



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA
EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

**TÍTULO:
DISEÑO DE TÉCNICAS ANTIFRAUDES APLICABLES EN UNA
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO**

**AUTORA:
GANAN MACÍAS YOLANDA ASTRID**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA.**

**TUTOR:
ING. DELGADO LOOR FABIÁN ANDRÉS, MSC**

GUAYAQUIL- ECUADOR

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA
EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por,
Ganan Macías Yolanda Astrid, como requerimiento parcial para la obtención
del Título de: **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**

TUTOR

Ing. Delgado Loor Fabián Andrés, Msc

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Ávila Toledo Arturo Absalón, Msc.

Guayaquil, Septiembre del 2015



**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, **Ganan Macías Yolanda Astrid**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Diseño de técnicas antifraudes aplicables en una Distribuidora de productos de consumo masivo”, previo a la obtención del Título de: **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A**, 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 mi total autoría.

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

Guayaquil, Septiembre del 2015

AUTORA:

Yolanda Astrid Ganan Macías



**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, Yolanda Astrid Ganan Macías

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Diseño de técnicas antifraudes aplicables en una distribuidora de productos de consumo masivo”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Septiembre del 2015

AUTORA:

Yolanda Astrid Ganan Macías

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer la culminación de mi proyecto de tesis a Dios por ser mi guía, por darme fuerzas para continuar y enseñarme a vencer las adversidades durante toda mi carrera universitaria. A mis padres por ser mi pilar fundamental durante todos estos años y a todos mis profesores de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por todos los conocimientos impartidos.

Yolanda Astrid Ganan Macías

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a mis padres por su apoyo incondicional. En especial a mi mamá por haberme enseñado que por medio de la perseverancia se alcanza lo anhelado. A mis hermanos por la ayuda brindada y a mi pequeña Sofía quien fue la persona que me dio más fuerzas para culminar este trabajo

Yolanda Astrid Ganan Macías



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

CALIFICACIÓN

Ing. Delgado Loor Fabián Andrés, Msc.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	XVIII
ABSTRACT	XIX
INTRODUCCIÓN	XX
CAPITULO I	22
1.EL PROBLEMA.....	22
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	22
1.2 OBJETIVO GENERAL	23
1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
1.3 JUSTIFICACIÓN	23
1.4 HIPÓTESIS.....	24
CAPITULO II	25
MARCO TEÓRICO	25
2.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES EN ECUADOR.....	25
2.2 EL FRAUDE EN LAS DISTRIBUIDORAS A NIVEL INTERNACIONAL ..	29
2.2.1 EL FRAUDE EN LAS DISTRIBUIDORAS SEGÚN LA AECOC.....	29
2.2.1.1 HURTO INTERNO	31
2.2.1.2 HURTO EXTERNO	32
2.2.1.3 ERRORES DE GESTIÓN	33
2.2.2 BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO EN LA DISTRIBUCIÓN.....	34
2.2.2.1 FRAUDE EN LAS DISTRIBUIDORAS POR PAÍSES	35
2.2.2.2 EL FRAUDE POR TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	36
2.3 EL FRAUDE EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE GUAYAQUIL ..	39

2.3.1 IMPACTO ECONÓMICO OCASIONADO POR EL FRAUDE.....	39
2.3.2 INCIDENCIA DEL FRAUDE.....	40
2.3.3 TIPOS DE FRAUDES CON MAYOR OCURRENCIA	41
2.3.4 MOTIVOS QUE INDUCEN AL FRAUDE.....	42
2.3.5 DEPARTAMENTOS MÁS VULNERABLES AL FRAUDE	43
2.3.6 VÍAS DE DETECCIÓN DEL FRAUDE	44
2.4 TIPOS DE FRAUDE POR APROPIACIÓN INDEBIDA DE ACTIVOS ...	45
2.4.1. JINETEO DE FONDOS.....	50
2.4.2 VENTAS FALSAS	51
2.4.3 ANULACIÓN DE LAS VENTAS REALIZADAS AL CONTADO.....	53
2.4.4 ROBO DE INVENTARIO	54
2.5 TRIÁNGULO DEL FRAUDE.....	55
2.5.1 PRESIÓN.....	56
2.5.2 OPORTUNIDAD.....	57
2.5.3 RACIONALIZACIÓN	59
2.6 TÉCNICAS ANTIFRAUDES	60
2.6.1 LÍNEA ÉTICA	62
2.6.1.1 COMO SE REALIZAN LAS DENUNCIAS.....	62
2.6.1.2 PASOS PARA APLICAR LA LÍNEA DE ÉTICA.....	63
2.6.2 COMPRADOR MISTERIOSO	64
2.6.2.1 BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DEL COMPRADOR MISTERIOSO	64
2.6.2.2 PROCEDIMIENTO PARA APLICAR EL COMPRADOR MISTERIOSO	65
2.6.3 REVISIONES SORPRESIVAS.....	66

2.6.3.1 REVISIÓN DEL INVENTARIO	66
2.6.3.2 REVISIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR	67
2.6.3.3 REVISIÓN EN EL ÁREA DE FACTURACIÓN.....	68
CAPITULO III	69
3. METODOLOGÍA	69
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	69
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	70
3.3 MÉTODOS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	70
3.4 MÉTODO ESTUDIO DE CASO	71
3.5 CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO	71
3.6 VENTAJAS EN LA APLICACIÓN DEL MÉTODO.....	73
3.7 DISEÑO DEL MÉTODO EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	74
3.8 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	75
3.8.1.1 TIPOS DE ENTREVISTAS.....	75
3.8.2 LA OBSERVACIÓN	77
3.8.2.1 FASES DE LA OBSERVACIÓN	77
3.8.2.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA OBSERVACIÓN	77
CAPITULO IV.....	79
4 APLICACIÓN DEL MÉTODO ESTUDIO DE CASO EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	79
4.1 LA SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL CASO	79
4.2 ELABORACIÓN DE LAS PREGUNTAS	79
4.3 LOCALIZACIÓN DE LAS FUENTES DE DATOS	81
4.3.1 PRIMERA ETAPA: CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO Y OCURRENCIA DE FRAUDE EN LA MACENDI S.A.....	82

