temporada alta	87

RESUMEN

El presente proyecto investigativo pretende analizar y demostrar como los procesos en la gestión de cobranzas de las empresas cuya actividad es el consumo masivo, específicamente la manufactura, venta y distribución de bebidas de moderación en la ciudad de Guayaquil se ven directamente afectados por el riesgo de fraude interno y externo. Puntualmente el área donde dicha probabilidad se acrecienta en grandes medidas es en el departamento de crédito y cobranzas cuya función principal es el análisis, otorgamiento, y gestión de cobro a clientes de las ventas realizadas dentro de un mercado objetivo. En nuestro país el mercado de las bebidas de moderación es controlado en su porción mayoritaria por 2 empresas multinacionales en la competencia por ofrecer la mejor cerveza para el consumo de los ecuatorianos, Cervecería Nacional y Ambev. Ambas compañías ya con más de medio siglo en esta actividad disputan entre sí tener el liderazgo en la venta de cerveza siendo Cervecería Nacional el líder con más del 90% de participación del mercado relevante y ventas de 443 millones anuales, el porcentaje restante se divide entre Ambev y otras cervezas nacionales e importadas. (Bravo & Orozco Mónica, 2016)

En relación a lo anterior el gran volumen de ventas que se manejan, sumado a una gran cantidad de empleados directos y terceros que ejercen participación en el proceso de la venta como tal, el riesgo de fraude en el cobro de fondos por parte del personal, clientes, proveedores, etc. es inminente y constituye un punto clave dentro de las estrategias de modelación de su proceso de cobranzas para mitigar al mínimo esta posibilidad y precautelar el control financiero y posibles pérdidas a causa de este fenómeno llamado fraude.

Palabras clave: cobranzas, fraude, mercado, venta, procesos.

ABSTRACT

This research project aims to analyze and demonstrate how the processes in the management of collections of companies whose activity is mass consumption, specifically the manufacture, sale and distribution of moderation drinks in the city of Guayaquil are directly affected by the risk of internal and external fraud. Specifically, the area where this probability is increased in large measures is in the credit and collection department whose main function is the analysis, granting, and management of collection to customers of sales made within a target market. In our country, the moderation drinks market is controlled in its majority portion by 2 multinational companies in the competition for offering the best beer for the consumption of Ecuadorians, Cervecería Nacional and Ambev. Both companies already with more than half a century in this activity dispute among themselves having the leadership in the sale of beer being National Brewery the leader with more than 90% of relevant market share and sales of 443 million annually, the remaining percentage is divided between Ambev and other national and imported beers. (Bravo & Orozco Monica, 2016)

In relation to the above, the large volume of sales that are handled, together with a large number of direct employees and third parties who participate in the sale process as such, the risk of fraud in the collection of funds by staff, customers, suppliers, etc. It is imminent and constitutes a key point in the modeling strategies of its collection process to minimize this possibility and to protect financial control and possible losses due to this phenomenon called fraud.

Keywords: collections, fraud, market, sale, processes.

Introducción

El mercado ecuatoriano en la actualidad en vías de desarrollo tiene varias aristas que afectan su crecimiento y que impiden a día de hoy que nuestras empresas sean consideradas como competitivas a nivel mundial, lo anterior va desde falta de capital de inversión, factores de incidencia en la economía del país, preparación académica y hasta cultura de la sociedad. Esta situación generalizada incrementa la posibilidad de pérdidas por concepto de fraude interno y externo a lo cual están expuestas todas las operaciones de negocios a lo largo y ancho del globo terráqueo.

El mercado de la cerveza en el Ecuador constituye uno de los sectores más afectados por el riesgo de corrupción y fraude, por este motivo, las compañías que realizan sus actividades en este mercado invierten una gran cantidad de esfuerzos constantes y periódicos para desarrollar y mejorar sus procesos internos en la gestión de actividades cotidianas y poder identificar de forma más rápida y precisa los posibles actos o abusos indebidos a sus procedimientos y políticas internas en general.

Este tema como trabajo de pregrado está basado en el evento del fenómeno del fraude sobre las cobranzas de una compañía del sector de elaboración y comercialización de cerveza en la ciudad de Guayaquil. Lo anterior justifica el análisis de este caso cuyo propósito final es realizar recomendaciones de estrategias antifraude en el departamento de crédito y cobranzas y reducir al mínimo los riesgos en este ámbito así como estudiar cómo se originó el fraude y su esquema de ejecución por parte del defraudador, tiempos y procesos, y estudio del causante del acto.

En el último siglo de la mano con el crecimiento económico y desarrollo del Ecuador, el mercado de bebidas alcohólicas ha tenido un impacto y crecimiento sostenible, siendo así que el mercado de la cerveza no solo se ha posesionado como el número uno en el sector del alcohol, sino que los mayores exponentes en compañías actualmente son de propiedad de multinacionales de competencia mundial.

De la mano con el crecimiento de este mercado, estas compañías que tienen manejo de gran volumen de inventario, clientes, relación con terceros generan la necesidad de controles fuertes y establecidos para evitar el riesgo de fraude.

El fraude, abuso o acto indebido puede provenir por parte de los empleados como de usuarios terceros que tienen participación directa en sus operaciones de manufactura, venta y reparto, y que desemboca en grandes pérdidas financieras para la organización. Y pueden ser varias las motivaciones para que se realice un fraude, desde cultura, entorno laboral, motivación, etc. y que finalmente perjudican directamente al negocio.

De conformidad con la NIA 240 “Responsabilidades del auditor en la auditoría de estados financieros con respecto al fraude” la cual establece que es responsabilidad de la alta gerencia de la compañía el control de ocurrencia de fraude, sin embargo es labor del auditor identificar e informar al gobierno de la entidad situaciones en las cuales se evidencia la posible existencia de actos fraudulentos.

Este trabajo está enfocado puntualmente en el proceso de las cobranzas, las cuales constituyen un asunto fundamental en las empresas ya que es la forma a través de la cual se gestiona la recuperación del capital invertido en la producción, venta y distribución del producto o servicio al que se dedica la empresa y que se otorgaron a través del uso de la herramienta de los créditos.

Esta gestión de cobro debe ir de la mano no solo del establecimiento de plazos y requisitos de crédito, sino también de una metodología estándar aplicable al giro del negocio que le permita identificar, controlar y mitigar los riesgos que esta gestión de cobro implica.

Las compañías multinacionales que han realizado grandes inversiones en nuestro país han implementado buenas prácticas en los procesos internos, las mismas que provienen de países desarrollados donde mantienen inversiones y que a nivel mundial han tenido éxito.

Por lo general estos grandes inversionistas adquieren compañías ya consolidadas en el mercado nacional a fin de potenciar todas sus ventajas y corregir posibles inconsistencias en los procesos que en muchos de los casos por razones económicas, las compañías

ecuatorianas no han contado con el capital necesario para invertir en sistemas de control de procesos y estrategias para mitigar el riesgo de fraude.

El fraude es un fenómeno que puede presentarse en cualquier ámbito, proceso, situación o departamento de las compañías sin distinción de la actividad que esta realice. Existen en la actualidad muchos estudios cuyo objetivo principal es determinar, describir y evaluar los diferentes tipos de fraude existentes, como se originan, cuáles son sus impactos y las estrategias más eficaces que pueden implementar las compañías y personas para reducir al mínimo este riesgo inherente a los negocios en la actualidad los cuales serán mencionados en el desarrollo del proyecto propuesto.

El presente trabajo evalúa y describe los diferentes procesos de la gestión de cobranzas aplicados por una de las compañías dedicadas a la comercialización y manufactura de cervezas en la ciudad de Guayaquil y su relación con el riesgo de fraude a fin de recomendar posibles optimizaciones al modelo actual que le permitan reducir aún más este riesgo inminente y controlar perdidas por este concepto.

Esta compañía, entiéndase como una de las empresas líderes en participación de mercado, por tanto su volumen de producción y ventas son muy altos por lo que será necesario conocer su entorno de negocio, antecedentes y proceso integral de otorgamiento de créditos y el acto del cobro a clientes. De tal forma que se realizará en capítulos como sigue:

1. Capítulo I: El cual contiene el marco teórico, el cual comprende la ubicación del problema en el mercado a estudiar, con el fin de crear y orientar las bases teóricas de esta investigación.
2. Capítulo II: Definir la metodología sobre la cual se ejecuta el estudio de la problemática, recolectando a través de técnicas establecidas, una cantidad de información que nos permita contextualizar y aterrizar el estudio.
3. Capítulo III: En este apartado se presenta el desarrollo y análisis de los resultados obtenidos a través los métodos previamente aplicados, se evidencian los hallazgos.

4. Conclusiones y recomendaciones: Recomendar estrategias y técnicas empresariales que permitan mitigar el riesgo de fraude en el área de crédito y cobranzas, llegando de esta forma a la conclusión de la presente.

Situación problemática

El proceso del otorgamiento de créditos en ventas se realizan con la finalidad de obtener un producto determinado, dependiendo del giro del negocio un crédito te permite adquirir un bien para a futuro generar una ganancia mayor al costo del bien adquirido, por ejemplo en los clientes de las compañías comercializadoras de cerveza se les otorga créditos por la compra al por mayor de este producto el cual al corto plazo le generará una utilidad que le permitirá realizar el pago y continuar adquiriendo de forma periódica mientras le sea rentable el negocio.

El crédito es una herramienta muy útil que ha sido utilizada a lo largo de los tiempos, en la época helénica como indica (Morales Castro & Morales Castro, 2014, p.144) El crédito lo ocupaban los comerciantes y los negociantes para acrecentar las ganancias de sus empresas y en la época de los romanos los usureros se apoderaban de las tierras de los campesinos cuando estos no pagaban sus diferentes deudas.

Desde dicha época e incluso antes de Cristo ya existían procesos de otorgamientos de créditos y cuya metodología de cobranzas para la recuperación del capital, era a través del uso de la fuerza. En la actualidad las estrategias y procesos para la recuperación de cuentas por cobrar han cambiado, pero el fin siempre será exactamente el mismo: Ejecutar el cobro, el cual es indiscutible dentro del contexto y alcance de la presente investigación.

Por otra parte el Fenómeno del Fraude se ha visto presente desde la existencia de la herramienta no solo de los créditos sino en todas las actividades de las empresas, lo cual impacta directamente el proceso de la gestión de cobranza de cuentas y obliga a la parte que vende a ingeniar estrategias de control y procesos antifraude.

En el Ecuador por ser un país en vías de desarrollo la economía de las comunidades será un factor determinante al momento del pago de las deudas, las cuales serán definidas por escala de relevancia en la mente de las personas.

(Zabala, 2017) Organiza esta mencionada escala de prioridades de pago de la siguiente forma:

1. Deudas Personales

2. Pago a instituciones estatales
3. Pago al sistema financiero
4. Pago a terceros.

Por este motivo la gestión de cobro se complica aún más debido a la importancia que se le da al pago de terceros dentro de todo el contexto de la economía de nuestro país y que la sitúa en el último lugar en la escala de prioridades de las personas.

Constituye una pieza fundamental del ejercicio de venta/cobro la parte del recurso humano (empleado) el cual será en primera persona el ejecutor del debido proceso establecido por la empresa y que tendrá, posiblemente en variadas oportunidades y escenarios la intención de cometer fraude con el objetivo de lucrar u obtener beneficios económicos a futuro por parte de los clientes de la empresa o de terceros involucrados en el giro del negocio.

Contextualización del problema.

Las ganancias y ventas de las empresas manufactureras, comercializadoras y distribuidoras de bebidas de moderación en la ciudad de Guayaquil, refiriéndonos puntualmente al mercado de la cerveza, dependen de una gran cantidad de clientes diversos a lo largo y ancho de la ciudad de Guayaquil, distribuidos desde la clase social más alta como por ejemplo: restaurantes de lujo, hoteles, bares, discotecas, clubes nocturnos, centros comerciales etc. hasta sectores de la sociedad con menor poder adquisitivo como tiendas de barrio, pequeños bares en las comunidades, depósitos de cerveza, incluso casas que se dedican a la venta de cerveza.

La variedad de clientes en función de su mercado objetivo es muy amplia y para la ejecución del proceso de la venta como tal, las empresas estructuran procedimientos y estrategias para garantizar el pago de los clientes, por los créditos otorgados.

Debido al volumen y al movimiento que tiene este producto en particular, la compañía sobre la cual se basa el presente trabajo que por temas de confidencialidad de la información se denominará como Cervecera Ecuador SA la gestiona a través de diversos sujetos que intervienen en cada paso del proceso, siendo los siguientes:

1. Vendedor de call center.- Empleado directo de la empresa cuya función principal será ejecutar vía telefónica la venta en función de un listado de clientes pre establecidos por zona de la ciudad, haciendo uso de las diversas estrategia de negociación para incrementar el volumen previamente negociado por el vendedor de calle. El departamento es conocido como Televentas.
2. Vendedor en el punto.- Conocido como Desarrollador de Negocio, es el empleado directo que gestiona el punto de venta con la verificación de la entrega de pedidos, branding, publicidad, equipos de frio (refrigerador) y el cual garantiza que el punto de venta cumple con los requerimientos establecidos por la empresa en el uso de los activos proporcionados para el negocio y verifica la rotación del producto y diferentes marcas. Adicional se encarga de crear nuevos clientes, evaluando sectores y generando valor a la empresa.
3. Prevendedor.- Empleado directo que realiza la toma de pedidos en el punto de venta para que en lo sucesivo el vendedor de call center registre la venta y aplique diferentes estrategias comerciales para tratar de incrementar la cantidad de producto solicitada.
4. Distribuidor.- Empresa externa u Operador Logístico que se encarga de la repartición y abastecimiento del producto en todos los puntos de venta a nivel nacional trabajando de la mano con los auxiliares logísticos que son empleados directos de la empresa.
5. Chofer cobrador.- Usuario tercero que gestiona y recibe los importes por compras realizadas al contado o a crédito por los clientes, y debe garantizar que los fondos lleguen al sistema bancario de la compañía.
6. Auxiliar de crédito y cobranzas.- Empleado directo que trabaja desde oficina en el control de los plazos de pago, gestión de crédito y evaluación de clientes para garantizar que no se otorgue créditos a clientes con un historial de pagos no adecuado o sin capacidad de pago.
7. Recaudador.- Empleado directo de la compañía cuya función será ejecutar visitas en el punto de venta a clientes con créditos vencidos, y realizar la acción cobro.

En tal virtud dentro de la ejecución del ciclo de venta, desde la creación del cliente por parte del Desarrollador de Negocio hasta la venta cotidiana al contado o a plazos, en todas

las instancias el riesgo de fraude es inherente y el control y/o causas del mismo es determinado por el proceso de cobranzas de la compañía y sus controles para detectar, evaluar y eliminar el riesgo de fraude el cual puede ser ejecutado por cualquiera de los 6 sujetos que intervienen en dicho proceso ya sea de forma independiente o conjuntamente y sobre la cual este trabajo propondrá recomendaciones para mitigar mencionado riesgo.

Formulación del problema

El presente trabajo tiene como finalidad analizar y evaluar a detalle el proceso de crédito y cobranzas de la compañía y el riesgo o vulnerabilidad a que se produzca el fraude. Dicho lo anterior, se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la incidencia de las políticas y procedimientos de control interno en la posibilidad que ocurra fraude en los procesos de cobranzas?

Propósito de la investigación

El propósito del siguiente estudio es describir y analizar el modelo de cobranzas utilizado por las empresas comercializadoras de cervezas en la ciudad de Guayaquil y la relación que tiene dicho proceso con el riesgo de fraude interno y externo en el ejercicio de cobro de las ventas al contado y a crédito y determinar posibles estrategias antifraude para reducir el impacto actual en el mercado y reducir las pérdidas financieras.

Naturaleza de la investigación

Cobranza es el acto y la consecuencia de cobrar: obtener el dinero correspondiente al desarrollo de una actividad, a la venta de un producto o al pago de deudas. La cobranza es el cobro en cuestión. (Perez Porto , 2016)

Una venta deberá considerarse efectiva hasta que ingresa el importe a los ingresos de la empresa mediante efectivo, cheques o transferencias electrónicas. Una empresa que no convierte en efectivo sus cuentas por cobrar se queda sin los recursos suficientes para el correcto funcionamiento de sus ciclos operativos de producción y venta, lo cual puede por una parte, conducirla hacia la escasez de recursos y detener sus ciclos operativos, y por la otra, a multiplicar a los clientes deudores. (Morales Castro & Morales Castro, 2014, p.144)

Los mercados de consumo masivo son ampliamente susceptibles al cometimiento de distintos tipos de fraude relacionado a la cobranza debido al gran volumen de ventas que se manejan. El mercado cervecero en Ecuador es casi un monopolio, dos marcas de cerveza de la misma compañía poseen casi la totalidad de la cuota de mercado.

La naturaleza del presente proyecto investigativo será de carácter analítica y descriptiva, para conocer el proceso de cobranzas aplicado a este mercado objetivo y analizar la susceptibilidad del proceso al cometimiento de actos ilícitos con los fondos de la empresa y su clasificación dentro de los tipos de fraude identificados.

Objetivos de la investigación

Objetivo General.

- Analizar el mercado cervecero en el Ecuador y el proceso de cobranzas de la compañía Cervecera Ecuador SA y su relación con el riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo.

Objetivo Específicos.

- Identificar posibles riesgos de fraude en el modelo de cobranzas que emplean las empresas de comercialización de cervezas en Guayaquil, utilizando como modelo predeterminado para el estudio el utilizado por la empresa Cervecera Ecuador SA.
- Relacionar los esquemas típicos de fraude de dinero en efectivo con los controles internos de la empresa Cervecera Ecuador SA.
- Analizar los factores del giro del negocio que impactan el proceso de cobranzas y su relación con el fenómeno del fraude.
- Evaluar qué papel desempeña el vendedor/cobrador dentro del proceso y su relación con el riesgo de fraude.
- Proponer estrategias y políticas para mitigar el riesgo de fraude en los modelos de cobranzas relacionados al giro del negocio de comercialización de bebidas alcohólicas.

Hipótesis de la investigación

¿La debilidad de los procedimientos de control de la compañía Cervecería Ecuador SA genero la existencia de fraude sobre el importe de las cobranzas?

Definición de términos

Cobranza

Cobranza es el acto y la consecuencia de cobrar: obtener el dinero correspondiente al desarrollo de una actividad, a la venta de un producto o al pago de deudas. La cobranza es el cobro en cuestión. (Perez Porto , 2016)

Fraude

Del latín *fraus*, un fraude es una acción que resulta contraria a la verdad y a la rectitud. El fraude se comete en perjuicio contra otra persona o contra una organización (como el Estado o una empresa). (Porto, 2013)

Mercado

En términos económicos, se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda.

Venta

Del latín *vendĭta*, venta es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). (Porto, Definición, 2013)

Proceso

Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema. (Definición, 2015)

KPI

En español significa Indicador clave de rendimiento: es una herramienta empresarial que muestra cómo se está comportando y desarrollando una determinada situación o proceso y que muestra qué tan bien se está desempeñando la compañía, usualmente se mide en porcentajes.