4.3.2 DOCUMENTACIÓN DE LA EVIDENCIA OBTENIDA EN LA PRIMERA ETAPA.....	83
4.3.2.1 ACTIVIDAD COMERCIAL DE LA EMPRESA	83
4.3.2.2 ANTIGUEDAD DE LA EMPRESA	84
4.3.2.3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA	85
4.3.2.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	86
4.3.2.5 PRINCIPALES PROCESOS DE MACENDI S.A	87
4.3.2.6 FUNCIONES QUE DESEMPEÑA EL PERSONAL DE VENTAS	91
4.3.2.7 IMPORTE EN VENTAS DEL ÚLTIMO AÑO	94
4.3.2.8 PROCESO DE VENTAS	94
4.3.2.9 EVENTOS DE FRAUDE EN MACENDI S.A	99
4.3.2.10 FRAUDE EN EL PROCESO DE VENTAS	99
4.3.2.11 EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS DE FRAUDE PRESENTADOS EN MACENDI S.A.....	101
4.3.2.12 CRITERIOS PARA LA MEDICIÓN DE LA PROBABILIDAD E IMPACTO DEL RIESGO DE FRAUDE EN EL PROCESO DE VENTAS....	102
4.3.2.13 DOCUMENTACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA TÉCNICA COMPRADOR MISTERIOSO	107
4.3.2.14 DOCUMENTACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA REVISIÓN SORPRESIVA.....	109
4.3.2.15 SEGUNDA ETAPA: CONOCER LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS ANTIFRAUDE	110
4.3.2.16 DOCUMENTACIÓN DE LA EVIDENCIA OBTENIDA EN LA SEGUNDA ENTREVISTA	113
CAPITULO V.....	118
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118

5.1 CONCLUSIONES	118
5.2 RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	123

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Causas principales del fraude en las distribuidoras.....	31
Ilustración 2. Clasificación del Fraude	45
Ilustración 3 Clasificación de la apropiación indebida de activos.....	48
Ilustración 4 Clasificación de la apropiación indebida de activos en las distribuidoras.....	49
Ilustración 5 Jineteo de fondos	50
Ilustración 6 Ventas falsas	52
Ilustración 7 Anulación de las ventas realizadas al contado	53
Ilustración 8 Robo de inventario.....	54
Ilustración 9 Triángulo del fraude	55
Ilustración 10 Factores que inducen al fraude por presión.....	57
Ilustración 11 factores que inducen al fraude por oportunidad	58
Ilustración 12 Elementos que favorecen a la racionalización.....	59
Ilustración 13 Técnicas antifraude según la ACFE.....	61
Ilustración 14 Canales de denuncia	62
Ilustración 15 Pasos para la aplicación de la línea ética	63
Ilustración 16 Beneficios de la aplicación del comprador misterioso	64
Ilustración 17 Tipos de investigación	69
Ilustración 18 Características del método	72
Ilustración 19 Ventajas del método	73
Ilustración 20 Diseño del método en el proyecto de investigación.....	74
Ilustración 21 Tipos de entrevistas.....	76
Ilustración 22 Etapas de la entrevista	80
Ilustración 23 Principales productos de venta.....	84
Ilustración 24 Ubicación geográfica de Macendi S.A	85
Ilustración 25 Organigrama de Macendi S.A.....	86
Ilustración 26 Matriz de riesgo para la evaluación de los procesos	87
Ilustración 27 Matriz de riesgo para el proceso de ventas	102
Ilustración 28 Evaluación de riesgo de fraude - Proceso ventas.....	106

Ilustración 29 Diseño de técnica antifraude comprador misterioso	111
Ilustración 30 Diseño de técnica antifraude revisiones sorpresivas	111
Ilustración 31 Diseño de técnica antifraude línea ética	112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Empresas comerciales	26
Gráfico 2 Actividad económica	27
Gráfico 3 Establecimientos por provincia	28
Gráfico 4 Pérdidas en el área de distribución	30
Gráfico 5 Fraude en la distribución mundial por países 2013-2014	36
Gráfico 6 Organizaciones víctimas	37
Gráfico 7 El fraude por tipo de establecimientos	38
Gráfico 8 Impacto económico ocasionado por el fraude	39
Gráfico 9 Incidencia del fraude en las empresas	40
Gráfico 10 Tipos de fraude con mayor ocurrencia	41
Gráfico 11 Motivos que inducen al fraude	42
Gráfico 12 Departamentos más vulnerables al fraude	43
Gráfico 13 Vías de detección del fraude	44
Gráfico 14 Tipos de fraudes con mayor ocurrencia	46
Gráfico 15 Tipos de fraudes con mayor ocurrencia en el sector minorista, mayorista y distribución	47
Gráfico 16 Vías de detección del fraude	60

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Puntos de riesgos internos	32
Tabla 2 Punto de riesgo externo en las distribuidoras.....	33
Tabla 3 Puntos de riesgo por errores de gestión.....	34
Tabla 4 Procedimiento para aplicar la técnica comprador misterioso	65
Tabla 5 Recomendaciones para realizar revisiones sorpresivas de inventario	66
Tabla 6 Recomendaciones para realizar revisiones sorpresivas de las cuentas por cobrar.	67
Tabla 7 Recomendaciones para realizar la revisión en el área de facturación	68
Tabla 8 Ventajas y desventajas de la observación.....	78
Tabla 9 Cuestionario primera etapa: conocimiento del negocio y la ocurrencia de fraude en Macendi S.A.....	82
Tabla 10 Criterios para el impacto de riesgo.....	88
Tabla 11 Criterios para la probabilidad de riesgo	88
Tabla 12 Principales procesos de Macendi S.A	89
Tabla 13 Matriz de riesgo de los principales procesos de Macendi S.A.....	89
Tabla 14 Evaluación de riesgos de fraude en los principales procesos de Macendi S.A.....	90
Tabla 15 Funciones del departamento de ventas.....	92
Tabla 16 Remuneración de los vendedores	93
Tabla 17 Remuneración de la cajera.....	93
Tabla 18 Proceso de ventas fuera de la empresa	94
Tabla 19 Deficiencias encontradas en el proceso de ventas.....	95
Tabla 20 Proceso de ventas en la empresa	96
Tabla 21 Deficiencias encontradas en el proceso de ventas realizadas en la empresa	97
Tabla 22 Proceso de cobro de las ventas a crédito realizadas fuera de la empresa.....	97

Tabla 23 Deficiencias encontradas en el proceso de cobro de las ventas a crédito realizadas fuera de la empresa	98
Tabla 24 Evento de fraude por robo de inventario	99
Tabla 25 Evento de fraude por Jineteo de fondos	100
Tabla 26 Criterios para el impacto de riesgo	103
Tabla 27 Criterios para la probabilidad de riesgo	103
Tabla 28 Riesgos en el departamento de ventas	104
Tabla 29 Matriz de riesgo de los tipos de fraude en Macendi S.A.....	105
Tabla 30 Documentación obtenida mediante la aplicación de la técnica comprador misterioso	107
Tabla 31 Documentación obtenida mediante la revisión sorpresiva.....	109
Tabla 32 Cuestionario segunda etapa: Conocer la aplicación de técnicas antifraude	112
Tabla 33 Proceso donde se puede aplicar la técnica comprador misterioso	114
Tabla 34 Proceso donde se puede aplicar la técnica revisión sorpresiva ...	114
Tabla 35 Proceso donde se puede aplicar la técnica línea ética.....	115
Tabla 36 Pasos para aplicar la técnica comprador misterioso	116
Tabla 37 Pasos para aplicar la técnica revisiones sorpresivas	117
Tabla 38 Como realizar la denuncia por medio de la línea ética	117

DISEÑO DE TÉCNICAS ANTIFRAUDES APLICABLES EN UNA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

RESUMEN

Durante el desarrollo del proyecto de investigación se identificó el área crítica y la ocurrencia de fraude en una distribuidora de productos de consumo masivo como Macendi S.A, utilizando el método estudio de caso para analizar las diferentes situaciones y posibles eventos fraudulentos que se hayan presentado en la empresa e identificar debilidades en los procesos que aportan con la ocurrencia de fraudes. Mediante la aplicación del método se identificó que Macendi S.A no posee controles suficientes y adecuados para desarrollar de manera confiable sus actividades relacionadas con la compra y venta.

La ausencia de técnicas antifraudes incrementa la ocurrencia de acciones fraudulentas en empresas comerciales similares al negocio de Macendi S.A, debido a que no cuentan con estrategias que le permitan identificar los riesgos de fraude derivados de las debilidades en los procesos.

Durante el desarrollo del caso se identificó que el área más vulnerable era Ventas, debido a las oportunidades que tienen los empleados de manipular los activos de la compañía y hacer uso indebido de los mismos. En esta área las empresas son más vulnerables a la ocurrencia de fraudes como el Jineteo de fondos, ventas falsas, anulación de las ventas y robo de inventarios.

En base a la evidencia obtenida se diseñaron 3 técnicas antifraudes claves, las cuales van a permitir disuadir los eventos de fraude como: Técnica comprador misterioso, Revisiones sorpresivas y Línea ética.

ABSTRACT

During the development of the research project the critical area and the occurrence of fraud in a distributor of consumer products was identified as Macendi SA, using the case study method to analyze different situations and possible fraudulent events they have been presented at the company and identify weaknesses in the processes that contribute to the occurrence of fraud. By applying the method it was identified that Macendi SA does not have sufficient controls and suitable for reliably develop its activities related to the buying and selling activities.

The absence of anti-fraud techniques increases the occurrence of fraudulent actions in similar business Macendi SA commercial enterprises, because they do not have exit strategies for identifying risks of fraud arising from weaknesses in the process.

During the development of the case were identified as the most vulnerable area sales was due to the opportunities for employees to handle the assets of the company and to misuse them. In this area companies are more vulnerable to the occurrence of fraud as Jineteo of funds, false sales, cancellation of sales and inventory theft.

Based on evidence from three key anti-fraud techniques were designed, which will allow deter fraud events as mystery shopper technique, surprising Reviews and ethical line.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación “Diseño de técnicas antifraudes aplicables en una distribuidora de productos de consumo masivo” permitirá que las empresas puedan implementar las recomendaciones para disuadir los efectos de fraude material.

Este proyecto está conformado por 5 capítulos:

El planteamiento de la problemática de la empresa, una compañía dedicada a la distribución de productos de consumo masivo que se encuentra ubicada en el Cantón Daule en la Provincia del Guayas.

El marco teórico conformado por conceptos e investigaciones sobre el este fenómeno en las distribuidoras y los esquemas de fraude con mayor incidencia en este tipo de empresas.

La metodología aplicada por medio del método estudio de caso, utilizando la entrevista semiestructurada, la observación, la técnica comprador misterioso y revisiones sorpresivas como recursos para la recolección de la información.

El Análisis e interpretación de la evidencia obtenida mediante las técnicas de recolección de información, nos permitió observar las vulnerabilidades del fraude en este tipo de empresas.

Finalmente concluimos nuestro proyecto de investigación haciendo énfasis en la vulnerabilidad que tienen empresas comerciales como Macendí S.A en relación con la ocurrencia de fraude y las recomendaciones para mitigarlo.

CAPITULO I

1.EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Asociación Española de Codificación Comercial AECOC en su informe sobre “La Pérdida desconocida en la Distribución comercial”, señala que las empresas están perdiendo mucho dinero y dentro de este grupo se encuentran las distribuidoras que son muy vulnerables al fraude debido a su actividad económica, ya que existe un desconocimiento importante en las mismas acerca del alcance de este problema, que se puede dar por el hurto interno, externo y errores administrativos.

La Distribuidora Macendi S.A fundada en 1991, en la Ciudad de Daule, Provincia del Guayas, con el objetivo de distribuir productos de consumo masivo a nivel nacional, analiza el informe de la AECOC “La Pérdida desconocida en la Distribución comercial” y de acuerdo a este estudio requiere saber de qué manera se ven afectados por el fraude y adquirir un mejor conocimiento sobre técnicas antifraudes que le permita mitigar el riesgo o minimizar el impacto, ya que por su giro del negocio se encuentra muy vulnerable.

Nuestro interés es conocer cómo se presentan estos fenómenos internacionales en la distribuidora de productos de consumo masivo como Macendi S.A ubicada en la Ciudad de Daule.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Diseñar Técnicas Antifraudes claves para la Distribuidora de productos de consumo masivo Macendi S.A, que permitan disuadir efectos de fraude material relacionados con la actividad económica de esta empresa.

1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar las características de la Distribuidora de productos de consumo masivo Macendi S.A y relacionarlas con el informe de la AECOC
2. Determinar cuáles son los principales efectos de este fenómeno en Macendi S.A
3. Por medio de la recopilación de información analizar las causas que inducen a cometer fraude en las áreas más vulnerables de la Distribuidora Macendi S.A.
4. Conocer las principales técnicas que logran mitigar en forma más efectiva los riesgos de fraudes materiales

1.3 JUSTIFICACIÓN

Para este proyecto de investigación se decidió diseñar técnicas antifraudes para una Distribuidora de productos de consumo masivo como Macendi S.A, debido a que la empresa es víctima del fraude por su actividad económica y por la deficiencia en sus controles.

La apropiación indebida de activos es uno de los tipos de fraudes que ocasiona mayores pérdidas en este tipo de empresas.

El desarrollo de este proyecto permitirá que otras empresas con las mismas características de Macendi S.A puedan tener como referencia las

técnicas antifraudes con la finalidad de disminuir los eventos de fraude y así mismo permitirá mejorar los controles e identificar las áreas más vulnerables en este tipo de empresas.