POS (Point of Sale)

En español significa Punto de Venta, y es el lugar de punto de contacto del consumidor con las marcas o productos para su compra. (BTL, 2015)

NIA

En español significa “Normas internacionales de Auditoría” Las NIAS son un conjunto de normas expedidas por la Federación Internacional de Contadores (IFAC) las cuales le permiten al Revisor Fiscal o Auditor desarrollar un trabajo profesional con herramientas de alta calidad reconocidas a nivel mundial. Dicha normas son una plataforma técnica para la adecuada obtención de evidencias en el proceso de auditoría y el posterior informe sobre la razonabilidad de los estados financieros. (ECIBEI, 2019)

Crédito

El origen etimológico de la palabra crédito nos remonta al latín *creditum*, que significa “cosa confiada”. Por lo tanto, la noción de crédito aparece vinculada con tener confianza. Un crédito es una cantidad de dinero que se le debe a una entidad (por ejemplo, un banco) o a una persona. (Porto, Definicion, 2013)

Control

La palabra control proviene del término francés *contrôle* y significa comprobación, inspección, fiscalización o intervención. También puede hacer referencia al dominio, mando y preponderancia, o a la regulación sobre un sistema. (Porto, Definicion, 2013)

El control organizacional generalmente se base en políticas, procedimientos y reglamentos que permiten su regulación y facilitan la verificación de su cumplimiento.

Política Interna

Una política interna constituye un conjunto de normas y requerimientos determinados por la organización y que deben ser cumplidos por todos sus miembros para garantizar la correcta ejecución y manejo de un proceso.

Control Interno

El control interno comprende de plan de organización con todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan en un negocio para la protección de sus activos, la obtención de información financiera correcta y segura, la promoción de eficiencia de operación y la adhesión a políticas prescritas por la dirección. (IMCP, 1982).

Identificación de variables

Variables de la investigación

Variable Independiente.- Políticas de control antifraude débiles

Variable Dependiente.- Fraude en el departamento de cobranzas

Variables Intervinientes.- Políticas de control interno, ética laboral, ambiente de trabajo, grado académico.

En este caso de estudio la variable independiente es aquella que se considera como la causa de un determinado suceso o resultado. Las políticas de control antifraude de cobranzas en las compañías de comercialización de productos de consumo masivo y cuyo mercado en la mayoría de los casos es bastante amplio, deben tener la solidez necesaria para detectar

anomalías de origen tanto interno como externo de tal forma que puedan prevenir la existencia de fraudes en el cobro del dinero en efectivo (Variable Dependiente).

Todo lo anterior de la mano con las variables independientes las cuales están directamente relacionadas el riesgo de que exista o no fraude en cobranzas, como tal las políticas de control interno de la compañía las cuales son fundamentales para mitigar el riesgo de anomalías intencionales o no, en los procesos. La ética del empleado es fundamental para que, existiendo políticas de cobranzas, control interno, y control antifraude, el empleado directo sea quien de primera mano sirva de verificador y ejecutor del cumplimiento de las mismas y pueda identificar otro tipo de debilidades en los procesos que podrían ser generadas por terceros. El grado de preparación académica, más principios morales y éticos serán claves para mantener al personal comprometido con los resultados de la compañía.

Delimitación del problema

Campo: Regulación y Control

Área: Cobranzas

Tema: ANÁLISIS DEL MODELO DE COBRANZAS EN EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE MODERACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL RIESGO DE FRAUDE.

Delimitación espacial: Guayaquil - Ecuador.

Delimitación temporal: 2018 – 2019

Limitación del problema

La limitación del presente estudio será la resistencia por parte de los empresarios dueños o gerentes de las empresas de venta de bebidas de moderación de la ciudad de Guayaquil a brindar información sobre su proceso integral de gestión de cobranzas y controles antifraude, destacando que esta información se recogerá a través de técnicas de recolección de datos.

Capítulo I

Marco Teórico

En esta primera parte de la investigación se presentará la parte teórica y conceptual que fundamentará la presente investigación y las bases para la sustentación de la metodología.

Antecedentes del comercio y las cobranzas

Históricamente la existencia del comercio y las ventas ha impactado el crecimiento de las sociedades. El comercio se inicia en la época en que se crearon los primeros imperios coloniales. Su objetivo era lograr abastecer y satisfacer las necesidades de las personas y también sirvió como medio para que las personas puedan compartir socialmente que en muchos de los casos por diferencias culturales se dificultaba.

El comercio permitía a las sociedades primitivas intercambiar bienes (en la época más antigua a través del trueque) lo cual permitía a las personas obtener bienes que no tenían anteriormente en su lugar de vivienda para incrementar sus riquezas.

Con el paso de los años y el desarrollo de las sociedades se introdujo la moneda como instrumento para el intercambio de bienes; en la primera época la moneda no era un elemento metálico generalizado sino que podía ser cualquier objeto que una comunidad elija para tal fin, por ejemplo se utilizaban cerdos, dientes de ballena, cacao, conchas marinas, etc.

La problemática de este tipo de moneda era que, al ser establecida para una determinada comunidad, fuera de ella no tenía ningún valor. Posteriormente se creó la divisa la cual es un instrumento de intercambio aceptado en zonas de mayor extensión territorial, que en la época antigua era principalmente el oro puro.

Desde la existencia de la moneda y el intercambio, el ser humano fue desarrollando su habilidad para encontrar oportunidades para cometer actos no permitidos con lo cual existió la necesidad de crear códigos para castigar y penalizar este tipo de delitos que van desde la ley del “ojo por ojo” hasta la evolución que realizó el Imperio Romano con la creación de leyes y políticas para regular el cometimiento de actos indebidos y sus respectivas sanciones.

En la actualidad ya con una sociedad modernizada, los países han desarrollado internamente sus propios códigos para la penalización de actos indebidos, en el Ecuador por ejemplo: El Código Orgánico Integral Penal. El cometimiento de fraudes no solo se puede

ver a nivel macro sino a niveles más bajos dentro de las organizaciones, de tal forma que las empresas agotan esfuerzos por diseñar y elaborar metodologías, procesos y políticas internas para mitigar su ocurrencia y sancionar actos indebidos, con la finalidad de llevar un control integral de sus procesos para que los mismos sean realizados de forma correcta.

La empresa Cervecera Ecuador SA se ha visto afectada por el cometimiento de actos fraudulentos en el manejo del dinero, y es por tal situación que nace la presente investigación, para analizar estos casos y esquemas fraudulentos y estrategias para mantenerlos al mínimo, e incluso eliminarlos.

Fundamentos teóricos del problema de investigación

En las empresas no solo en Ecuador sino de alcance mundial son necesarios dos elementos básicos fundamentales para su existencia, capital y trabajo, de lo cual se va a originar en lo sucesivo la producción de un determinado bien o la prestación de un servicio.

En el caso de la venta de bebidas alcohólicas esta venta se puede realizar de dos formas: al contado y a crédito; si la venta se ejecuta a crédito, ese importe que se debe recaudar se le conoce como cartera, y la metodología por la cual la empresa va a realizar la recuperación de dicha cartera se le conoce como cobranza.

Dentro del proceso de la venta como tal, las cobranzas son fundamentales y en conjunto representan el pulmón de toda compañía. En Ecuador los negocios operan en función de cuanto rota su capital.

En inglés capital turnover. Éste es un término usado en los departamentos de crédito de las instituciones crediticias, y representa el número de veces que el Capital suscrito de un negocio ha "rotado" o "girado" en relación con las ventas netas durante un periodo frecuentemente de un año. (EcoFinanzas, 2015)

Es decir la rotación de capital es el número de veces que el dinero de la empresa primero se invierte y posteriormente se recupera.

En un mercado perfecto como tal ejecutar una cobranza no debe existir, pues si los clientes de las empresas que han recibido créditos pagaran al contado o de forma puntual,

no sería necesario cobrar. La realidad del mercado es distinta, las cuentas por pagar generalmente no se pagan por varios motivos, a veces por causas que no dependen del cliente y otras que si dependen de su manejo del dinero, lo anterior hace que la cobranza como tal exista y sea de total necesidad.

Un correcto y adecuado proceso de gestión de las cobranzas en las empresas así como un procedimiento bien definido para el otorgamiento de créditos logrará que la cobranza sea mucho más sencilla de ejecutar y en algunos de los casos inexistente.

Políticas Internas de cobranzas

Las políticas de cobranza de las empresas corresponden a los pasos a seguir para recuperar carteras vencidas.

La eficiencia de estas políticas se pueden evaluar utilizando la técnica del porcentaje establecido estimado de cuentas con riesgo de cobro o incobrables. Tal y como se menciona anteriormente una correcta gestión de cobro dependerá directamente de las políticas interna de otorgamiento de créditos, de esta forma se reduce al mínimo el riesgo del no pago de las obligaciones de los clientes.

Una política interna de cobranzas debe tener como objetivo principal precautelar la recuperación de la deuda sin que se ponga en riesgo la permanencia de nuestro cliente, siempre tratando que su gestión de cobro no muestre al cliente una excesiva agresividad que pueda ocasionar que el cliente se retire luego de pagar sus obligaciones.

Los pasos para la gestión de cobro de una empresa estarán siempre basados en su política interna de cobranzas. Se han identificado 3 tipos de política de cobranzas:

1. Políticas restrictivas
2. Políticas liberales
3. Políticas racionales

Políticas restrictivas.- Su característica principal es el otorgamiento de créditos a plazos cortos con reglas estrictas de crédito y gestión de cobro agresiva.

La aplicación de esta política pretende reducir las pérdidas en la gestión de cuentas incobrables, sin embargo si la empresa únicamente tiene plazos cortos de crédito, se verán directamente afectadas sus ventas y por ende su utilidad.

Políticas Liberales.- En lo opuesto a la política anteriormente descrita, las políticas liberales confieren créditos en función del nivel de competencia y su gestión de cobro no es agresiva ni pretende ejercer presión sobre el cliente. Sin embargo el manejo de esta política genera mayores pérdidas en cuentas incobrables e incrementa considerablemente el riesgo de clientes impagos.

Políticas Racionales.- Esta última se basa en el conocimiento del cliente, es decir, otorga créditos y plazos para pago en función de las características de los clientes, tamaño, capital, frecuencia de compra. De esta forma la empresa obtendrá mayores beneficios a plazos y mantendrá el riesgo de pérdidas un poco más controlado.

El fenómeno del fraude

El fraude es cualquier abuso cuyo principal objetivo es obtener un determinado beneficio y cuyo conducto principal es el engaño como vía para llegar a una ganancia.

Como indica (Black, 1891) en su diccionario legal el fraude es una declaración falsa a sabiendas de la verdad o la ocultación de un hecho material para inducir a otro a actuar en su detrimento.

Por otra parte la Norma Internacional de Auditoría No. 240 define el fraude de la siguiente forma:

“Un acto intencionado realizado por una o más personas de la dirección, los responsables del gobierno de la entidad, los empleados o terceros, que conlleve la utilización del engaño con el fin de conseguir una ventaja injusta o ilegal”

El fraude se puede originar tanto de forma externa como interna, a breves rasgos el fraude interno es realizado por los colaboradores de la empresa y el externo se ejecuta a través de terceros relacionados a la compañía, y se trata de un acto en el que el implicado no es un colaborador de la empresa y se puede dar en varias situaciones por ejemplo: Fraude con

proveedores y clientes y otros más comunes como fraudes al consumidor y esquemas de confianza.

Todas las empresas son susceptibles al riesgo de fraude en todas sus áreas de operación, por este motivo se requiere contar con un mecanismo para poder identificar y controlar el riesgo de fraude. Previo a dicha evaluación de riesgos es importante conocer los tipos de fraudes identificados en la actualidad por la ACFE:

Tipos de Fraude

El acto o cometimiento de fraude se puede ver en las compañías reflejado de dos maneras: Interno y Externo. Con lo cual se describe cada uno de estos tipos de fraude, entendiéndose como actores internos a los empleados y alta gerencia y como externo a los terceros como clientes y/o proveedores de la compañía.

Fraude Interno.-

El fraude interno, también llamado fraude laboral, se puede definir como: "El uso de la ocupación o empleo de uno para el enriquecimiento personal a través del mal uso deliberado o mala aplicación de los recursos o activos de la organización" En pocas palabras, este tipo de fraude se produce cuando un empleado, gerente, o ejecutivo comete fraude en contra de su empleador. Aunque los autores de fraude están adoptando cada vez más la tecnología y nuevos enfoques para conciliar y ocultar las tramas de fraude en el trabajo, las metodologías utilizadas en este tipo de fraudes generalmente se dividen en categorías claras, probadas a lo largo del tiempo. (ACFE, 2014)

Para mitigar el cometimiento de fraude interno se debe mantener una revisión constante y actualización de los procedimientos y controles en los procesos de la compañía. Adicionalmente es muy importante en la parte de recursos humanos dentro del proceso de capacitación del personal la difusión periódica de los principios corporativos y éticos, códigos de conducta, reglamento interno de trabajo y todo material interno que permita a los empleados estar conscientes de las sanciones aplicables a este tipo de actos, los cuales ponen en riesgo tanto al empleado como a la empresa.

Para un correcto monitoreo de procesos, los típicos procedimientos antifraude son los siguientes:

1. Auditorías Internas
2. Auditorías forenses
3. Monitoreo de funciones
4. Canal interno y externo para denuncias de actos indebidos que realicen los empleados y/o terceros.

A continuación se describen los cinco tipos de fraude identificados por la ACFE en sus normativas anti fraude y control interno:

1. Fraude Documental.- Este tipo de fraude se presenta en el momento que un documento justificante de transacción no cumple con los requisitos establecidos por su emisor para ser considerado como válido.

Dentro de nuestra normativa legal interna y de acuerdo con el Servicio de Rentas Internas en su Reglamento De Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios para que un documento o factura sea válida debe contener los siguientes requisitos:

- Fecha de autorización de impresión del documento, otorgado por el SRI.
 - Número de Registro Único del Contribuyente
 - Apellidos, nombres o razón social del emisor.
 - Denominación del documento (Factura, retención, etc)
 - Numeración de quince dígitos
2. Fraude Cronológico.- Es una falta de coincidencia de la fecha de la nota de pago, con la fecha real en la que se dio el gasto. Normalmente son por alojamientos, dietas, etc, que no coinciden en tiempo o lugar del desplazamiento realmente realizado.
 3. Fraude interno por exceso de gasto.- Este tipo de fraude interno se da cuando los empleados presentan facturas de gastos excediendo los límites establecidos en la política interna de la compañía. Usualmente las empresas establecen límites por gastos por

categoría: Alimentación, hospedaje, movilidad. Etc. y un exceso a los límites constituye un acto indebido considerado como fraude interno.

4. Compra de Artículos (No compliance).- Este tipo de fraude se da cuando un colaborador de la empresa realiza una compra de un x producto, sin contar con la autorización por parte de la compañía, es decir, como tal la compra no es el fraude, sino el no haberse respetado el debido proceso interno para su adquisición.

5. Presentación del gasto fuera del plazo.- Las empresas estipulan tiempos establecidos para que sus colaboradores presenten facturas de gastos reembolsables debido a viajes de trabajo; el fraude en este ámbito se da cuando se reembolsan facturas una vez excedido el tiempo establecido por la empresa, que las fechas no coincidan con las mismas del viaje o que el gasto se haya realizado en días no laborables como fines de semana o días festivos y que no se encuentren estipulados por la política interna de la empresa.

Fraude Externo.-

El fraude externo contra una compañía cubre una amplia gama de esquemas. Vendedores deshonestos que podrían participar en esquemas de manipulación de licitaciones, facturación a la empresa por bienes o servicios no prestados, solicitudes de sobornos a los empleados. Del mismo modo, los clientes deshonestos podrían presentar cheques sin fondos o información de una cuenta falsificada para el pago, o podrían tratar de devolver los productos robados o rebajados para un reembolso. Además, las organizaciones también se enfrentan a amenazas de violaciones a la seguridad y robos de propiedad intelectual cometidos por terceros desconocidos. Otros ejemplos de fraudes cometidos por terceros externos incluyen la piratería, el robo de información confidencial, el fraude fiscal, quiebra fraudulenta, fraude a seguros, fraude de atención médica, y el fraude de préstamo. (ACFE, 2014)

Los tipos de fraude externo más comunes son los siguientes:

1. Depósito de valores no reales.- Se produce cuando se recibe un documento de pago como un cheque el cual no tiene fondos.
2. Apropiación de activos.- Cuando se dispone de un activo que no es de propiedad de la persona y cuya intención no es devolverlo.
3. Documentos de identidad falsos.- Acceder o recibir créditos con un documento de identidad falso.
4. Piratería.- Distribuir un determinado producto sin contar con los derechos de autor para su distribución.
5. Quiebra ilícita.- Aparentar que la empresa se encuentra en bancarrota con el fin de no cumplir obligaciones con terceros, por ejemplo con proveedores que se mantenga deudas altas.

6. Seguros.- Cuando se cobra el valor de un bien asegurado con un hecho o siniestro que no ocurrió.

Fraude contra personas.-

Numerosos defraudadores también han ideado planes para defraudar a las personas. El robo de identidad, los esquemas de Ponzi, esquemas de phishing, y los fraudes con los pagos por adelantado, son sólo algunas de las formas criminales que se están dando para robar el dinero de las víctimas inocentes. (ACFE, 2014).

En el caso actual de estudio, las empresas de comercialización de bebidas de moderación en la ciudad de Guayaquil se podrían ver afectadas por 2 de 3 tipos de fraude que son el fraude interno y externo.

En lo relativo al fraude interno dado al proceso que manejan los empleados y su involucramiento en el proceso de la venta y cobro como tal ocasiona la búsqueda de oportunidades dolosas que de la mano con el cliente podría generar un riesgo de fraude combinado interno y externo para beneficio de ambas partes en detrimento del cumplimiento de las políticas internas de la organización y generando pérdidas para la empresa.

El fraude ocupacional en las empresas cuenta con la participación directa del funcionario de la compañía que comete un acto con la intención de obtener un beneficio. En el mundo laboral existen 3 subtipos de fraude según la ACFE que son:

1. Corrupción
2. Malversación de activos
3. Estados Financieros Fraudulentos

Riesgos empresariales

De acuerdo con las bases teóricas de la norma ISO 31000 “El valor de la gestión de riesgos en las organizaciones” el riesgo es definido como la incertidumbre que surge durante la consecución de un objetivo. Son circunstancias, sucesos o eventos adversos que impiden el desarrollo normal de las actividades de una empresa y que por lo general tiene repercusiones económicas para la misma.

Un riesgo empresarial tiene las siguientes características:

1. Debe estar asociado, de alguna manera, a la actividad de la empresa.
2. Son complejos, no tienen una solución inmediata.
3. Su impacto debe ser significativo.
4. Entorpecen, obstaculizan, dificultan o postergan procesos.