1.4 HIPÓTESIS

La ausencia de Técnicas Antifraudes en una Distribuidora de productos de consumo masivo como Macendi S.A, facilita la ocurrencia de eventos de fraude como es la apropiación indebida de activos por medio del hurto interno y externo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES EN ECUADOR

La actividad principal de estas empresas es la compra de productos terminados y venta de los mismos.

La Revista Ekos en su publicación sobre el “Dinamismo en las empresas de Ecuador” establece que las compañías más grandes del país son muy relevantes en la economía de acuerdo a su actividad Económica.

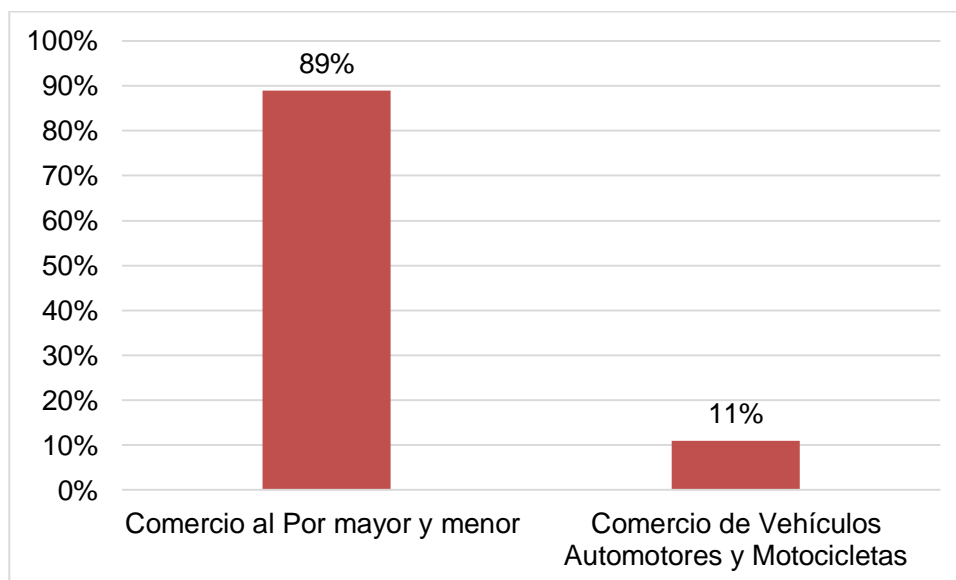
En su Ranking empresarial Top 1000 determina que las empresas comerciales tienen una participación del 39,9% en la economía del país y es considerada la más importante. En los últimos tiempos el área comercial se ha incrementado debido al aumento en el consumo y a las disposiciones por parte del gobierno que es la de disminuir las importaciones. (Revista Ekos Negocios, 2013)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el último censo de Comercio Interno en el año 2013 realizó la encuesta a nivel nacional a 1386 empresas que se dedican al comercio donde clasifica a este tipo de actividad en 2 categorías:

- Comercio al por mayor y menor.
- Comercio de Vehículos Automotores y Motocicletas.

A continuación tenemos el gráfico donde establece el porcentaje que representa cada sector comercial.

Gráfico 1 Empresas comerciales



Fuente: (INEC, 2013).

Elaborado por: La Autora

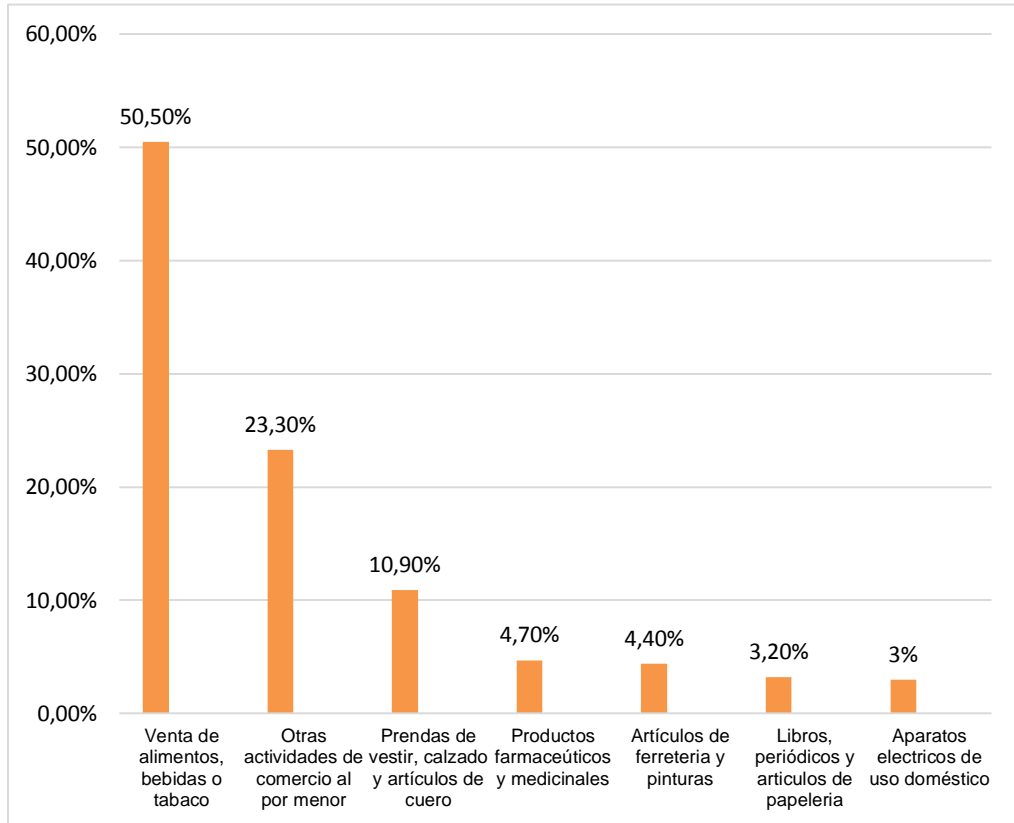
De acuerdo al gráfico anterior se determina que las empresas que se dedican al comercio al por mayor y menor tiene un porcentaje de participación dentro del comercio interno del 89%, en la cual se encuentra Macendi S.A.

Del total de empresas encuestadas a nivel nacional el 63% se encuentra entre las provincias de Pichincha y Guayas.

Este tipo de empresas son las que generan más empleo y realizan mayores remuneraciones de acuerdo al censo del INEC, quien realizó la encuesta a 144.405 personas y se determina que el 90% laboran en estas compañías, y el 10% en las que se dedican a la comercialización de Vehículos Automotores y Motocicletas.