Tipos de riesgos

Los riesgos se clasifican de la siguiente forma según la ISO 31000:

1. Riesgos según el tipo de actividad
2. Riesgos según su naturaleza

Los riesgos según el tipo de actividad se clasifican en sistemático y no sistemático. El riesgo sistemático hace referencia a aquellos riesgos presentes en un sistema económico o un mercado, y sus consecuencias tienen repercusiones en general sin excepciones. Por ejemplo las crisis económicas que ha atravesado Ecuador, de la cual ninguna de sus empresas que operan en este país puede sustraerse de dicha crisis.

Los Riesgos no sistemáticos se dan por resultado del manejo y gestión administrativa de cada compañía individualmente.

La matriz de riesgos

La matriz de riesgos es una herramienta que permite a las empresas mapear y conocer todos los riesgos importantes y significativos en el giro del negocio en el cual la empresa participa. Por tanto es de mucha utilidad para que las empresas puedan mantener un control de los factores que podrían ocasionar riesgos para el negocio.

Esta herramienta también permite a la empresa tener un diagnóstico generalizado de sus procesos y evaluar la efectividad de los controles y los riesgos financieros, operativos y estratégicos que pudieran impactar el desarrollo del negocio.

El árbol de fraude

Es un cuadro elaborado por la ACFE cuya finalidad es describir y desglosar los tipos de fraude que existen a nivel organizacional. El árbol de fraude de la Asociación de Examinadores de Fraude Certificados (ACFE) se desglosa de la siguiente manera:

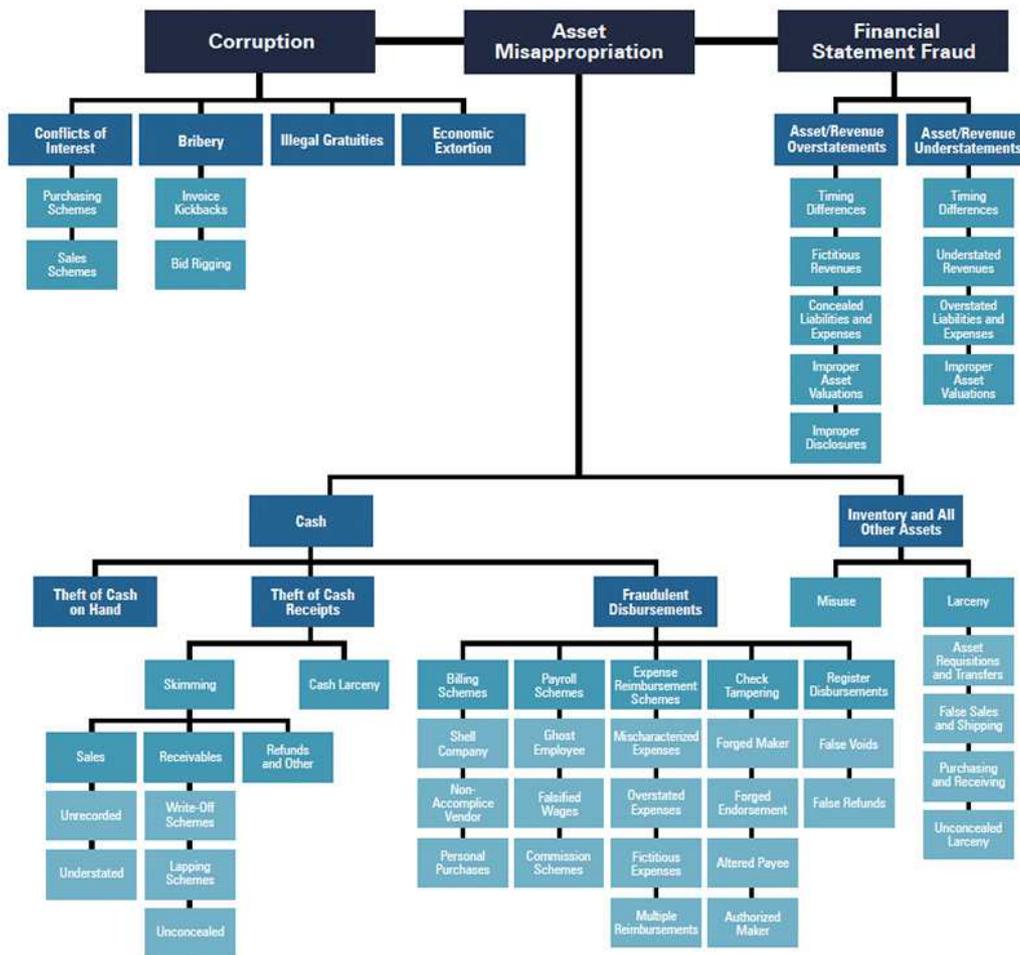


Ilustración 1 - El árbol del fraude

Fuente: Asociación de Examinadores de Fraude Certificados (ACFE)

Elaborado por: Leonardo Corral

Fraude por corrupción

Corrupción es la acción y efecto de corromper (depravar, echar a perder, sobornar a alguien, pervertir, dañar). (Porto, Definición, 2014) El concepto, de acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), se utiliza para nombrar al vicio o abuso en un escrito o en las cosas no materiales.

El fraude por corrupción se divide en 4 subtipos: Conflicto de Interés, Gratificación Ilegal, Soborno y Extorsión Económica.

Para el caso de estudio en cuestión, los dos escenarios posibles son por conflicto de intereses y por soborno.

Conflictos de intereses

Según la (INCMNSZ, 2018) establece que:

Los conflictos de interés son aquellas situaciones en las que el juicio de un sujeto, en lo relacionado a un interés primario para él o ella, y la integridad de sus acciones, tienden a estar indebidamente influenciadas por un interés secundario, el cual frecuentemente es de tipo económico o personal. Es decir, una persona incurre en un conflicto de intereses cuando en vez de cumplir con lo debido, podría guiar sus decisiones o actuar en beneficio propio o de un tercero.

Los conflictos de interés se presentan de igual forma en los procesos de cobranzas en el giro de negocio de la cerveza específicamente en los esquemas de ventas y la recuperación de cartera.

Soborno

Lo anterior constituye una falta a las obligaciones del cliente al no respetar la política organizacional del compromiso y origina un conflicto de intereses entre clientes de la misma empresa.

Soborno es la dádiva con que se soborna y la acción y efecto de sobornar. Este verbo, con origen en el latín *subornāre*, se refiere a corromper a alguien con dinero, regalos o algún favor para obtener algo de esta persona. (Porto, Definicion, 2009)

Esta ramificación de fraude la podemos ver presente en el ordenamiento de cliente y vendedor en la cual el cliente A ofrece un beneficio determinado al vendedor a cambio de beneficios adicionales ajenos a la negociación permitida por la compañía siendo lo anterior un arreglo de oferta.

Adicionalmente las comisiones por factura aplicado al otorgamiento de beneficios adicionales al cliente por parte del vendedor.

Fraude por apropiación de bienes

Este tipo de fraude constituye una violación a los activos que posee la empresa, con el objetivo de obtener un beneficio económico o no económico en el corto plazo. El fraude por apropiación de bienes es posiblemente la que más presente se encuentra en el mercado local y en el mercado de la cerveza. Este tipo de fraude incluye tanto robo de dinero en efectivo, mal uso de dinero, o utilización de los activos de una empresa para obtener un beneficio personal.

Se clasifican de la siguiente forma:

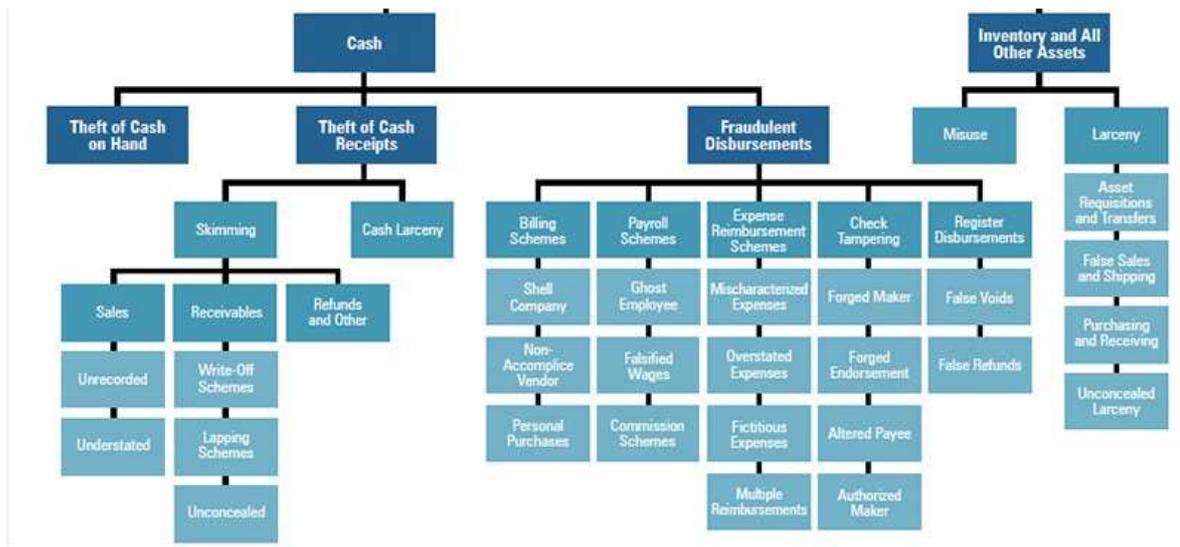


Ilustración 2 - Fraude x apropiación de bienes

Fuente: Asociación de Examinadores de Fraude Certificados (ACFE)

Elaborado por: Leonardo Corral

Esquemas de fraude de dinero en efectivo

De dinero efectivo se desprende:

1. Apropiación de efectivo en mano,
2. Apropiación de recibos de efectivo y
3. Desembolsos fraudulentos.

Apropiación de efectivo en mano

Apropiación de efectivo en mano es una forma en la que una persona o varias se apropian del dinero cobrado a favor de una empresa como resultado de una venta de un bien o un servicio prestado.

Apropiación de recibos de efectivo

Apropiación de recibos de efectivo de acuerdo a la (ACFE, 2014) se clasifica en 2 y son:

1. Skimming.- El cual es el proceso por el cual el efectivo es robado antes que se ingrese al sistema, es decir, es un esquema fuera de los libros contables ya que el recibo del efectivo nunca se reportó a la entidad. Los tipos más comunes son:

En Ventas: No registradas y ventas subestimadas

En cuentas por cobrar: Esquemas de cancelación, lapeado, y recibos no conciliados.

Y también en la categoría de reembolsos, etc.

2. Robo de efectivo.- La apropiación indebida de fondos de una empresa por parte de un empleado ya sea en efectivo o cheque sin el consentimiento de la empresa. Este esquema de robo se da sobre importes que sí se encuentran en libros contables y que por tanto constituye un acto doloso a la información contable de la empresa.

La metodología para detección de fraudes en esta categoría es la siguiente de acuerdo a la (ACFE, 2019):

Analizar las cuentas de ventas por empleado.

Revisar contabilizaciones de libro diario para:

1. Créditos contables falsos a la cuenta de inventario para ocultar ventas no registradas o subestimadas
2. Otras cancelaciones de inventario por razones de producto perdido, robado u obsoleto
3. Cancelaciones de cuentas por cobrar
4. Entradas irregulares de efectivo a cuentas.

Comparar las fechas de los pagos del cliente con las fechas en que los pagos son contabilizados en la cuenta del cliente

1. Analizar recibos de efectivo y su registro.
2. Analizar la relación entre ventas, costo de ventas y devoluciones y descuentos.
3. Validar registros de ventas sospechosos o que pudieron ser alterados.
4. Dar seguimiento a las quejas y consultas de los clientes.
5. Buscar depósitos inusuales en tránsito.
6. Realizar recuentos sorpresa de efectivo.
7. Vigilancia periódica.

8. Analizar los libros de recibos de depósitos.

Desembolsos fraudulentos

Este tipo de fraude es uno de los más comunes dentro de la categoría de apropiación de activos, y se dan cuando un empleado hace uso indebido de su posición dentro de la empresa para utilizar los pagos de cuentas por parte de clientes, para otros propósitos indebidos. Los desembolsos fraudulentos están dentro de la categoría de fraude en libros contables, pues efectivamente se registra una salida de dinero y existe un soporte para auditoría que aparenta ser el adecuado, existen los siguientes tipos:

1. Esquema de manipulación
2. Esquemas de registro de desembolsos
3. Esquemas de reembolsos de gastos.
4. Esquemas de nómina.

Estas categorías de desembolsos se evidencian de las siguientes formas 1) Cuando se emite un cheque de forma fraudulenta para beneficio propio o 2) Intercepta un cheque a favor de un tercero y lo utiliza para beneficio propio. Reembolsos de gastos no autorizados por la compañía y otros esquemas de desembolsos fraudulentos son facturas falsas o fraudes en nómina los cuales surgen de solicitudes de pago falsas utilizando como medio de soporte una factura falsa la cual es registrada para que se realice una salida de dinero.

Esquemas de fraude

Esquema Ponzi según la (ACFE, 2014)

“El esquema Ponzi es una operación fraudulenta de inversión que implica el pago de intereses a los inversores de su propio dinero invertido o del dinero de nuevos inversores. Este fraude consiste en un proceso en el que las ganancias que obtienen los primeros inversionistas son generadas gracias al dinero aportado por ellos mismos o por otros nuevos inversores que caen engañados por las promesas de obtener, en algunos casos, grandes beneficios. El sistema funciona solamente si crece la cantidad de nuevas víctimas”

Esta entidad establece que en este tipo de fraude hay siempre un “centralizador” de víctimas que interactúan directamente con ellas.

Esquema Piramidal según la (ACFE, 2014)

“Un esquema piramidal es una forma de fraude similar en cierta forma a una trama Ponzi, basada como este en la desconfianza en la realidad financiera, e incluyendo una tasa de retorno extremadamente alta. En una trama piramidal, quienes reclutan participantes adicionales se benefician directamente (de hecho, el no reclutar, típicamente significa el no retorno de la inversión). La trama piramidal declara explícitamente que el nuevo dinero será la fuente de pago para las inversiones iniciales. El esquema piramidal suele colapsar rápidamente, simplemente por causa de la demanda de incrementos exponenciales en el número de participantes para sostenerlo.”

Esquemas burbuja según la (ACFE, 2014)

“En los esquemas de burbuja no siempre hay un “ideólogo” y no siempre se inician como un fraude. La burbuja se basa en la credulidad y el deseo de grandes beneficios, fraude burbuja no es lo mismo que una trama Ponzi. Una burbuja se basa en precios siempre crecientes (e insostenibles) en un mercado abierto (pueden ser acciones, precios de vivienda, el precio de los sellos, o cualquier otra cosa). En la medida en que los compradores estén dispuestos a pagar los precios siempre en alza, los vendedores pueden salir beneficiados. Un ejemplo, son los precios de la vivienda en el mercado local que pueden subir repentinamente pero caer del mismo modo por la excesiva construcción”

El triángulo del fraude

Es un modelo creado por la ACFE cuya finalidad es explicar todas las aristas y el racional de porque una persona puede llegar a cometer fraude laboral. Está compuesto de tres partes de acuerdo a la siguiente imagen.



Ilustración 3 - El triángulo del fraude

Fuente: Asociación de Examinadores de Fraude Certificados (ACFE)

Elaborado por: Leonardo Corral

La presión

Es el primer elemento y se da cuando un sujeto se encuentra en una situación financiera la cual no le permite cumplir con sus obligaciones y origina el deseo de cometer un acto ilícito, el cual va desde robo hasta falsificación de información en estados financieros con la finalidad de tratar de solucionar su obligación financiera.

Las situaciones más comunes para que se genere la intención de cometer un acto indebido son:

1. Imposibilidad de pago de facturas
2. Adicciones al alcohol o drogas
3. Alcanzar ganancia para mantener inversiones
4. Alcanzar objetivos de productividad
5. Deseo de estatus social superior
6. Sentimiento de pertenencia del beneficio

La pertenencia del beneficio se da cuando la persona considera que es acreedora del beneficio pero que por motivos poco justos no lo ha recibido, por ejemplo: aumentos de sueldo.

Oportunidad

En esta segunda instancia es donde se definirá de qué forma se va a cometer el ilícito, en el cual la persona identificará la vía más fácil y segura para su ejecución con un bajo riesgo de ser descubierto. En muchos casos se puede dar por el conocimiento que la persona tiene en un proceso determinado, de la empresa, de sus altos directivos lo cual le facilita identificar debilidades en los procesos, los cuales permitirían este tipo de actos, lo cual se agrava de no existir algún control interno por parte de la compañía.

Racionalización

Esta última fase por lo general se da en personas que al cometer un tipo de fraude, es la primera vez que lo hacen y no existe un historial fraudulento. El sujeto intentará justificar y racionalizar su acto indebido para percibirlo como un “acto aceptable”

Las más comunes son las siguientes:

- “Solo estoy tomando prestado el dinero”
- “Me lo deben porque lo merezco”
- “Mi familia lo necesita”
- “No me pagan lo suficiente”

El triángulo del fraude surge a raíz de la hipótesis de Donald Cressey:

“Las personas de confianza se convierten en violadores de confianza” cuando se conciben a sí mismos teniendo un problema financiero que no es compartible, son conscientes de que este problema puede ser resuelto en secreto violando la posición de confianza financiera que tienen, y son capaces de aplicar a su propia conducta en esa situación, verbalizaciones que les permitan ajustar sus concepciones de sí mismos como personas de confianza, con sus concepciones de sí mismos como usuarios de los fondos o propiedades encomendadas” (Cressey, 1973).

Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga

Antecedentes del mercado cervecero

(Porto, Definición, 2018) Define la cerveza proveniente del término en latín “cervesia”, como una bebida alcohólica que se produce a partir de la germinación de granos de cereales que se fermentan en agua.

Se presume que la existencia de la cerveza data de miles de años atrás en la historia de la humanidad. En la india 3500 A.C y en China hace cinco mil años. Los primeros en crear la receta tradicional de la cerveza fueron los babilonios cuya base era de cebada y trigo. En Egipto era la principal bebida de la nación y su consumo llegó a ser tan frecuente que el mismo Faraón en conjunto con los sacerdotes de la época explotaron el negocio más rentable para el imperio de la época.

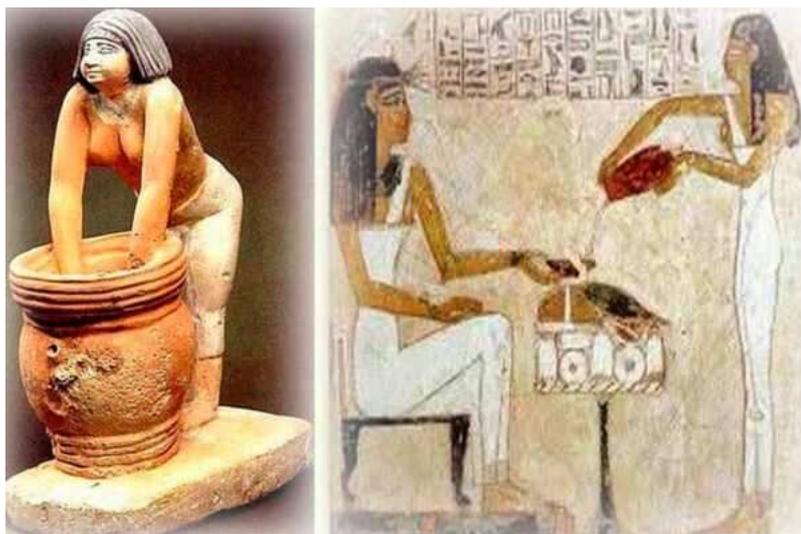


Ilustración 4 - Historia de la cerveza

Fuente: Revista Curiosfera, 2017

Elaborado por: Leonardo Corral

En la edad media la elaboración de cerveza se realizaba de forma mayoritaria en el continente Europeo por las mujeres, que hasta el siglo XII constituía una más de sus funciones cotidianas en la sociedad. No fue hasta el siglo XIII que la elaboración de cerveza pasó a un plano más profesional e industrial, llegando a ser la bebida que se consume hoy en día.

Mercado Cervecerero en el Ecuador

Cervecería Nacional

En la actualidad de nuestro país el mercado cervecero está principalmente controlado por la empresa Cervecería Nacional CN SA la cual es una compañía de origen ecuatoriano con más de 100 años de presencia en el mercado local y que en la actualidad pertenece al grupo cervecero belga número uno en ventas a nivel mundial ABInbev.

La historia de la Cervecería Nacional inicia en el año 1887 bajo la razón social Lager Beer Brewery cuya actividad era la producción de cerveza y hielo principalmente, ubicándose en Guayaquil en el Barrio “Las peñas”. En 1921 el gran incendio en la ciudad de Guayaquil provocó la pérdida total de su planta de producción.



Ilustración 5 - Artículo Cervecería

Fuente: *Tomada de Diario “El Universo” (Artículo: Cervecería resurgió luego del ‘gran incendio’ 2018)*

Elaborado por: Leonardo Corral

En 1913 se lanza al mercado la principal cerveza a nivel nacional Pilsener. Posteriormente en 1966 hace su debut la cerveza Club. Ambas las marcas más vendidas a nivel nacional.

En 1974 Lager Beer Brewery se fusiona con la Cervecería Andina de la ciudad de Quito, adquiriendo su segunda planta de producción.

En 1985 se apertura la nueva planta de producción en Pascuales y a finales de esa misma década la Cervecería pasa a formar parte del grupo Bavaria de Colombia. Hasta que en el

2005 SABMiller Plc adquiere la parte mayoritaria de acciones del Grupo Bavaria, convirtiéndose de esa forma en accionista de Cervecería Nacional.



Ilustración 6 - Cervecería Nacional

Fuente: *Tomada de Pagina Web "Cervecería Nacional" 2018*

Elaborado por: Leonardo Corral

En el año 2016 la gigante cervecera AbInbev realiza una fusión por absorción a SABMiller Plc y de esta forma pasa a ser el accionista mayoritario de Cervecería Nacional quien pasó a formar parte de este grupo, permitiéndole ampliar de forma considerable su portafolio de productos.

Portafolio de Productos

Marcas Nacionales.- Conformada por Pilsener, Pilsener Light, Pilsener Ligth Lemon Club Premium Verde, Club Premium Roja, Club Premium Negra, Club Premium Trigo.

Marcas Globales.- Conformada por Budweiser, Stella Artois, Corona, Becks, entre otras.

BIELA Ecuador

Biela Ecuador es la segunda empresa en porcentaje de participación de mercado del país, cuyos inicios se dieron bajo el mando del grupo Isaías en 1983. Con la razón social de

Cervecería Suramericana. A finales del año 2003 la brasileña Compañía de Bebidas de las Américas (Ambev) asume el control del 80% de las acciones de Cervecería Suramericana en cuyos inicios contaba con una participación de mercado del 6%.

En el año 2016 producto de la fusión entre la gigante belga ABInbev y la Sudafricana SABMiller Plc provocó que la Superintendencia de Control del poder de mercado (SCPM) emita 11 condiciones para admitir esta concentración económica en el país. Dentro de estas 11 condiciones consta de la desinversión de 1 de sus plantas de producción, motivo por el cual ABInbev realizó la venta de su planta de Biela Ecuador la cual no forma mas parte del grupo cervecero y que a partir del año 2019 fue adquirida por el grupo Heineken con el objetivo de ganar terreno a Cervecería Nacional.

Dentro de su portafolio cuenta con Biela Original, Biela Reserva Especial Extra, Biela Reserva Especial y Biela Light. Y próximamente se incorporaran marcas internacionales como Heineken entre otras.

Participación de mercado

De acuerdo a un estudio realizado por Danny Trujillo Sandoval en el año 2017. Las 2 mayores compañías cerveceras en el Ecuador poseen más del 99% del mercado de cervezas divididos en la siguiente forma: Cervecería Nacional con el 96.32% y Biela Ecuador con el 3.56%.

Descripción del modelo de crédito y cobranzas

De acuerdo al modelo de investigación planteado el cual es de metodología documental, se pudo obtener dentro de las limitaciones por temas de confidencialidad de las empresas de segmento de negocio de venta masiva de cerveza el proceso detallado del otorgamiento de créditos y cobranzas de una de las compañías con mayor participación de mercado en este sector:

El proceso para el otorgamiento de créditos está conformado por requisitos previos que el cliente debe cumplir, los cuales son:

1. Que el cliente mantenga una relación de compra periódica a la empresa de mínimo 3 meses, y con forma de pago de contado.

2. Entregar ficha de crédito
3. Que el cliente se encuentre limpio en el buró de crédito
4. Contar con garantías reales para compras superiores a 1100 cajas
5. Cedula de identidad vigente
6. Planilla de servicios básicos

A continuación un gráfico con el detalle de tiempos en días que demora el trámite de solicitud de ventas a crédito:

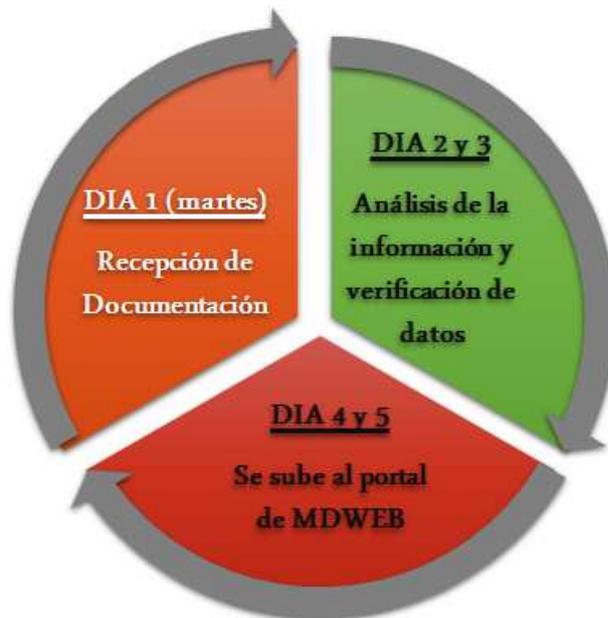


Ilustración 7 - Trámite de solicitud de ventas a crédito

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

En total es un flujo de aprobaciones y validaciones que tiene una duración de 5 días laborables contados a partir de la entrega de la documentación completa por parte del cliente. En los días 2 y 3 el área de crédito realiza las validaciones para garantizar que la documentación sea real y no falsificada.

Una vez concluida esta segunda fase del proceso, en este punto el crédito ya se encuentra aprobado o denegado. Si la solicitud es aprobada el último paso es el registro en el sistema de la compañía para este caso MDWEB el cual es un portal que administra y gestiona los

clientes y acreedores de la compañía, llevando un control de las partidas u obligaciones que los clientes tengan con la compañía. De esta forma el cliente pasa a formar parte de la base de datos de clientes con opción a crédito y sujeto a las condiciones previamente establecidas por la compañía y aceptadas por el cliente en su ficha de solicitud.

Partes involucradas

A continuación se detallan las partes activas por orden de relevancia en el proceso de crédito y cobranzas en la empresa:

Director de Ventas.- Alto mando cuya responsabilidad son los siguientes KPI's:

1. Volumen incremental
2. Penetración de crédito
3. Asegurar la recuperación de cartera en un 95%
4. Fomentar y asegurar la rotación del producto

Jefe de Ventas.- Mando medio cuyos objetivos dentro del proceso en mención son:

1. Buscar y evaluar clientes potenciales
2. Proponer y ejecutar iniciativas de crédito
3. Seguimiento de la recuperación de cartera
4. Asegurar la recuperación de cartera en un 95%

Desarrollador de negocios.- Vendedor de calle cuya participación es la siguiente:

1. Buscar y evaluar clientes potenciales
2. Llena la ficha de solicitud y recopila requisitos
3. Asesora al cliente sobre el correcto manejo de crédito y vías de pago
4. Asegurar la recuperación de cartera en un 95%

Televendedor.- Vendedor telefónico cuya importancia radica en:

1. Comunica a Cobranzas/Crédito clientes potenciales de crédito.
2. Asesora al cliente sobre el correcto manejo de crédito
3. Asegurar la recuperación de cartera en un 95%

4. Asegura la toma del pedido y cantidades óptimas para garantizar rotación del producto.

Entregador.- Persona operativa clave dentro del proceso, es el chofer del camión que contiene el producto a distribuir a distintos clientes y su participación es la siguiente:

1. Recaudo en el POS (Punto de Venta)
2. Entrega recibo a clientes y toma la firma de la factura de la venta a crédito
3. Liquida las rutas y consigna los valores en efectivo en Banco

Analista de crédito y cobranzas.- Persona administrativa de oficina cuya función en el proceso es:

1. Analiza, autoriza y activa los cupos
2. Ejecuta visitas sorpresa como auditoría
3. Implementa iniciativas de crédito en el sistema
4. Asegura la recuperación de cartera en 95%
5. Da seguimiento a la cartera vencida

Dentro del proceso descrito se identifica que la persona que realiza el contacto con el dinero en efectivo, es decir, quien realiza la acción de cobro per se es el chofer entregador. Cabe indicar que el chofer entregador diferencia de todos los demás participantes activos del proceso, no es un colaborador directo de la compañía, sino que es un tercero que presta los servicios de distribución como proveedor a la compañía que vende.

El ciclo del chofer cobrador inicia con la revisión matinal diaria en la cual se alinea con todos los choferes y el Supervisor cual será la ruta a ejecutar la distribución durante toda la jornada laboral. También son instruidos con la información acerca de los importes que deben cobrar, los cuales quedan aperturados en una cuenta por cobrar durante ese día. El chofer una vez culminada la ruta de entrega de producto, debe retornar al centro de distribución de la zona a realizar la liquidación de reparto y realizar inmediatamente el depósito a cuenta para que la partida sea conciliada y no existan diferencias. Este punto de conciliación y cruce de partidas abiertas en sistema y el deposito realizado por el Chofer es realizado por el Cajero Liquidador de la compañía.

Instancias de cobro

Dentro de la política interna de crédito y cobranzas se establecen los siguientes plazos y acciones por clientes con valores vencidos con la compañía:

La primera instancia es la Telecobranza la cual se utiliza en créditos vencidos entre 1 y 30 días y consiste en la comunicación por vía telefónica entre un asesor call center de la compañía el cual indica al cliente los valores pendientes, intereses generados y vías de pago para facilitar la terminación de la deuda.

La segunda instancia es la intervención del departamento interno de Cobranzas y Ventas el cual se aplica para créditos vencidos entre 31 y 90 días y consiste en las visitas por parte del Vendedor de la zona quien en nombre la compañía reitera al cliente los valores que están vencidos, vías de pago, interés generados, este paso es visita física en el punto de venta.

La tercera instancia es la asistencia física de los Auxiliares cobradores quienes a más de recalcar los valores vencidos, intereses generados y vías de pago; advierte al cliente que en caso de no cancelar la deuda al corto plazo, la compañía podría iniciar acciones en el ámbito jurídico para garantizar el cumplimiento de la obligación adquirida por el cliente de forma escrita.

En caso de que con ninguna de las 3 instancias se haya conseguido un compromiso de pago inmediato por parte de los clientes, se procede a enviar el caso al departamento legal de la empresa, el cual iniciará acciones jurídicas en contra del cliente deudor para garantizar el cobro de los valores pendientes. Para esta instancia se tienen mapeadas 2 fases:

1. Extra judicial.- Importes vencidos inferiores a \$1500 dólares se realizará a través de la visita y gestión de los abogados de la compañía, quienes agotaran todos los recursos para evitar iniciar una acción más severa que perjudique legalmente al cliente. Para estos casos de montos bajos, se evidenció mediante la recolección de información que el sustento es el costo que genera a la compañía contratar servicios legales externos para procesos jurídicos extensos y que no amerita realizarlos debido al monto.

2. Judicial.- Cuando el importe vencido es mayor a \$1500 dólares e involucra la toma de acciones judiciales ante las entidades regulatorias para estos ámbitos en el Ecuador. En la cual la compañía actúa como demandante a un cliente por incumplimiento de los plazos de crédito establecidos mediante contrato entre ambas partes, y que a través de la firma del deudor se aceptaron todos los plazos a más de los términos y condiciones para la venta a crédito de cerveza.

Mediante el siguiente flujo se resumen las instancias de cobro por parte de la compañía hacia sus clientes con deudas vencidas:

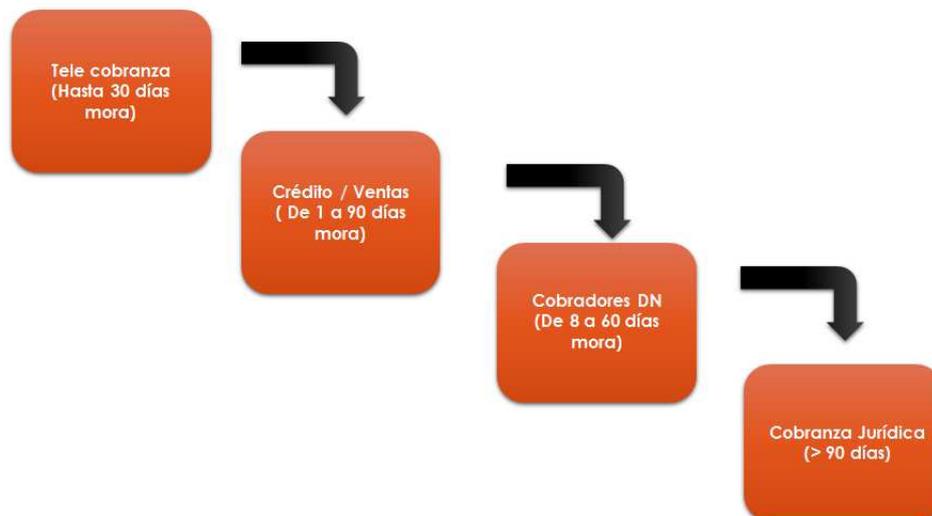


Ilustración 8 - Instancias de cobro

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

Corrupción como medio de fraude en el proceso de Venta/Cobro

Relación familiar no reportada entre el vendedor y el cliente.

En reunión con el responsable del departamento de Compliance y Ética de una de las mayores empresas comercializadoras de cerveza en Ecuador se levantó que en general las

políticas internas de este negocio en la sección de obligaciones del empleado establece la obligatoriedad de reportar al departamento de ética cualquier relación que pueda existir entre un empleado y un cliente y que potencialmente podría generar un conflicto de interés en sus operaciones.

Cuando un nuevo colaborador es contratado uno de los requisitos es la firma de un documento de Declaratoria de Conflictos de Interés el cual sin ese documento no es posible dar inicio a la vinculación laboral, y dicho formato también debe ser diligenciado anualmente por todos los empleados nuevos o antiguos al Departamento de Compliance. Lo cual en criterio del autor constituye una estrategia de control para evitar situaciones ilícitas en los procesos de la compañía.

El ocultamiento o falsedad de la información declarada en dicha declaratoria es considerada como una falta grave al reglamento interno de la compañía y constituye una causal para un despido intempestivo al empleado y una sanción para el cliente.

Se identificó que este tipo de conflicto de interés entre empleados y clientes tiene sus impactos en el otorgamiento de créditos, promociones, descuentos, despacho anticipado, ya que no todos los tipos de cliente tienen accesibilidad a los mismos términos de compra/venta en temas de beneficios y promociones. El vendedor de calle es una persona previamente capacitada y en conocimiento para otorgar estos beneficios dependiendo del tipo de cliente y una relación familiar puede afectar directamente la transparencia del proceso.

Relación familiar no reportada entre clientes.

Los clientes de la empresa tienen también un reglamento el cual debe ser aplicado en todas las relaciones comerciales que se den durante la relación con la compañía. En este giro del negocio se identificó que como tal no existe una prohibición de relación familiar entre clientes, sin embargo si existe el compromiso de que los productos, descuentos y promociones dependiendo del tipo de cliente no puede bajo ninguna circunstancia desviarse hacia un tercero que también sea cliente, bajo el siguiente ejemplo:

Un cliente A es hermano de un cliente B; el cliente A es una tienda de barrio donde la compra masiva le otorga ciertos beneficios en producto, descuentos y promociones. El

cliente B es un bar en Guayaquil el cual no tiene acceso a estos beneficios, sin embargo el cliente A realiza compras periódicas de producto el cual se descubre que es trasladado al bar (cliente B) para su venta.

Lo anterior constituye una falta a las obligaciones del cliente al no respetar la política organizacional del compromiso y originó un conflicto de intereses entre clientes de la misma empresa de la mano con el fraude por triangulación de pedidos.

Marco legal

Condiciones legales establecidas en la legislación ecuatoriana.

Antes de conocer las regulaciones que se han establecido en la legislación en la sociedad ecuatoriana y que están relacionadas con nuestro tema en cuestión, se mostrará cual es la estructura general de las regulaciones y legislaciones, para ello, se toma como referencia la Pirámide Kelseniana. El cual es un recurso que permite ilustrar, la jerarquía de las normas jurídicas:

Ilustración 9 - Cuadro de Jerarquización de leyes



Jerarquía de Leyes – Pirámide de Kelsen.

Ilustración 10 - Normativas

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

También como soporte para nuestro proyecto de investigación, encontramos dentro de las leyes de nuestro país, artículos legales que avalan la importancia del proyecto.

Leyes

Ley de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de delitos (Nacional, 2017).

Es la primera ley creada exclusivamente para el control de Lavado de activos en el Ecuador, fue publicada en el Registro Oficial No. 127 el 18 de octubre del 2005 y reformada en el Registro Oficial No. 352 del 30 de diciembre del 2010, actualmente conocida como “Ley de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de delitos”. (Nacional, 2017, pág. 2)

Esta ley es considerada como una de las más importantes debido a su carácter administrativo, está dirigida principalmente al sistema financiero llámese instituciones financieras públicas, privadas y aseguradoras, sin embargo su alcance incluye otros sectores productivos como comercializadoras de vehículos, inmobiliarias, constructoras, fundaciones, organismos no gubernamentales, notarias entre otros quienes se rigen por sus propias normativas que fueron creadas en base a esta ley. (Nacional, 2017, pág. 2).