En el siguiente gráfico se muestra la Clasificación de las empresas de acuerdo a su actividad Económica.

Gráfico 2 Actividad económica



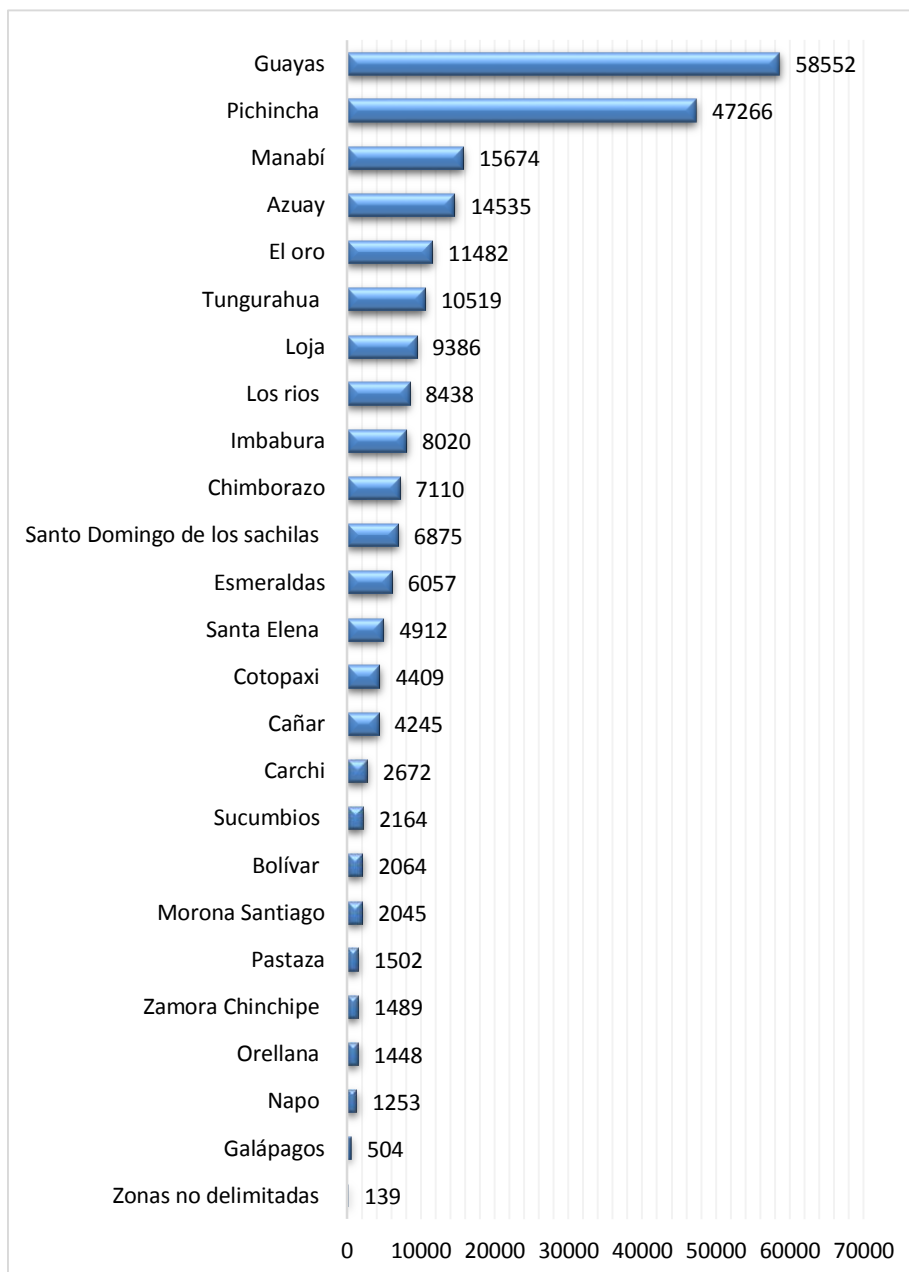
Fuente: (Infoeconomía, 2013)

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al gráfico anterior, las empresas que se dedican a la venta de alimentos mantienen el 50,50 % de participación dentro del sector comercial; categoría en la cual se encuentra la empresa sujeta a estudio.

La mayor cantidad de compañías dedicadas al comercio al por mayor y menor se encuentran en la provincia del Guayas. A continuación, tenemos el gráfico con el número de establecimientos por provincia.

Gráfico 3 Establecimientos por provincia



Fuente: (Infoeconomia, 2013).

Elaborado por: La Autora

2.2 EL FRAUDE EN LAS DISTRIBUIDORAS A NIVEL INTERNACIONAL

El fraude es realizado hacia un tercero con la intención de engañar o emitir información falsa. Puede ser por personas relacionadas a la empresa o terceros por el abuso de confianza o debilitamiento de los controles. En la actualidad es algo inevitable en las empresas y lo que se pretende es prevenir o disminuir el impacto.

La Asociación de Examinadores de Fraude Certificados, en el Reporte a Las Naciones, establece que la tecnología es uno de los factores por la cual se comete el fraude debido al cambio en la tecnología que proporciona a las organizaciones material sofisticado para prevenir y detectar las anomalías y así mismo herramientas en contra de estas para ocultar dichas acciones fraudulentas. (ACFE, 2014, pág. 10)

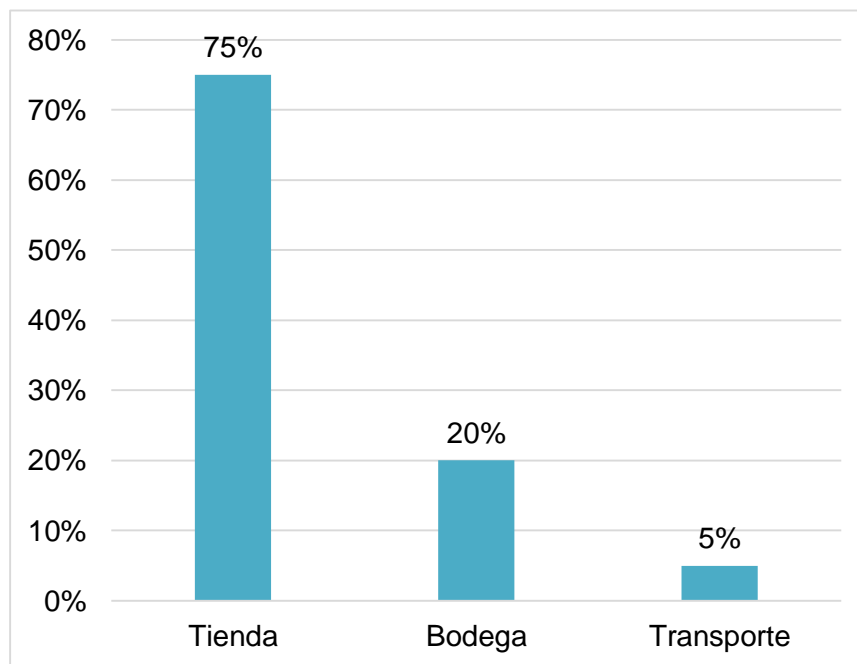
Además la ACFE manifiesta que el costo del fraude no se puede determinar de manera exacta ya que existen pérdidas que son muy visibles y también tenemos un mundo que no conocemos, es decir que no podemos medir de manera exacta el costo del mismo, solo se realizan aproximaciones de acuerdo a los eventos que se han denunciado o detectado.

2.2.1 EL FRAUDE EN LAS DISTRIBUIDORAS SEGÚN LA AECOC

La Asociación española de codificación comercial (AECOC) en su informe “Recomendación Prevención Pérdida desconocida en la cadena de suministro” manifiesta que las distribuidoras presentan pérdidas considerables. Del total de sus ventas el 1,1% representa a la pérdida desconocida que consiste en la diferencia entre los ingresos teóricos como (inventario, ventas) y los ingresos reales. Son pérdidas causadas por la acciones inusuales de los empleados, clientes y por errores administrativos.

La AECOC define en qué áreas de la distribución se presentan pérdidas que consiste desde la fabricación hasta que llegue a la tienda donde se da el contacto directo con el consumidor final y las divide de la siguiente manera:

Gráfico 4 Pérdidas en el área de distribución



Fuente: (AECOC, 2002).

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al gráfico anterior las pérdidas en la distribución se presentan en un 25%. Los índices del fraude en las distribuidoras varían según el tipo de negocio y los productos que comercializan.

La AECOC hace referencia a 3 causas principales de la defraudación en las distribuidoras:

Ilustración 1 Causas principales del fraude en las distribuidoras



Fuente: (AECOC, 2002)
Elaborado por: La Autora

Conocidas las principales causas, a continuación vamos a ver en qué consiste cada una:

2.2.1.1 HURTO INTERNO

El hurto interno es efectuado por personas que laboran en la empresa cuando encuentran oportunidad o debilitamiento de controles. Este tipo de hurto es considerado como uno de los más comunes en las distribuidoras como Macendi S.A, por la facilidad o acceso que tienen los empleados a los productos, los cuales son sustraídos para beneficio propio.

A continuación se presentan los puntos de riesgo:

Tabla 1 Puntos de riesgos internos

PUNTOS DE RIESGO	Gestión del departamento de Recursos humanos	<p>Existen factores que influyen en el comportamiento de los trabajadores como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La motivación. • Nivel de implicación. • Rotación del personal. • Duración de los contratos. • Políticas de remuneración.
	Características de los productos	<p>Las siguientes características hacen que el producto mantenga un mayor riesgo de ser robado como es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El precio • facilidad de ser robado • facilidad de vender • Y las nuevas tendencias en el mercado.
	Procedimientos que mantiene la empresa	<p>El hurto en las distribuidoras dependen del diseño de los procesos, entre los principales riesgos tenemos el :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de Despacho de la mercadería que se desarrolla sin ninguna supervisión.

Fuente: (AECOC, 2002)
 Elaborado por: La Autora

2.2.1.2 HURTO EXTERNO

El hurto externo es realizado por los clientes o por los mismos empleados en complicidad con terceros que sustraen productos de la empresa, provocando diferencia de inventarios.

En la siguiente tabla tenemos el punto de riesgo externo con mayor ocurrencia en las distribuidoras.

Tabla 2 Punto de riesgo externo en las distribuidoras

PUNTO DE RIESGO	El transporte	Entre las actividades que realizan los transportistas, existen algunas que mantienen un riesgo elevado: <ul style="list-style-type: none">• Entrega de la mercadería a los clientes.• Descarga de la mercadería comprada para las ventas de la empresa.
------------------------	----------------------	--

Fuente: (AECOC, 2002)
Elaborado por: La Autora

Se debe considerar que este tipo de Hurto externo se efectúa en complicidad con personas que se mantienen en contacto directo con la mercadería, como los empleados de las empresas.

2.2.1.3 ERRORES DE GESTIÓN

La Asociación Española de Codificación Comercial, define que los errores son equivocaciones que provoca la diferencia de las cuentas. Entre ellos tenemos:

- Ventas con precios incorrectos.
- No registrar productos en mal estado.
- Pedidos incorrectos.

Los errores trae como consecuencia la disconformidad entre los flujos físicos de la mercadería y los flujos de información, derivandose en diferencia de inventario.

Los siguientes procedimientos son los que poseen mayor riesgo para que se presente la desigualdad entre el inventario teórico y el físico:

Tabla 3 Puntos de riesgo por errores de gestión

Puntos de riesgo:	Preparación de los pedidos.
	La entrega y recepción de la mercadería a los clientes en sus establecimientos.
	Las devoluciones y productos en mal estado.

Fuente: (AECOC, 2002)
Elaborado por: La Autora

2.2.2 BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO EN LA DISTRIBUCIÓN

Checkpoint Systems considerado el líder en soluciones y prevención de pérdidas de la mercadería en las empresas, publica su estudio sobre el fraude en las distribuidoras a nivel mundial, al cual se lo denomina “Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2013- 2014” con la ayuda de The Smart Cube considerada como una empresa líder en el sector de la investigación.

De acuerdo al “Barómetro Mundial”, el Hurto a nivel mundial en las Distribuidoras ha disminuido con relación al periodo anterior 2012-2013 debido a la inversión que realizan las empresas de este sector en estrategias antifraude, y aplicar medidas de prevención o control que permitan disminuir el riesgo del fraude.

Existen aspectos importantes que incidieron en la disminución del fraude, como el control de los productos y un respectivo monitoreo de los procesos, según expertos consideran que los aspectos mencionados se deben aplicar de manera rutinaria debido a la importancia que poseen.