Dentro de los aspectos más importantes que contempla la ley (Nacional, 2017, pág. 2) están:

- Establece al Lavado de Activos como un delito común, regulado por la ley. (Nacional, 2017, pág. 2).
- Establece la creación de El Consejo Nacional Contra el Lavado de Activos y su órgano operativo, la Unidad de Análisis Financiero. (Nacional, 2017, pág. 2).
- Establece las responsabilidades de los organismos antes mencionados. (Nacional, 2017, pág. 2).
- Establece los controles mínimos para procesos de apertura, mantenimiento y cierre de cuentas o relaciones comerciales. (Nacional, 2017, pág. 2).
- Establece las sanciones para aquel que de manera directa o indirecta participe o secunde el delito de lavado de activos. (Nacional, 2017, pág. 2).

Código Orgánico Integral Penal (nacional, 2014)

Como su nombre lo indica el Código Orgánico Integral Penal está encargado de regular los temas relacionados a causas penales, la creación de este código era de gran importancia debido a que en el Ecuador no existía una sola normativa que regule los procesos penales, por el contrario existieron cinco leyes independientes en base a las cuales se procuraba controlar el proceso penal teniendo como principal inconveniente la facilidad de divergir las decisiones que se tomaban, a partir de estos problemas más de carácter administrativos que judiciales se crea y aprueba por la Asamblea Nacional el Código Orgánico Integral Penal. (nacional, 2014, pág. 32).

Al ser el lavado de activos un delito con consecuencias penales el código detalla desde su artículo 317 al 320 cada una de las sanciones con las que se juzgará a la (s) persona (s) que de forma directa o indirecta formen parte del delito de lavado de activos en cualquiera de sus etapas, (nacional, 2014, pág. 46).

Código Monetario y Financiero (Nacional, Código Monetario y Financiero, 2014)

Fue aprobado por la Asamblea Nacional en septiembre de 2014, a diferencia de la ley de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de delitos este código tiene mayor alcance al haber sido creado con el objetivo de regular al sistema monetario financiero a través del establecimiento de controles que ayuden a mitigar los riesgos inherentes a los que está expuesta la economía del país. (Nacional, Código Monetario y Financiero, 2014, pág. 23).

Se puede decir que el código es un manual que contempla cada uno de los procesos y funciones de las instituciones financieras el cual está basado y hace referencia a procesos y controles establecidos en las normativas antes mencionadas. (Nacional, Código Monetario y Financiero, 2014, pág. 32).

Consecuencias de la normativa

Al igual que el entorno legal las consecuencias económicas y legales por incumplimiento no están registradas en una sola ley, cada organismo de control es responsable del establecimiento de sanciones las cuales deben ir en relación al principio de proporcionalidad establecido en la Constitución de la República del Ecuador. (nacional, 2014, pág. 54).

Las sanciones generales por incumplimiento a las leyes y normativas son:

- Prohibición de libertad entre 1 a 13 años dependiendo del monto de la transacción y los medios utilizados. (nacional, 2014, pág. 54).
- Sanciones monetarias equivalentes al doble del monto de los activos objeto de delito. (nacional, 2014, pág. 54).
- Cierre inmediato de las personas jurídicas que no pudiesen sustentar sus operaciones dando a entender que su objetivo de establecimiento fuese el lavado de activos. (nacional, 2014, pág. 54).
- Prisión de 1 a 3 años para aquel que incrimine falsamente a una o varias personas en el delito de lavado de activos, en caso de que la demanda falsa sea realizada por un funcionario público o privado del sistema financiero se aplicará la pena máxima. (nacional, 2014, pág. 54).

Marco conceptual

Activos: es un sistema construido con bienes y servicios, con capacidades funcionales y operativas que se mantienen durante el desarrollo de cada actividad socio-económica específica. Los activos de las empresas varían de acuerdo con la naturaleza de la actividad desarrollada. (Bahamonde, 2015, pág. 78).

Actividades de alto riesgo.- Aquellas que por sus características particulares representan un mayor riesgo para las personas naturales y jurídicas que integran el sistema de seguro privado de ser utilizadas en el cometimiento de los delitos de lavado de activos y financiamiento de delitos. (Vigueras, 2015, pág. 72).

Alta gerencia.- Nivel jerárquico dentro de la organización que cuenta con autonomía para tomar decisiones. La integran los presidentes y vicepresidentes ejecutivos, gerentes generales, vicepresidentes o gerentes departamentales y otros profesionales responsables de ejecutar las decisiones del directorio, de acuerdo con las funciones asignadas y la estructura organizacional definida por la Compañía. (Vigueras, 2015, pág. 77).

Actividades inusuales: toda aquella transacción que por sus características no entre dentro del común de transacciones efectuadas por el cliente será considerada como una actividad inusual y deberá ser detectada por el sistema. (Martínez, 2016, pág. 152).

Riesgo: Combinación de la posibilidad de ocurrencia de un suceso y sus consecuencias. Logra tener representación negativa (en caso de ocurrir se producen pérdidas) o positivo (en caso de ocurrir se producen ganancias). En la terminología se emplea esta definición para expresar imparcialmente dos ideas desiguales: de un lado, riesgo como objeto; de otro, riesgo como posible ocurrencia por casualidad de un suceso que causa una necesidad económica y cuya aparición real o existencia se previene y garantiza en la póliza y obliga a efectuar la prestación, normalmente indemnización, que le corresponde. (Espinosa, 2014, pág. 90).

Geografía y clientes de alto riesgo: los documentos elaborados por los distintos organismos de control (nacionales e internacionales) han nombrado a ciertos países como de “alto riesgo” debido a su conflicto ante el cometimiento de delitos, así mismo han creado listados con el nombre de personas y jurisdicciones sancionadas con las cuales no se puede transaccionar. (Orlando, 2013, pág. 79).

Estructuración umbrales de reporte: los límites establecidos por los organismos de control para el reporte de transacciones son públicamente conocidos, los delincuentes procuran estructurar sus operaciones de tal manera que puedan evadir los umbrales permitidos de tal manera que sus operaciones no estén reportadas al regulador. (Vigueras, 2015, pág. 201).

Estructuración de transacciones: la estructuración es el método mediante el cual los delincuentes realizan varias transacciones por montos parecidos con el objetivo de evadir impuestos y dificultar el seguimiento de la transacción hasta su beneficiario final. (Bahamonde, 2015, pág. 93).

Discrepancias de comportamiento: estos escenarios buscan detectar cambios inesperados y repentinos en el perfil transaccional como por ejemplo el movimiento rápido

de fondos hacia y desde una cuenta, este modelo de operación es usualmente manejado por los delincuentes para el blanqueo de capitales, quienes utilizan cuentas de terceros para hacer depósitos de dinero ilícito y después de un corto plazo no mayor a un día retiran estos montos como dinero de procedencia lícita. (Martínez, 2016, pág. 31).

Cambios significantes a la operación promedio: este escenario está configurado directamente con el perfil de actividad anticipada elaborada por el oficial de cuenta de cada cliente, un cambio importante en las transacciones requiere una investigación adicional. (Martínez, 2016, pág. 45).

Pagos anticipados: el pago parcial o anticipado de un crédito dentro de un plazo corto posterior a la fecha del otorgamiento representa una señal de alerta por la discrepancia que esta transacción involucra. Usualmente los lavadores de dinero utilizan este método para poder gastar el dinero ilícito en una transacción lícita. (Bahamonde, 2015, pág. 93).

Método de reconocido valor técnico.- Es una sucesión de pasos documentados, ligados entre sí por un propósito verificable, comprobable, operativo y fidedigno, que en función de sus clientes, productos y servicios, canal, ubicación geográfica, entre otros, las empresas de seguros y compañías de reaseguros deben usar para segmentar la información del cliente, establecer perfiles operacionales, de comportamiento y de riesgo, aplicar procesos de monitoreo y reportar inusualidades. (Bedoya, 2015, pág. 79).

Operación inusual e injustificada.- Movimientos económicos realizados por personas naturales o jurídicas, que no guarden correspondencia con el perfil operativo y de comportamiento establecido por la entidad sobre el cliente y que no puedan ser sustentados; o, cuando aún siendo concordantes con el giro y perfil del cliente parezcan desmedidos o inusuales, por su monto, frecuencia o destinatarios. (Espinosa, 2014, pág. 105).

Perfil de comportamiento del sujeto de análisis.- Son todas aquellas características propias y habituales del sujeto de análisis, asociadas con su información general, modo de utilización de los servicios y productos que ofrece la Compañía. (Espinosa, 2014, pág. 117).

Perfil operacional del sujeto de análisis.- Es el parámetro máximo determinado por la entidad, de las acreencias netas de todos los productos consolidados del sujeto de análisis, en función de la situación y actividades económicas que realiza mensualmente este cliente sobre el cual se debe confrontar su operatividad. En la medida que varíen los factores que determinen este perfil, este debe actualizarse. (Espinosa, 2014, pág. 117).

Perfil de riesgo.- Es la condición de riesgo que presenta el cliente tanto por su perfil de comportamiento y su perfil operacional que le pueden exponer a la entidad a la ocurrencia de sucesos con implicaciones en lavado de activos o financiamiento de delitos. (Espinosa, 2014, pág. 117).

Segmentación.- Es el resultado de definir, identificar, clasificar y analizar adecuadamente los grupos de sus clientes, en función de sus características y criterios de riesgos adoptados. (Espinosa, 2014, pág. 98).

Capítulo II

Marco metodológico

Diseño de la investigación

El presente tema de estudio estará enfocado con una metodología compuesta por variables tanto cuantitativas como cualitativas. De tal forma que se recabe un gran volumen de información relacionado con el riesgo de fraude en el departamento de cobranzas de las empresa de comercialización de bebidas de moderación en la ciudad de Guayaquil, y de esta forma el autor hará uso de las facultades de estos tipos de investigación para dar una mayor solidez a las conclusiones obtenidas del presente estudio.

De acuerdo con (Bonilla & Rodriguez, 2000) La investigación cualitativa se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar, su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

El método cuantitativo recolecta un gran volumen de información y datos medibles relacionados a un tema específico, utilizando diversas técnicas de recolección de datos ya sean de fuentes primarias como fuentes secundarias que permitan contrastar la información teórica recabada versus los datos reales obtenidos mediante esta metodología.

Posterior a la determinación de los tipos de investigación y obtención de datos. Se establece que el presente proyecto se desarrolla bajo un método descriptivo y analítico enfocado en la necesidad de abordar el tema del fraude en cobranzas y todas sus aristas de forma integral.

Esta metodología será ejecutada en 2 fases, siendo la primera la descripción y estudio a detalle de las variables previamente establecidas en la relación que existe entre las políticas de cobranzas y el riesgo de fraude en las mismas. Y la segunda fase ejecuta el análisis de los datos obtenidos y desmenuzando las causas principales de este fenómeno empresarial.

Las variables de estudio para la presente investigación son la existencia del riesgo de fraude y su relación con las políticas y el modelo de gestión de cobranzas que aplican las organizaciones de consumo masivo del mercado de la cerveza en la ciudad de Guayaquil, entendiéndose los principales conceptos de esta temática como fraude, cobranzas y mercado de consumo masivo.

Tipo de investigación

Dentro del planteamiento de la investigación de pregrado actual se utiliza la investigación documental cuyo propósito es obtener y agrupar todos los datos relacionados e influyentes al tema en concreto. Las fuentes de información para su obtención se realizan en revistas académicas, libros, estudios científicos sobre el fenómeno del fraude y otras investigaciones previas con temática similar que serán coadyuvantes al desarrollo de la presente. Por tanto se considera una fuente secundaria ya que es información que proviene del criterio de individuos ajenos a la investigación. (Baena, 2014)

Se aplicará también la investigación de campo como fuente primaria de obtención de datos para el análisis y recomendaciones finales. La investigación de campo permite obtener datos de primera fuente, por lo cual será primordial para este caso relacionado a las cobranzas y el fenómeno del fraude.

Esta metodología de campo se ejecuta mediante diversas técnicas de recolección de datos en función de la necesidad que se tenga y dependiendo del tema de estudio. Para la presente se utilizará la encuesta a representantes de cobranzas de compañías comercializadora de cerveza de Guayaquil para posteriormente contrastarlo con el proceso documental de cobranzas para obtener un resultado final.

Alcance de la investigación

El alcance del presente caso de estudio se enfoca en las compañías comercializadoras de cerveza legalmente constituidas en el Ecuador y cuyo domicilio sea en la ciudad de Guayaquil principalmente en las 2 sociedades que mantienen el 99.8% del control del mercado cervecero las cuales son Cervecería Nacional y Biela Ecuador.

Tabla 1 - Alcance de Investigación

Unidad responsable:	Unidad de Cobranzas
Personas responsables:	Leonardo Corral
Campo:	Cobranza
Área:	Cartera
Población:	Personal de Unidad de Cobranzas
Periodo de ejecución:	Periodo 2019- 2020
Elaborado por	Leonardo Corral

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

Población y muestra

Población

Las unidades de cobranzas están constituidas en total por 32 trabajadores de los cuales está distribuido de la siguiente manera:

Tabla 2 - Muestra de investigación

Gerentes	2
Jefes	5
Auxiliar de cobranzas	10
Asistente de Cobranzas	15
Total	32

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

Muestra

Para la toma de nuestra muestra hemos decidido realizar a todo el personal que labora en las unidades de cobranzas.

Técnica de recogida de datos

Concluida la aplicación y generación de los instrumentos, se procedió a definir la

- Implementación de la encuesta vía cuestionario.
- Establecer los resultados obtenidos especificando los parámetros que la organización deberá solventar.

Encuestas

Siendo indispensable una generación multifocal para analizar el proceso, el proceso de encuesta constará de un formulario, cuyos resultados particulares deberán interpretarse dentro de un entramado, realizando el cruzamiento correspondiente:

Este formulario integrará la base de datos del cuestionario, estableciéndose la posibilidad de utilizarlos para definir conclusiones y recomendaciones.

El Cuestionario de situación sobre riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo

Tabla 3 - Cuestionario de situación sobre riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo

Objetivo:	Este cuestionario tiene el objetivo de Analizar la situación sobre riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo					
Procedimiento:	El encuestador debe de leer el objetivo de la encuesta El encuestador debe especificar la escala de valores El encuestador debe leer claramente la pregunta El encuestador debe mostrar el cuestionario llenado El encuestador debe de agradecer la recepción de la encuesta					
Nota:	Recomendamos leer detenidamente y responder con sinceridad las preguntas. Marcar con una (x) la respuesta que usted considere sea la adecuada.					
Agradecimiento a mencionar:	Agradecemos a los encuestados que amablemente compartieron su tiempo para responder esta encuesta, que contribuirán a analizar las causas sobre riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo					
PREGUNTAS	Masculino	Femenino	No contesta		OBSERVACIONES	
1. ¿Sexo del encuestado?						
PREGUNTAS	18 a 20	21 a 36	37 a 50	51 a 60	> 61	OBSERVACIONES
2. ¿Rango de edad en años?						
PREGUNTAS	PRIMARIA	SECUNDARIA	UNIVERSIDAD	CUARTO NIVEL	OBSERVACIONES	
3. ¿Cuál es su nivel de educación?						
PREGUNTAS	< 1 AÑO	DE 1 A 2 AÑOS	DE 2 A 5 AÑOS	> 5 AÑOS	OBSERVACIONES	
4. ¿Cuánto tiempo lleva efectuando esta actividad en años?						
PREGUNTAS	INDEFINIDO		EVENTUAL	EXTERNO	OBSERVACIONES	
5. ¿Cuál es su modalidad de trabajo?						
PREGUNTAS	SI	NO	NO CONTESTA		OBSERVACIONES	
6. ¿Usted conoce el término Fraude de Dinero?						
PREGUNTAS	SI	NO	SI SU RESPUESTA ES SI - ESPECIFIQUE QUÉ TIPO DE FRAUDE CONOCE		OBSERVACIONES	
7. ¿Tiene conocimientos sobre riesgos de fraude?						
PREGUNTAS	SI	NO	A VECES	NUNCA	OBSERVACIONES	
8. ¿La compañía le ha dado instrucción o capacitación sobre riesgos de fraude?						
PREGUNTAS	SI	NO	SI SU RESPUESTA ES SI - ESPECIFIQUE EL RIESGO DE FRAUDE		OBSERVACIONES	
9. ¿Usted considera que el actual modelo de cobranzas tiene riesgo de fraude?						
PREGUNTAS	FALTA DE CONTROLES		MODELO BUROCRÁTICO	DESCONOCIMIENTO	OTROS (EXPLIQUE)	
10. ¿Qué causas cree usted que generen riesgo de fraude?						
PREGUNTAS	RESPUESTA				OBSERVACIONES	
11. ¿Qué programas o acciones aplica para prevenir, mitigar y controlar el riesgo de fraude en la entidad que labora?						

PREGUNTAS	RESPUESTA			OBSERVACIONES
12. ¿Con base en su experiencia, indique las herramientas o mecanismos que utilizan los responsables de la dirección para prevenir y detectar el riesgo de fraude.?				
PREGUNTAS	RESPUESTA			OBSERVACIONES
13. En su experiencia, ¿cuáles son las principales deficiencias o limitaciones del control interno, que no permiten a los responsables detectar o prevenir el riesgo de fraude?				
PREGUNTAS	SI	NO	NO CONTESTA	OBSERVACIONES
14. ¿Le gustaría recibir charlas acerca de la importancia que tiene detectar o prevenir el riesgo de fraude?				

Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: Leonardo Corral

Análisis de datos

Concluida la aplicación y generación de los instrumentos, se procedió a definir la tabulación de las respuestas y los resultados se presentan de manera específica en cuadros estadísticos, considerando las frecuencias con sus respectivos porcentajes, los cuales permiten visualizar de manera numérica la información. Cabe indicar que se realiza la representación de los resultados presentados en gráficos estadísticos.

La interpretación de los resultados se realizó de la siguiente manera:

CUANTITATIVOS. Los resultados numéricos son establecidos por medio de porcentajes, considerando cada uno de los ítems.

CUALITATIVOS. Tomando como referencia los porcentajes obtenidos, se realizó el respectivo análisis para obtener las conclusiones, lo cual permitió objetivizar los resultados de la investigación.

Capítulo III

Resultados

Análisis de resultados

Los resultados

La información obtenida del trabajo de campo permitirá el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta, logrando así una comprensión global del fenómeno en estudio.