El estudio se realizó a 24 países es una cifra mayor en relación al periodo anterior el 2012 – 2013 donde solo se consideró 16 Países, en el cual se realizó un análisis a los siguientes canales de distribución:

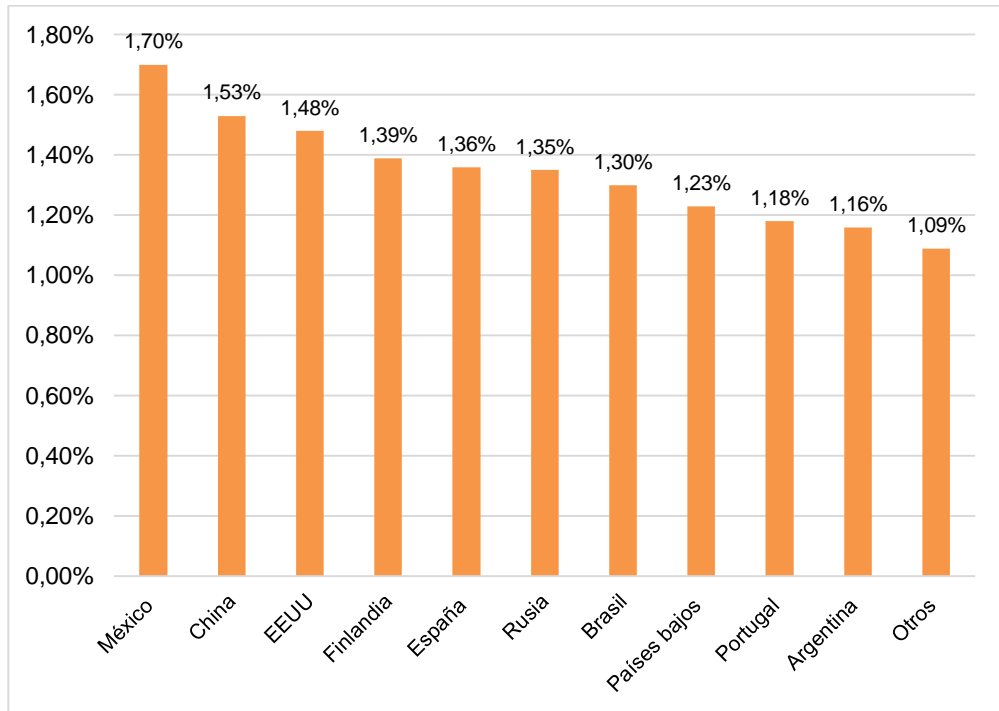
- Supermercados
- Distribuidora de Alimentos
- Grandes almacenes
- Tiendas de ropa, joyería y relojería, deporte, animales, jardinería
- Minoristas especializados en electrónica, electrodomésticos y productos multimedia, productos farmacéuticos y cosméticos
- Papelerías
- Gasolineras
- Entre otros

La empresa sujeta a estudio Macendi S.A, se encuentra dentro de estos canales de distribución como Distribuidora de Alimentos por esta razón se toma como referencia esta fuente de información para conocer que sucede con el fraude a nivel mundial en este tipo de empresas

2.2.2.1 FRAUDE EN LAS DISTRIBUIDORAS POR PAÍSES

Los países como México, China y EEUU se encuentran en los primeros lugares, considerados como aquellos con mayor riesgo de fraude

Gráfico 5 Fraude en la distribución mundial por países 2013-2014



Fuente: (Checkpoint, 2014, pág. 17)

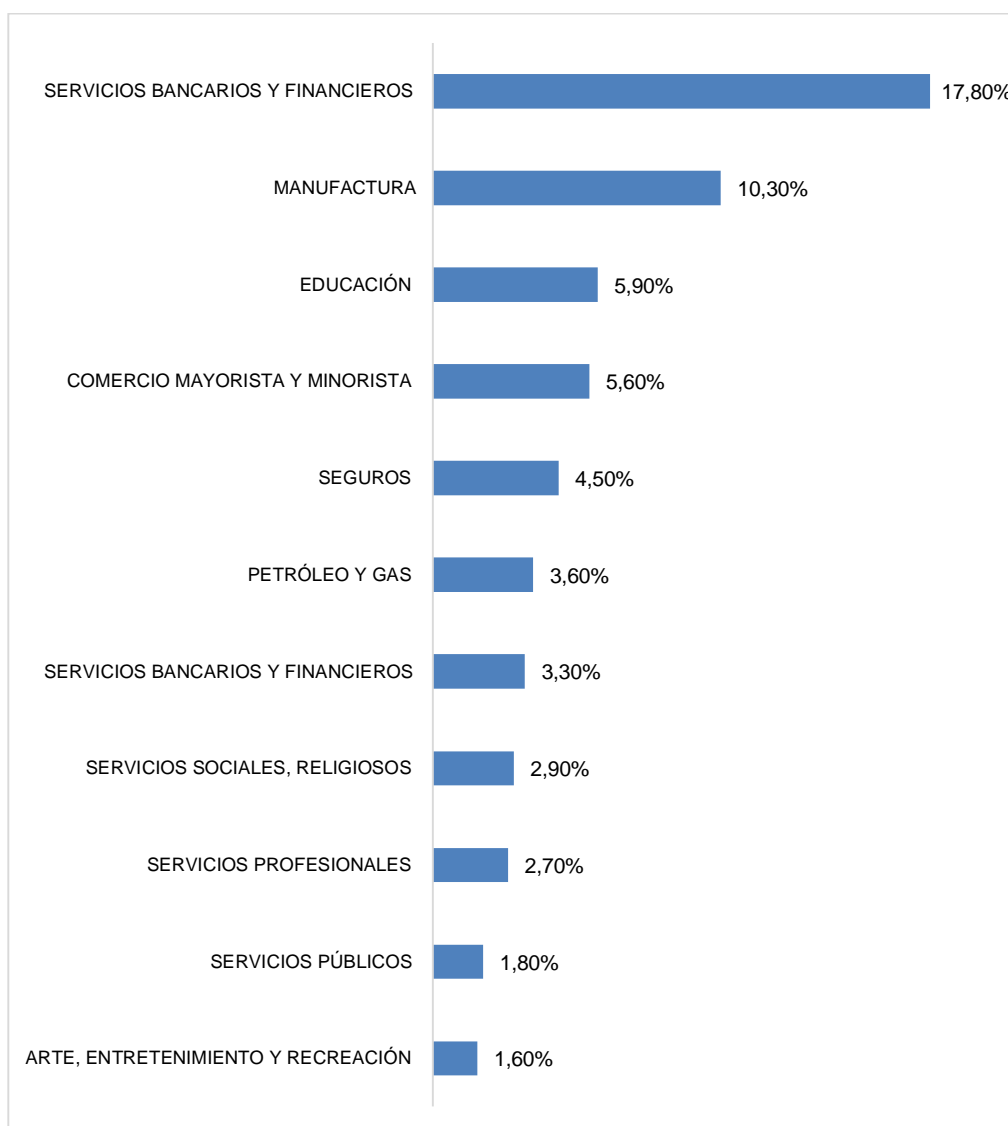
Elaborado por: La Autora

2.2.2.2 EL FRAUDE POR TIPO DE ESTABLECIMIENTOS

Es importante conocer que tipos de empresas dentro de este sector poseen mayor riesgo de fraude y en qué lugar se encuentra la empresa sujeta a estudio.