Resultados de Formulario de Investigación: Cuestionario de situación sobre riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo

Tabla 4 - Sexo de encuestado

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
1. ¿Sexo del encuestado?	MASCULINO	22	69%
	FEMENINO	10	31%
	NO CONTESTA	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

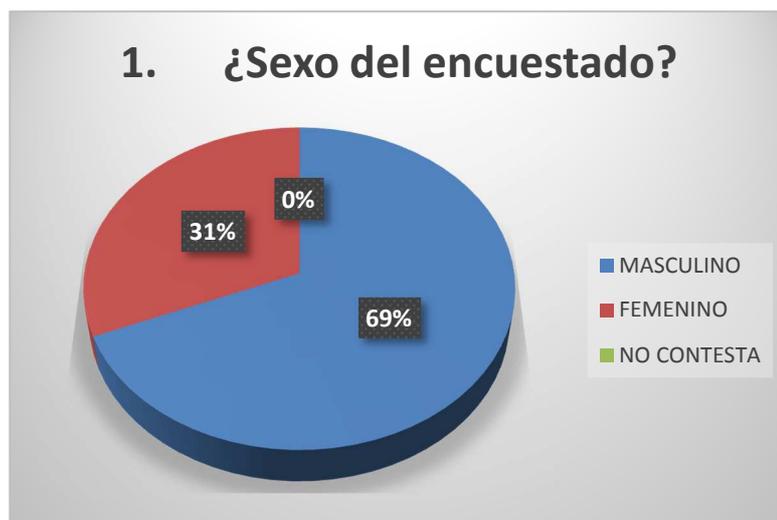


Ilustración 11 - Sexo de encuestado

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 69 % que son de sexo masculino y un 31 % sexo femenino, el cual es un porcentaje equilibrado a ser considerado.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 5 - Edad de encuestados

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
2. ¿Rango de edad en años?	13 - 20 AÑOS	2	6%
	21 - 36 AÑOS	1	3%
	37 - 50 AÑOS	20	63%
	51-60 AÑOS	6	19%
	> 61 AÑOS	3	9%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral



Ilustración 12 - Rango de edad

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 82 % que laboran actualmente y su rango de edad está entre los 37 y 60 años, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 6 – Nivel de educación

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
3. ¿Cuál es su nivel de educación?	PRIMARIA	0	0%
	SECUNDARIA	7	22%
	UNIVERSIDAD	24	75%
	CUARTO NIVEL	1	3%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

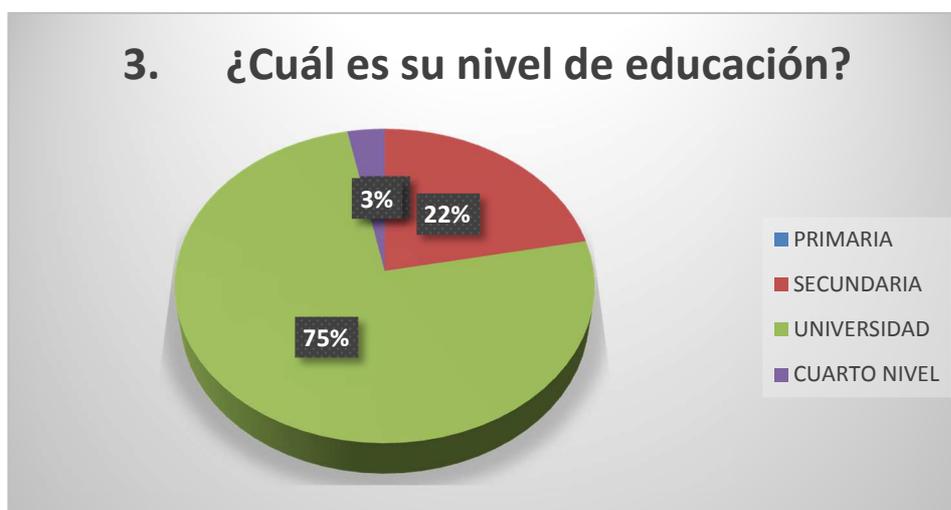


Ilustración 13 – Nivel de educación

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 97 % de las personas que laboran actualmente en unidades de cobranza corresponden a nivel secundario y universitario, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 7 – Tiempo de actividad

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
4. ¿Cuánto tiempo lleva efectuando esta actividad en años?	< 1 AÑO	1	3%
	DE 1 A 2 AÑOS	2	6%
	DE 2 A 5 AÑOS	14	44%
	> 5 AÑOS	15	47%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral



Ilustración 14 – Tiempo de actividad

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 91 % que laboran actualmente en unidades de cobranza de empresas productoras de cerveza tienen más de 2 años de labores, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 8 - Modalidad de Trabajo

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
5. ¿Cuál es su modalidad de trabajo?	INDEFINIDO	22	69%
	EVENTUAL	10	31%
	EXTERNO	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

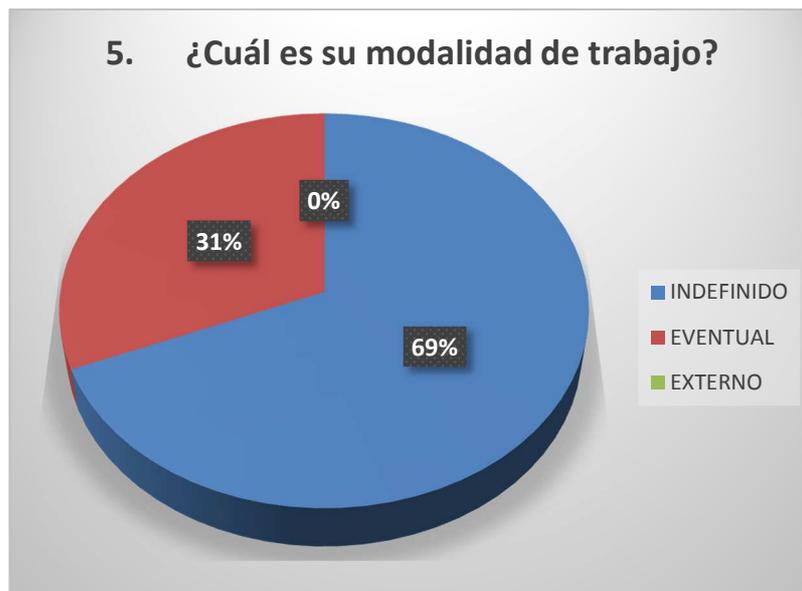


Ilustración 15 - Modalidad de Trabajo

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 69 % que son empleados fijos de la organización, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 9 - Terminología

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
6. ¿Usted conoce el término Fraude de Dinero?	SI	4	13%
	NO	28	88%
	NO CONTESTA	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

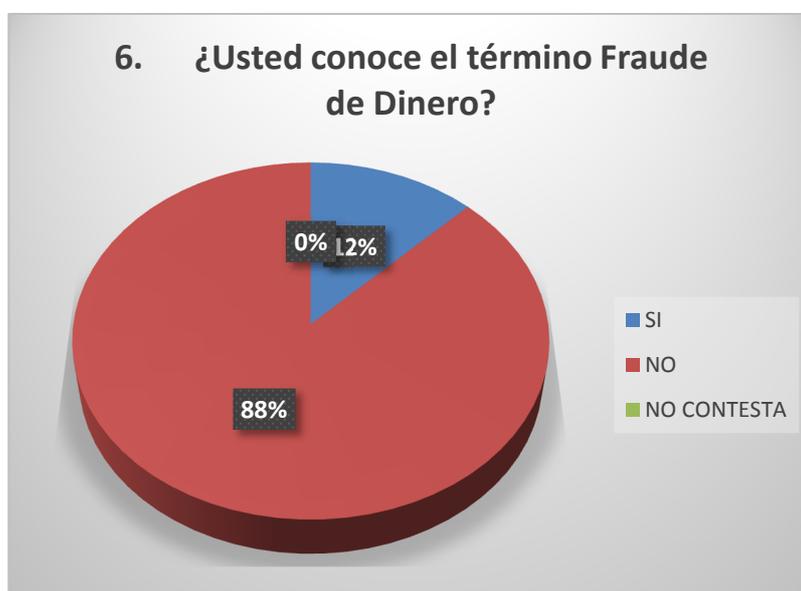


Ilustración 16 - Terminología

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 88 % que desconocen el término de Fraude de Dinero, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta dado que este desconocimiento es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 10 - Conocimiento sobre fraude

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
7. ¿Tiene conocimientos sobre riesgos de fraude?	SI - POR CULTURA GENERAL	3	9%
	SI - POR REVISTAS Y DIARIOS	1	3%
	NO	28	88%
	NO CONTESTA	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral



Ilustración 17 - Conocimiento sobre fraude

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 88 % que no tienen conocimiento sobre riesgo de fraude, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta dado que este desconocimiento es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 11 - Capacitación

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
8. ¿La compañía le ha dado instrucción o capacitación sobre riesgos de fraude?	SI	0	0%
	NO	32	100%
	A VECES	0	0%
	NUNCA	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

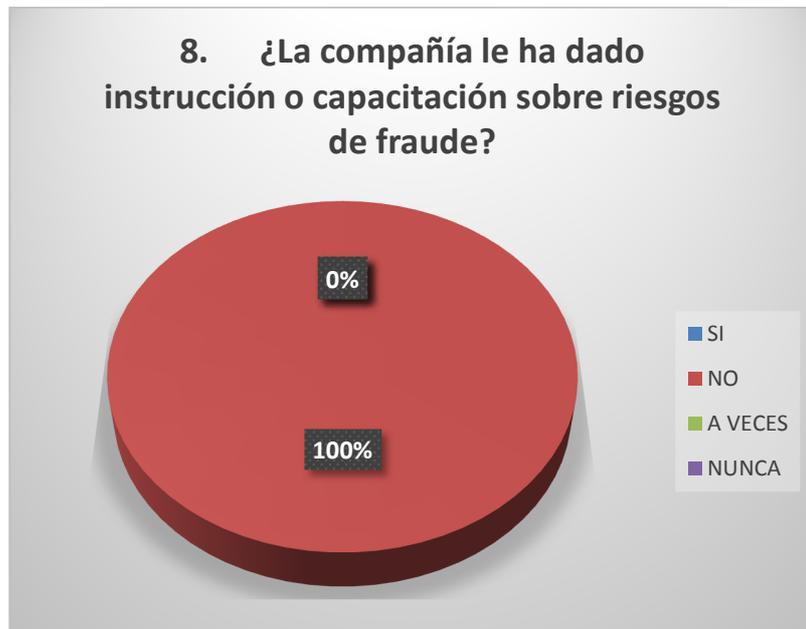


Ilustración 18 - Capacitación

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 100 % que no han recibido instrucción o capacitación sobre riesgos de fraude, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta dado que este desconocimiento es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 12 - Modelo de Cobranzas

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
9. ¿Usted considera que el actual modelo de cobranzas tiene riesgo de fraude?	SI - POR FALTA DE CONTROLES	32	100%
	NO	0	0%
	NO CONTESTA	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

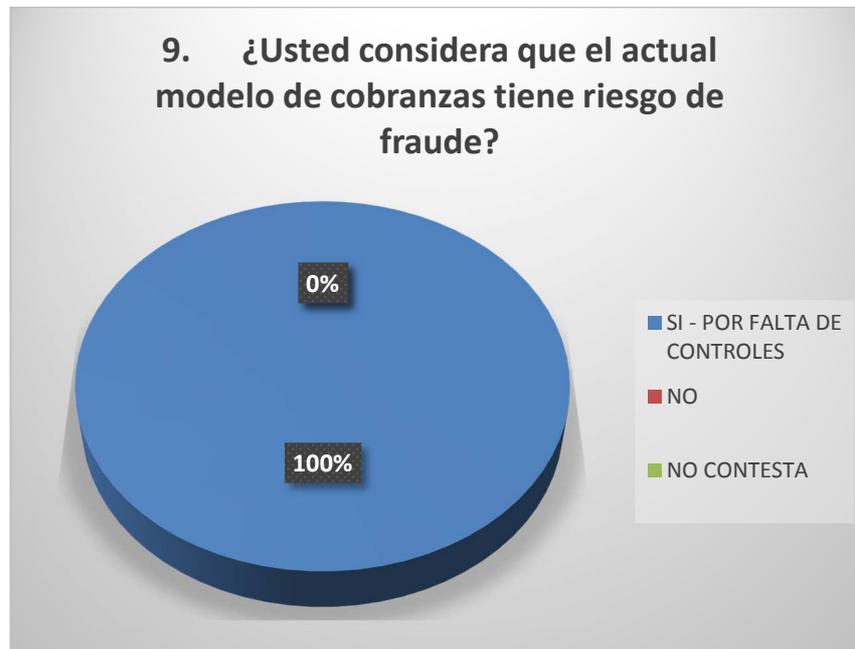


Ilustración 19 - Modelo de Cobranzas

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 100 % que si consideran que su actual modelo de cobranzas tiene riesgo de fraude, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta dado que este desconocimiento es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 13 - Causas

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
10. ¿Qué causas cree usted que generen riesgo de fraude?	FALTA DE CONTROLES	29	91%
	MODELO BUROCRÁTICO	0	0%
	DESCONOCIMIENTO	3	9%
	OTROS	0	0%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

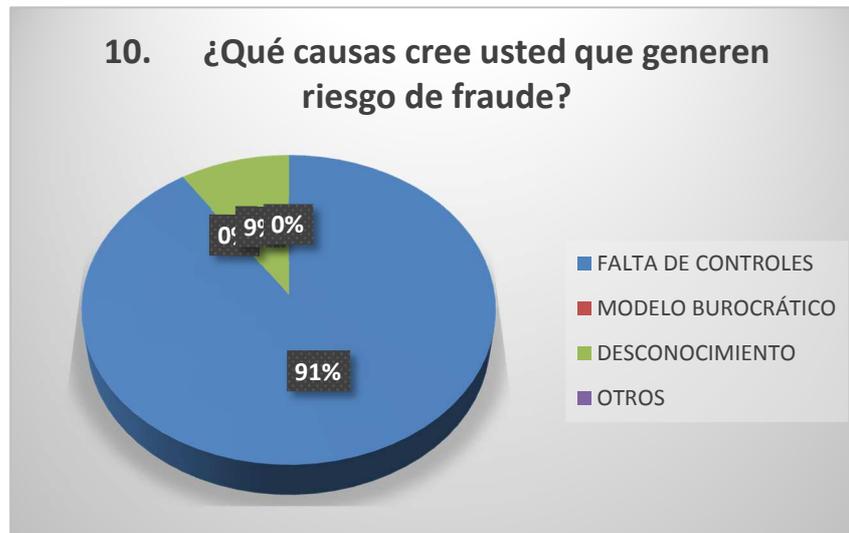


Ilustración 20 - Causas

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 91 % que consideran que la mayor causa es la falta de controles en su actual modelo de cobranzas, el cual es un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta en el análisis de resultados previo a la generación de una propuesta dado que este desconocimiento es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 14 - Acciones

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
11. ¿Qué programas o acciones aplica para prevenir, mitigar y controlar el riesgo de fraude en la entidad que labora?	SOLO EXISTE MANUALES DE PROCEDIMIENTO Y FUNCIONALES PERO NO DE EVALUACIÓN DE RIESGO	12	38%
	NO EXISTEN PROGRAMAS O ACCIONES PARA LA PREVENCIÓN	20	63%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

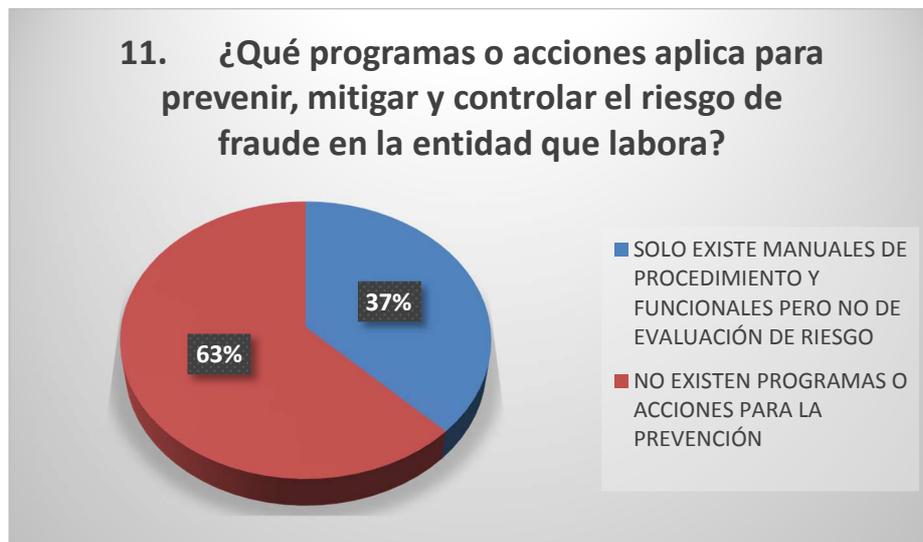


Ilustración 21 - Acciones

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 63 % que no existen programas o acciones para la prevención o riesgos de fraude y en 37 % consideran que sólo existen manuales de procedimientos y funcionales sin acciones de evaluación de riesgo, los cuales son porcentajes significativos a ser tomados en cuenta previo a la generación de una propuesta dado que es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 15 - Herramientas o mecanismos

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
12. ¿Con base en su experiencia, indique las herramientas o mecanismos que utilizan los responsables de la dirección para prevenir y detectar el riesgo de fraude?	SOLO EXISTE MANUALES DE PROCEDIMIENTO Y FUNCIONALES PERO NO DE EVALUACIÓN DE RIESGO	12	38%
	NO TENEMOS HERRAMIENTAS PARA LA PREVENCIÓN Y/O DETECCIÓN DE FRAUDES	20	63%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral



Ilustración 22 - Herramientas o mecanismos

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 63 % que no existen herramientas o mecanismos para la prevención o riesgos de fraude y en 37 % consideran que sólo existen manuales de procedimientos y funcionales sin acciones de evaluación de riesgo, los cuales son porcentajes significativos a ser tomados en cuenta previo a la generación de una propuesta dado que es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 16 - Deficiencias o limitaciones

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
13. En su experiencia, ¿cuáles son las principales deficiencias o limitaciones del control interno, que no permiten a los responsables detectar o prevenir el riesgo de fraude?	FALTA DE CONTROLES TANGIBLES	8	25%
	NO EXISTE UNA GUÍA Y/O PROCEDIMIENTO DE DETECCIÓN DE FRAUDE	11	34%
	NO EXISTE UN RESPONSABLE O ÁREA RESPONSABLE DE CONTROLES O DETECCIÓN DE FRAUDE	13	41%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral



Ilustración 23 - Deficiencias o limitaciones

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 25 % que no existen controles para la prevención o riesgos de fraude, en un 34 % que no existe un procedimiento para la detección de fraude y en un 41 % que no existe un responsable o área responsable para controles o detección de fraude, los cuales son porcentajes significativos a ser tomados en cuenta previo a la generación de una propuesta dado que es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Tabla 17 - Charlas prevención

INDICADORES	PARAMETROS	CANTIDAD	PORCENTAJE
14. ¿Le gustaría recibir charlas acerca de la importancia que tiene detectar o prevenir el riesgo de fraude?	SI	30	94%
	NO	0	0%
	NO CONTESTA	2	6%
TOTAL		32	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

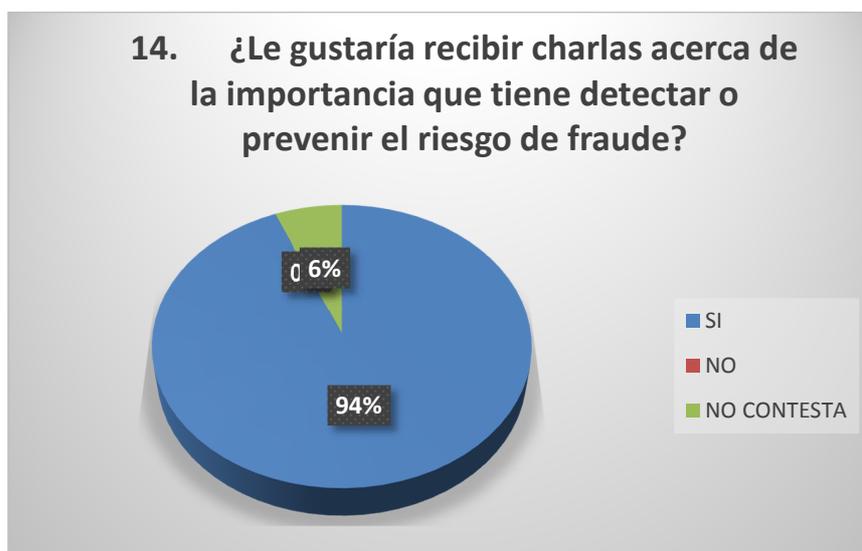


Ilustración 24 - Charlas prevención

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

ANÁLISIS. De las personas encuestadas; indicaron en un 94 % que si necesitan y/o requieren charlas tipo capacitación sobre detección y prevención de riesgos de fraude, este corresponde a un porcentaje significativo a ser tomado en cuenta previo a la generación de una propuesta dado que es un punto crítico para la organización en relación al riesgo de fraude.

La propuesta deberá orientar su planificación sobre el tema investigado tomando como base este porcentaje importante de respuestas en relación a la encuesta.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Se realizó el análisis del mercado cervecero en el Ecuador y sus procesos de cobranzas en congruencia con el objetivo general de la investigación. En el cual se evidenció que existen procesos definidos para la metodología de cobranzas y cuyos documentos soportes son firmados y entregados por el cliente. El 99% del mercado de la cerveza es controlado por 2 compañías multinacionales con procesos estándares a nivel internacional.
- Se estableció la relación con el riesgo de ocurrencia de fraude para identificar posibles estrategias y políticas para mitigarlo a través de implementar la norma ISO 31000 certificable para la empresa, siendo este un servicio emergente en nuestro país y que las empresas están adoptando rápidamente para mejora de sus controles y prevención de riesgos.
- Antes de la realización de este proceso de investigación no existían datos reales que reflejen la situación de los modelos de cobranzas en empresas de comercialización de bebidas de moderación que permitan proponer estrategias y políticas antifraude.
- Se han generado datos estadísticos en base a un proceso de encuestas en empresas de comercialización de bebidas de moderación que reflejan el bajo conocimiento sobre la detección y prevención de riesgo de fraude. En su porción mayoritaria la población desconoce en su contexto el fenómeno del fraude e indica no recibir a más de manuales de procedimiento internos, algún tipo de capacitación que permita conocer los riesgos y tipos de fraude y controles para mitigarlo.
- Se analizó el modelo de cobranzas con la relación de riesgo de fraude utilizando el instrumento de la encuesta con lo cual se identificó la debilidad del proceso actual y la necesidad de socializar nuevas técnicas antifraude en la compañía y capacitar al personal en este ámbito.
- Se identificó las debilidades de los modelos de cobranzas en empresas de comercialización de bebidas de moderación a través de la encuesta realizada al 100%

de la población del departamento de cobranzas de las empresas líderes de este segmento de mercado.

- Se identificó la no utilización de parte de la administración de las empresas de comercialización de bebidas de moderación de herramientas o mecanismos de control de detección y prevención de fraudes utilizando el instrumento de la encuesta lo cual fue confirmado por la alta gerencia de la entidad.
- De las personas encuestadas indicaron que el personal de cobranzas de las empresas de comercialización de bebidas de moderación, un alto porcentaje si considera que en la organización se requiere instructivos, procedimientos y ejecutar mecanismos para mitigar el riesgo de fraude tanto interno como externo.
- Los procesos de cobranzas de las empresas de comercialización de bebidas de moderación tienen reducida su capacidad de control para prevenir fraudes debido al elevado número de intervinientes en el proceso.
- El personal de cobranzas de las empresas de comercialización de bebidas de moderación no están aplicando actividades de trabajo significativo en relación a la detección de fraudes debido a que la rigidez del proceso actual y la interdependencia que existe entre quien ejecuta la venta y quien realiza el cobro es de alcance limitado en cada función. Se identificó que dentro del proceso de Venta y cobranzas, intervienen 4 Gerencias internas cuyos procedimientos establecidos no consideran la unificación total del ciclo de la venta y que permita identificar debilidades en el proceso.
- En la realización del proceso de recopilación de información utilizando la encuesta, el personal de cobranzas de las empresas de comercialización de bebidas de moderación indicaron en un alto porcentaje que está de acuerdo en recibir capacitaciones continuas relacionadas con la prevención y detección en relación a riesgos de fraude.

- Es indispensable mantener una labor coordinada entre la administración y el personal de cobranzas de las empresas de comercialización de bebidas de moderación en el proceso de cobranzas de la organización.
- Las empresas de comercialización de bebidas de moderación, deben establecer la implantación de guías, procedimientos y herramientas para mejorar el control del proceso de cobranzas y estar en capacidad de detectar y prevenir actividades fraudulentas.
- Se estableció como riesgos de fraude del sector de la cerveza:
 - El fraude de dinero en efectivo; debido a que el cobrador es un tercero
 - En el proceso de cobro de efectivo existe el riesgo de robo
 - Existe el riesgo de triangulación de pedidos
 - Existe el riesgo de clientes que se benefician de las promociones y descuentos que no le corresponden y que finalmente perjudican financieramente a la compañía.
 - Existe el riesgo de rechazo por mala toma de pedido lo cual afecta el inventario
 - Existe el riesgo de jineteo de fondos
- En relación a la hipótesis de la investigación cuya interrogante es si la debilidad de los procedimientos de control de la compañía Cervecera Ecuador SA generó la existencia de fraude sobre el importe de las cobranzas; se establece que se confirma la hipótesis de la investigación y cabe indicar que en nuestro país es ínfimo lo que se ha realizado en el tema del fraude y en consecuencia la legislación sobre el tema es reducida todavía, debido a esto se pretende que esta investigación apoye el buen control en las empresas nacionales y de esta manera se consoliden en el sector.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar este proceso de investigación de manera periódica tomando los datos estadísticos reflejados en las empresas de comercialización de bebidas de moderación posterior a la ejecución de Action Logs que se derivan del primer levantamiento realizado en el presente trabajo a través del instrumento de la encuesta.
- Se recomienda incluir actividades de control de prevención y detección de fraude en un área específica o como parte de toda la organización en las empresas de comercialización de bebidas de moderación. No existe a la fecha una división cuya finalidad a más de procesos de auditoría interna, sea la de verificar en su totalidad el cumplimiento del debido proceso en ventas y detectar/estudiar/reportar casos sospechosos durante dicho ciclo comercial.
- Al haberse identificado un desconocimiento del fraude por parte del personal, se recomienda realizar capacitaciones continuas relacionadas con el control de prevención y detección de fraude en un área específica o como parte de toda la organización en las empresas de comercialización de bebidas de moderación. Se detectó que existen a la fecha capacitaciones acerca del proceso integral de la cobranza sin embargo no se realiza a todos los involucrados dentro del proceso. Realizar un levantamiento transversal de los pasos del proceso y conocer responsables, alcance y gestión de cada uno permitirá consolidar el proceso en uno solo y convertir al personal de la empresa en socios estratégicos para detectar y reportar este tipo de anomalías al área responsable para tal efecto, la cual se recomendó crear en el punto anterior.
- Elaborar una propuesta de Guía/Capacitación didáctica de actividades de control de prevención y detección de fraude en las empresas de comercialización de bebidas de moderación. Se detectó que a nivel de clientes y terceros de grado cultural y académico bajo, la difusión del procedimiento per se no generó resultado alguno en

el conocimiento de fraude, con lo cual a través de metodologías didácticas como actividades grupales, tips del proceso y prohibiciones del mismo le permitirán al usuario participante del proceso conocer los riesgos de fraude, como encontrarlos y a quien reportarlos. El objetivo de tener esta Guía/Capacitación debe ser controlar y reducir los riesgos de fraude interno y/o externo en las empresas de comercialización de bebidas de moderación.

- Si bien existe una línea de reclamos y línea de ética para reportar actos inusuales de empleados y/o clientes se evidenció gracias a los resultados de la encuesta que no ha existido una correcta socialización de la misma. Para lo cual se recomienda realizar un plan de difusión transversal de estos medios, resaltar la anonimidad de quien reporta el ilícito e inculcar una cultura de dueños en sus colaboradores y clientes.
- La alta gerencia informó que no se ha realizado periódicamente la difusión del reglamento interno de la empresa, para lo cual se recomienda incluir en el plan de difusión la explicación, entrega y firma del reglamento interno, enfatizando las prohibiciones del empleado o tercero. En relación a esto, se recomienda actualizar el reglamento ante las autoridades competentes donde se incluya dentro de las prohibiciones del usuario, cláusulas relacionadas al cometimiento de fraudes, dado que en la actualidad son muy generalizadas y no permiten sancionar más gravemente este tipo de actos indebidos.
- Realizar por parte de las autoridades de las empresas de comercialización de bebidas de moderación capacitaciones constantes sobre actividades y metodologías de trabajo para actualizar los conocimientos sobre el desarrollo del fraude en este sector económico. Adicionalmente utilizar herramientas de gestión de riesgos que permitan hacer un tracking actualizado del cumplimiento de los procesos y evaluación de situaciones indebidas, siendo factibles las siguientes:
 - Check Lists
 - Metodo Swift
 - Análisis de Arbol de fallas

-Diagrama de causa-efecto (Espina de pescado)

- No se evidenció la existencia de una matriz de riesgos específica para el proceso de cobranzas que permita tener identificados los posibles eventos fraudulentos, se recomienda establecer la probabilidad de ocurrencia y la consecuencia de dicho acto a través del siguiente modelo estándar:

		PROBABILIDAD				
		Raro	Poco probable	Posible	Muy probable	Casi seguro
CONSECUENCIAS	Despreciable	Bajo	Bajo	Bajo	Medio	Medio
	Menores	Bajo	Bajo	Medio	Medio	Medio
	Moderadas	Medio	Medio	Medio	Alto	Alto
	Mayores	Medio	Medio	Alto	Alto	Muy alto
	Catastróficas	Medio	Alto	Alto	Muy alto	Muy alto

Ilustración 25 – Matriz de Riesgos

Fuente:

Elaboración propia
Elaborado por: Leonardo Corral

- Evaluar y sustentar teóricamente la relación que existe entre la prevención de fraude y el proceso de cobranzas en las empresas de comercialización de bebidas de moderación.
- Implementar al proceso de cobro a través de la bancarización, se identificó que actualmente el 99% los pagos de clientes se recaudan en efectivo, para llegar a ello se requiere capacitar a los clientes al momento de la creación del mismo y de esta forma paulatinamente ir reduciendo clientes con forma de pago cash y aumentar el uso de medios electrónicos de pago.
- Obtener la certificación de la ISO 31000 acerca de la “Gestión de Riesgos” y contratar licencia de un software que permita la implementación integral de esta norma.

- Realizar mejoramiento continuo y actualización periódica de la Guía/Capacitación sobre el control de los riesgos de fraude interno y/o externo en las empresas de comercialización de bebidas de moderación.

Referencias

- Abolacio, M. (2014). *Plan General de Contabilidad*. Mexico DF: ic editorial.
- ACFE. (2014). Recuperado el 29 de 07 de 2019, de <https://acfe-spain.com/recursos-contrafraude/que-es-el-fraude/esquemas-de-fraude>
- ACFE. (2014). *ACFE*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de ACFE.
- ACFE. (2019). Obtenido de https://www.acfe.com/uploadedFiles/Shared_Content/Products/Self-Study_CPE/Intro%20to%20Fraud-Chapter%20Excerpt.pdf
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6ta. ed.). 2012: Editorial Episteme.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Patria.
- Bahamonde, R. (2015). *Los riesgos tributarios*. Madrid: LEXNOVA.
- Barney, O. (2013). *El riesgo en el comercio hispano-indiano: préstamos y seguros marítimos durante los siglos XVI a XIX*. Obtenido de El riesgo en el comercio hispano-indiano: préstamos y seguros marítimos durante los siglos XVI a XIX: <http://www.economia.unam.mx/amhe/memoria/simposio02/Oscar%20CRUZ%20BARNEY.pdf>
- Bedoya, F. B. (2015). *Paraísos Fiscales*. Buenos Aires: LIMUSA.
- Black, H. C. (1891). *Black's Law Dictionary*. Estados Unidos.
- Bonilla, & Rodriguez. (2000). Metodologia de investigacion.
- Bravo, D., & Orozco Mónica. (20 de Noviembre de 2016). Fusión global de dos cerveceras mueve el mercado local. *El Comercio*, pág. 1.
- BTL, R. (2015). ¿Que es el punto de venta? *Informa BTL*.

- Bustamente, G. (17 de Agosto de 2011). *La Historia del Seguro*. Obtenido de La Historia del Seguro: <http://www.gabrielbustamante.pe/seguros/la-historia-del-seguro.html>
- Colom, A. (2015). *Guía básica y ejercicios prácticos para la gestión empresarial*. Lérida: Universidad de Lleida.
- Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera. (27 de Noviembre de 2014). *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*. Obtenido de Norma de Información Financiera B-6: http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1165/1165_u3_a6.pdf
- Cressey, D. R. (1973). Dinero de los demás. En D. R. Cressey, *Dinero de los demás*.
- Curiosfera. (2018). *Curiosfera*. Recuperado el 30 de 06 de 2019, de <https://www.curiosfera.com/historia-de-la-cerveza/>
- Definición, E. (13 de 12 de 2015). *Proceso Productivo*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de Definicion: <https://definicion.mx/proceso/>
- Díaz, D. (2015). *Análisis del mercado de corretaje de seguros basado en las multinacionales del sector en Colombia durante el periodo 1997-2014*. Obtenido de Análisis del mercado de corretaje de seguros basado en las multinacionales del sector en Colombia durante el periodo 1997-2014: <http://repository.lasalle.edu.co/handle/10185/18376>
- ECIBEI. (04 de 2019). *CIBEI*. Recuperado el 26 de 07 de 2019, de <https://www.fundacioncibei.org/importancia-de-las-nias/>
- EcoFinanzas. (2015). *EcoFinanzas*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de https://www.eco-finanzas.com/diccionario/R/ROTACION_DE_CAPITAL.htm
- Encarnación, D., & Ramírez, H. (8 de Junio de 2017). *Diseño de un sistema de control mediante la implementación de indicadores de gestión del proceso de emisiones de pólizas de seguros del ramo de vida en la provincia del Guayas de una empresa dedicada a la comercialización de todo tipo de seguros a nivel n*. Obtenido de Diseño de un sistema de control mediante la implementación de indicadores de gestión del

proceso de emisiones de pólizas de seguros del ramo de vida en la provincia del Guayas de una empresa dedicada a la comercialización de todo tipo de seguros a nivel n: <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/38939>

Espinosa, A. (2014). *Gestión de inventarios*. Barcelona: AKAI.

Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México D.F. : Pearson.

Griffin, R. (2012). *Administracion*. México: Cengage Learning. Obtenido de Administracion.

Hernández Sampieri, R. (2016). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). (E. M. Hill, Ed.) México D.F., México, México: Editorial MC Graw Hill.

IASB. (2011). *NIC 1 - Estados Financieros*. IASB. Recuperado el 12 de Agosto de 2016, de <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC01.pdf>

IMCP. (1982). *FCCEA*. Obtenido de <http://fccea.unicauca.edu.co/old/tgarf/tgarfse83.html>

INCMNSZ. (2018). Recuperado el 29 de 06 de 2019, de <http://www.incmnsz.mx/opencms/contenido/investigacion/comiteEtica/conflictointereses.html>

Junguito, R. (1 de Mayo de 2016). *Reseña sobre la historia de los seguros*. Obtenido de Reseña sobre la historia de los seguros: https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1060618

Junta de Normas Internacionales de Contabilidad IASB. (Junio de 2011). *Banco Central de Uruguay*. Obtenido de Norma Internacional de Contabilidad 1: http://www.bcu.gub.uy/Acerca-de-BCU/Concursos/NIC_01.pdf

Klipfolio. (2019). Obtenido de <https://www.klipfolio.com/resources/articles/what-is-a-key-performance-indicator>

Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas empresas*. Mexico D.F.: Cengage Learning. Recuperado el 12 de Agosto de 2016,

de

https://books.google.com.ec/books?id=CswjaBfXHlkC&pg=PT333&dq=definicion+de+Estados+financieros+2011&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Martínez, W. (2016). *El lavado de activos en el mercado*. Barcelona: LIMUSA.

Morales Castro, A., & Morales Castro, J. (2014, p.144). *Crédito y Cobranza*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

Nacional, A. (2014). *Código Monetario y Financiero*. Registro Oficial.

nacional, A. (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Registro Oficial.

Nacional, A. (2017). *Ley de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de delitos*. Quito: Registro Oficial.

Orlando, L. (2013). *Los riesgos de la fiscalidad internacional de las empresas*. Guayaquil: SRI.

Palacios, F. (2016). *Seguros Temas Esenciales*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Perez Porto , J. (2016). *Definición*. Recuperado el 8 de Junio de 2019, de <https://definicion.de/cobranza/>

Pérez, J., & Veiga, C. (2013). *La contabilidad y los estados financieros*. Madrid: ESIC.

Porto, J. P. (2009). *Definicion*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de <https://definicion.de/soborno/>

Porto, J. P. (2013). *Definicion*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de Definicion: <https://definicion.de/credito/>

Porto, J. P. (2013). *Definicion*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de <https://definicion.de/control/>

Porto, J. P. (2013). *Definición*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de <https://definicion.de/fraude/>

- Porto, J. P. (2013). *Definición*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de <https://definicion.de/venta/>
- Porto, J. P. (2014). *Definicion*. Recuperado el 29 de 06 de 2019, de <https://definicion.de/corrupcion/>
- Porto, J. P. (2018). *Definición*. Recuperado el 30 de 06 de 2019, de <https://definicion.de/cerveza/>
- Revista Ekos. (14 de Junio de 2016). *Revista Ekos*. Obtenido de TOP 5 ASEGURADORAS DEL ECUADOR: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=7833>
- Seguros Sucre. (2017). *Seguros Sucre*. Obtenido de Lucro Cesante: <http://segurossucre.fin.ec/seguros/seguros-generales/seguros-patrimoniales/lucro-cesante/>
- Superintendencia de Compañías. (14 de noviembre de 2016). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de www.supercias.gob.ec
- Tamayo, C., & Silva, I. (2014). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Artículo Metodológico, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Departamento Académico de Metodología de la investigación, Chimbote.
- Telégrafo, E. (14 de Noviembre de 2016). Seguros pagaron \$ 336 millones tras el terremoto. *El Télegrafo*, págs. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/3/seguros-pagaron-usd-336-millones-tras-el-terremoto>.
- Vigueras, H. (2015). *Los paraísos fiscales*. Barcelona: AKAI.
- Zabala, F. (6 de Abril de 2017). *Confianza*. Recuperado el 8 de Junio de 2019, de <https://blog.confianza.com.ec/blog/riesgo-pague-cliente-ecuador>
- Zambrano, P. (2014). *La regulación de los seguros privados de contratación masiva en la legislación ecuatoriana*. Obtenido de La regulación de los seguros privados de contratación masiva en la legislación ecuatoriana: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7024>

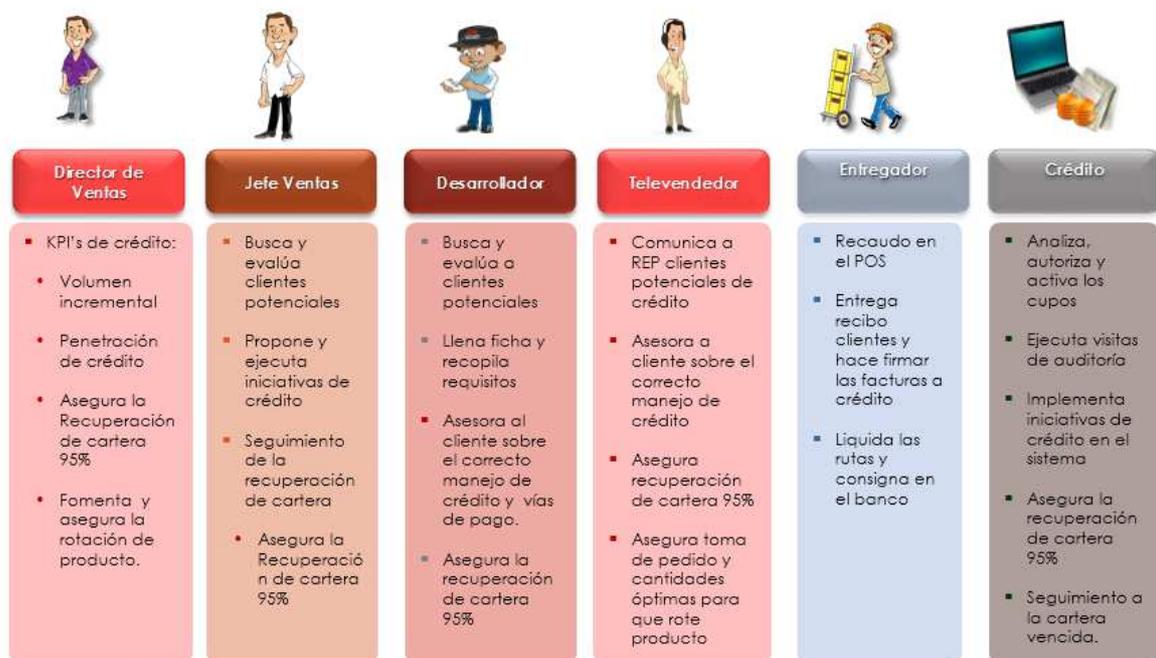
Anexos

Rutinas de Crédito – Modelo de Cobranzas

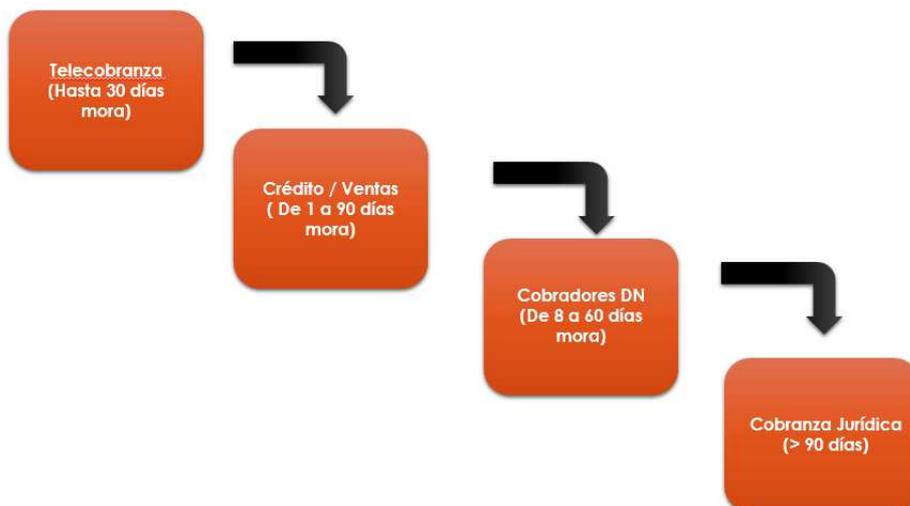
Requisitos para aplicar a Credito



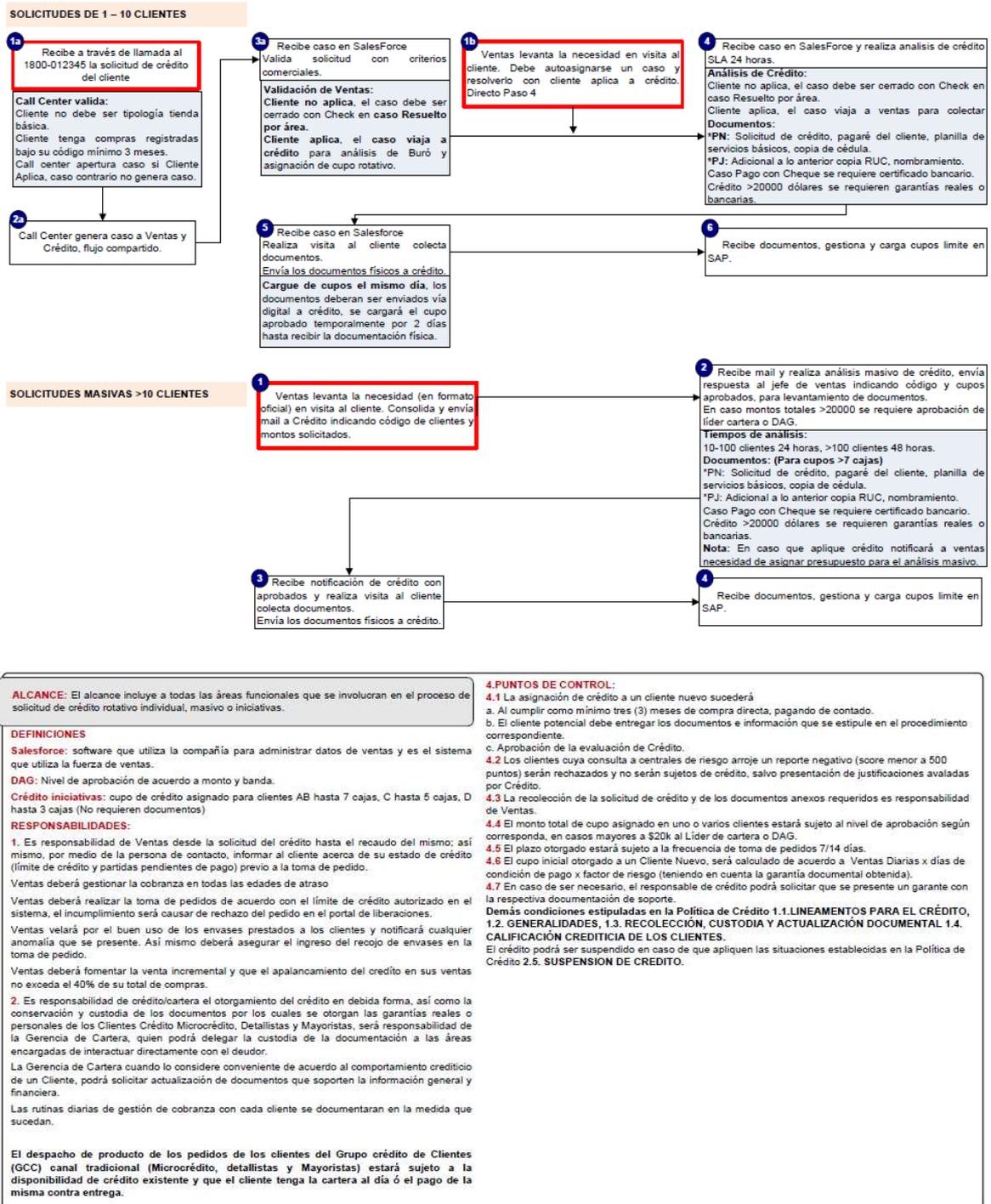
Responsables del Crédito y Cobranza



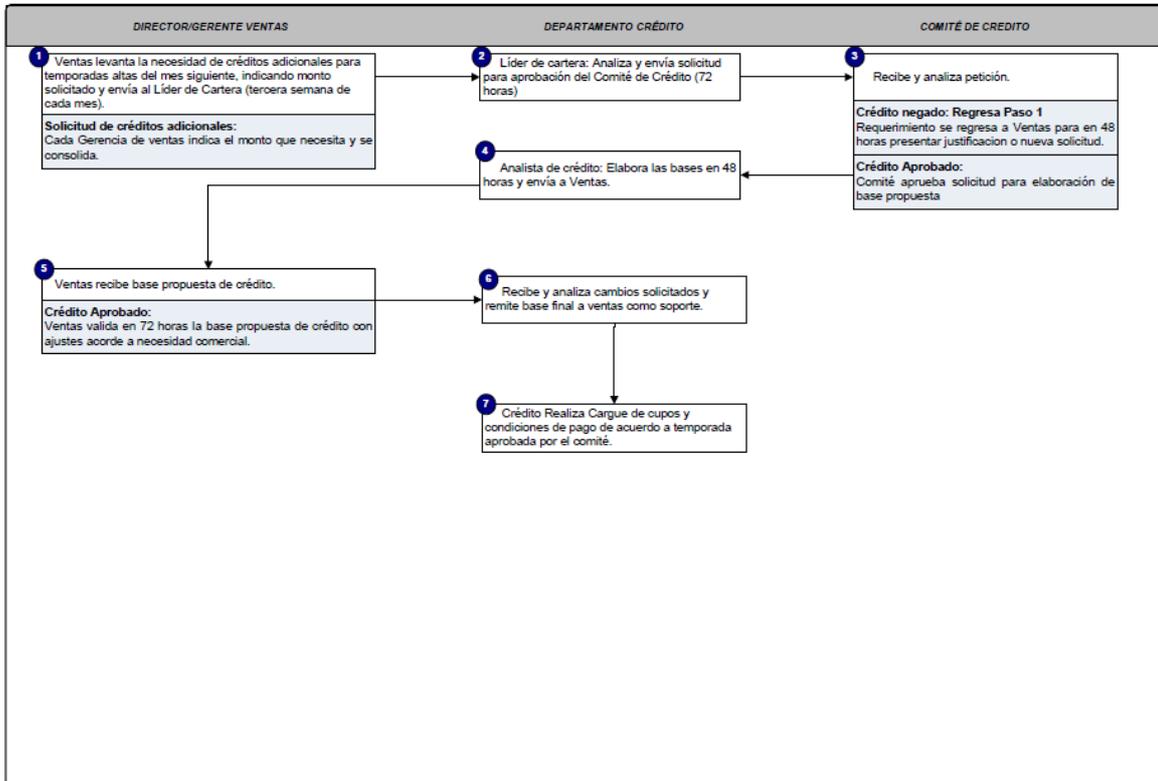
Instancias de cobro...



Procesos de solicitud de crédito rotativo



Procesos de solicitud de crédito de temporada alta



ALCANCE: El alcance incluye a todas las áreas funcionales que se involucran en el proceso de solicitud de crédito rotativo individual y masivo.

DEFINICIONES

Salesforce: software que utiliza la compañía para administrar datos de ventas y es el sistema que utiliza la fuerza de ventas.

DAG: Nivel de aprobación de acuerdo a monto y banda.

SLA: Service Level Agreement, acuerdo de nivel de servicio, tiempo de respuesta.

RESPONSABILIDADES:

1. Es responsabilidad de Ventas desde la solicitud del crédito hasta el recaudo del mismo; así mismo, por medio de la persona de contacto, informar al cliente acerca de su estado de crédito (límite de crédito y partidas pendientes de pago) previo a la toma de pedido.

Ventas deberá gestionar la cobranza en todas las edades de atraso

Ventas deberá realizar la toma de pedidos de acuerdo con el límite de crédito autorizado en el sistema, el incumplimiento será causar de rechazo del pedido en el portal de liberaciones.

Ventas velará por el buen uso de los envases prestados a los clientes y notificará cualquier anomalía que se presente. Así mismo deberá asegurar el ingreso del reojo de envases en la toma de pedido.

Ventas deberá fomentar la venta incremental y que el apalancamiento del crédito en sus ventas no exceda el 40% de su total de compras.

2. Es responsabilidad de crédito/cartera el otorgamiento del crédito en debida forma, así como la conservación y custodia de los documentos por los cuales se otorgan las garantías reales o personales de los Clientes Crédito Microcrédito, Detallistas y Mayoristas, será responsabilidad de la Gerencia de Cartera, quien podrá delegar la custodia de la documentación a las áreas encargadas de interactuar directamente con el deudor.

La Gerencia de Cartera cuando lo considere conveniente de acuerdo al comportamiento crediticio de un Cliente, podrá solicitar actualización de documentos que soporten la información general y financiera.

Las rutinas diarias de gestión de cobranza con cada cliente se documentaran en la medida que sucedan.

El despacho de producto de los pedidos de los clientes del Grupo crédito de Clientes (GCC) canal tradicional (Microcrédito, detallistas y Mayoristas) estará sujeto a la disponibilidad de crédito existente y que el cliente tenga la cartera al día ó el pago de la misma contra entrega.

4. PUNTOS DE CONTROL:

4.1 Por solicitud de las Gerencias de Ventas, en temporada alta, para canal tradicional el límite de crédito se podrá ampliar sujeto a: Clase de riesgo y fechas de temporada.

4.2 Por exospección se podrá ampliar las condiciones de pago de los clientes durante la temporada.

4.3 Los clientes con clases de riesgo ALTA no serán aptos para ampliación de crédito, mientras conserven esta calificación.

4.4 La Gerencia de Cartera es responsable de evaluar y someter a aprobación la solicitud del área Ventas, teniendo en cuenta el comportamiento de pago de los Clientes.

4.5 Las solicitudes de crédito de fiestas regionales y eventos podrán exceder las garantías obtenidas, sujeto a la revisión y aprobación de crédito, con la aprobación del Director de Ventas y bajo el control de la Gerencia de Ventas para recaudar todo el dinero asignado. En estos casos no debe modificarse la condición de pago.

4.6 El crédito y condición de pago en temporada alta se registrará bajo los siguientes lineamientos.

Condiciones estipuladas en la Política de Crédito 1.7. TEMPORADA ALTA

4.7 El crédito podrá ser suspendido en caso de que apliquen las situaciones establecidas en la Política de Crédito 2.5. SUSPENSIÓN DE CREDITO.

5. PROHIBICIÓN

5.1. Se prohíbe solicitar crédito a clientes que de acuerdo a comportamiento comercial presenten riesgo de no pago.

5.2 No permitirá malas prácticas, por ejemplo: Triangulación, cambio de propietarios del mismo grupo familiar de clientes morosos; Advertirá de anomalías o conductas extrañas por parte del cliente que puedan afectar la deuda del cliente con la compañía.; No podrán cerrar un cliente crédito que presente saldo, salvo autorización de Cartera.

5.3 Negociar condiciones de crédito diferentes a las cargadas en el sistema (cupos y días de pago). La toma de pedido deberá ajustarse a la frecuencia de visita.

5.4 Negociar aumentos de cupo asociados a un descuento de compra incremental (doble beneficio). Ofrecer descuentos u obsequios comerciales cuyo incumplimiento generen inconformidad del cliente con la deuda.

5.4 Colocar información falsa en la documentación de crédito.

Todos los registros deben realizarse tomando en cuenta los parámetros establecidos por el Código de Ética, Política Anti-Soborno y Manual de Libre Competencia Ver. Política de Registros Cervecería Nacional S.A, capítulo 4. Criterios de Creación, Conservación y Eliminación de Documentos.

6. ADMINISTRACIÓN DE CONSECUENCIAS

6.1. En caso de incumplimiento al presente procedimiento, las sanciones administrativas pertinentes se aplicaran de acuerdo a los lineamientos establecidos por el departamento de Recursos Humanos, el Reglamento Interno y/o Código de Trabajo. Ver PET 05.01.01 "Administración de Acciones Disciplinarias".

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Corral Coronel, Leonardo Miguel, con C.C: # **0920499159** autor del trabajo de titulación: **Análisis del modelo de cobranzas en empresas de comercialización de bebidas de moderación y su relación con el riesgo de Fraude**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 05 de septiembre del 2019

f. _____

Nombre: Corral Coronel, Leonardo Miguel

C.C: **0920499159**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis del modelo de cobranzas en empresas de comercialización de bebidas de moderación y su relación con el riesgo de Fraude.		
AUTOR:	Corral Coronel, Leonardo Miguel		
TUTOR:	Ing. Fabián Delgado Loor		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Contabilidad y Auditoría		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	5 de septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	89
ÁREAS TEMÁTICAS:	Finanzas, Economía Presupuestaria, Auditoría		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Fraude, Cobranzas, Ventas, Sector comercial, Encuestas		
RESUMEN:	<p>El presente proyecto investigativo pretende analizar y demostrar como los procesos en la gestión de cobranzas de las empresas cuya actividad es el consumo masivo, específicamente la manufactura, venta y distribución de bebidas de moderación en la ciudad de Guayaquil se ven directamente afectados por el riesgo de fraude interno y externo. Puntualmente el área donde dicha probabilidad se acrecienta en grandes medidas es en el departamento de crédito y cobranzas cuya función principal es el análisis, otorgamiento, y gestión de cobro a clientes de las ventas realizadas dentro de un mercado objetivo. En nuestro país el mercado de las bebidas de moderación es controlado en su porción mayoritaria por 2 empresas multinacionales en la competencia por ofrecer la mejor cerveza para el consumo de los ecuatorianos, Cervecería Nacional y Ambev. Ambas compañías ya con más de medio siglo en esta actividad disputan entre sí tener el liderazgo en la venta de cerveza siendo Cervecería Nacional el líder con más del 90% de participación del mercado relevante y ventas de 443 millones anuales, el porcentaje restante se divide entre Ambev y otras cervezas nacionales e importadas. (Bravo & Orozco Mónica, 2016).</p> <p>En relación a lo anterior el gran volumen de ventas que se manejan, sumado a una gran cantidad de empleados directos y terceros que ejercen participación en el proceso de la venta como tal, el riesgo de fraude en el cobro de fondos por parte del personal, clientes, proveedores, etc. es inminente y constituye un punto clave dentro de las estrategias de modelación de su proceso de cobranzas para mitigar al mínimo esta posibilidad y precautelar el control financiero y posibles pérdidas a causa de este fenómeno llamado fraude.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: +593-990429769	E-mail: leonardocorral10@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Bernabé Argandoña, Lorena Carolina		
	Teléfono: +593-4- 3804600 ext.1635		
	E-mail: lorena.bernabe@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			