La ACFE en su Reporte a las Naciones señala la Clasificación de las organizaciones que se encuentran más vulnerables al fraude. En el siguiente gráfico las empresas que se dedican al comercio mayorista y minorista se ubican en cuarto lugar con un porcentaje del 5,60%, en la cual se encuentra Macendi S.A.

Gráfico 6 Organizaciones víctimas

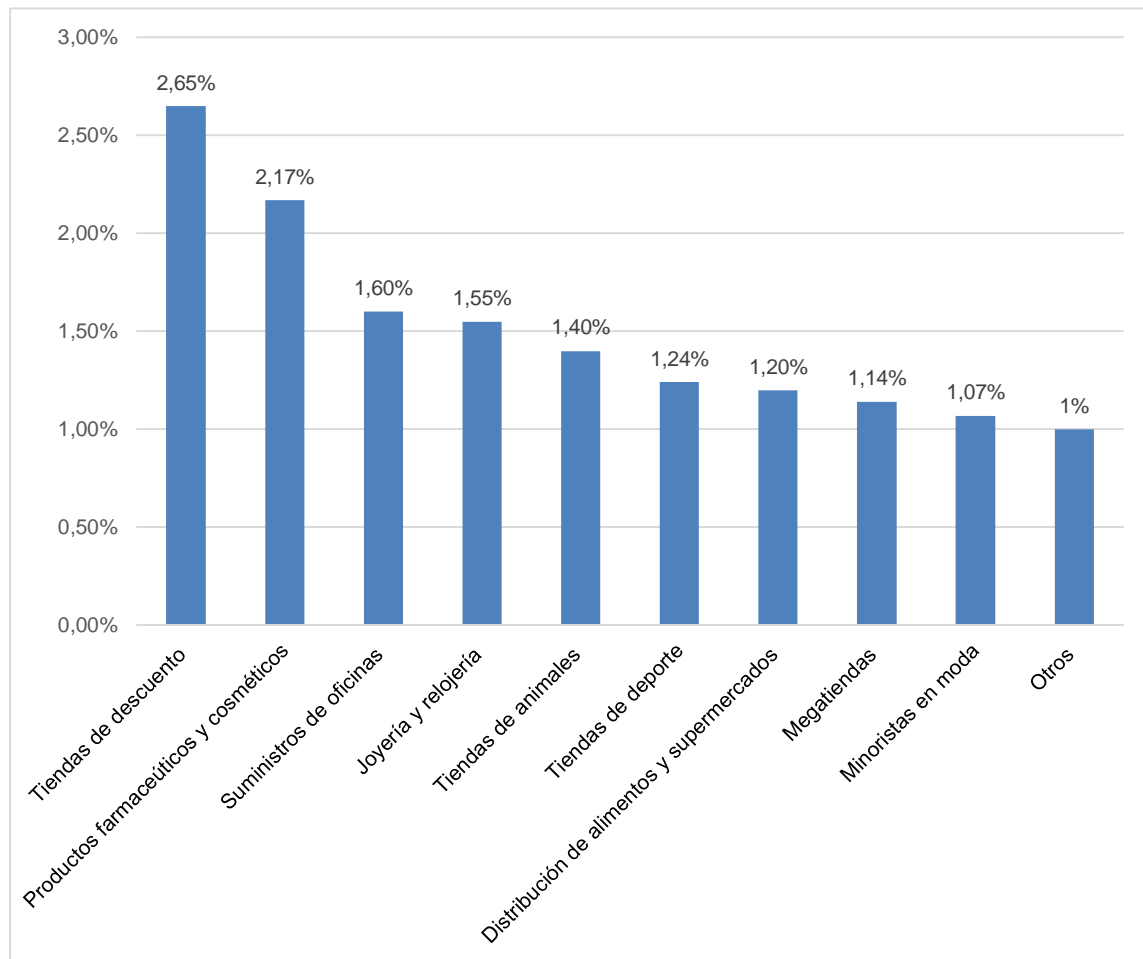


Fuente: (ACFE, 2014, pág. 31)

Elaborado por: La Autora

El Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución, define el nivel de pérdidas ocasionadas por el fraude determinando una media sobre el nivel de ventas. A continuación tenemos el gráfico del Fraude en la Distribución por tipos de establecimientos.

Gráfico 7 El fraude por tipo de establecimientos



Fuente: (Checkpoint, 2014, pág. 18)

Elaborado por: La Autora

En el gráfico anterior tenemos que las empresas dedicadas a la distribución de alimentos tienen un porcentaje de 1,20% como media del fraude en base a las ventas, en la cual se encuentra Macendi S.A.

En base a los estudios sobre cómo afecta el fraude a nivel mundial, vamos a conocer de qué manera perjudica este fenómeno a las empresas comerciales de la Ciudad de Guayaquil

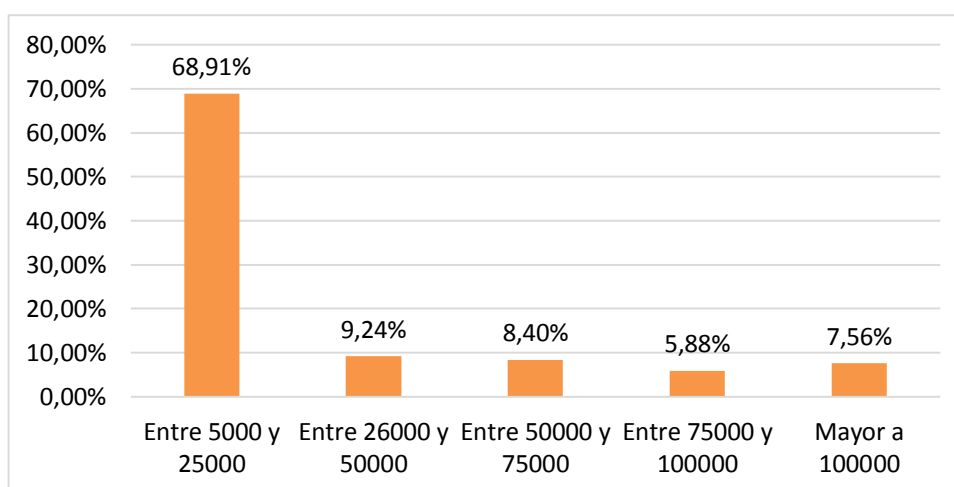
2.3 EL FRAUDE EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE GUAYAQUIL

Los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas de la carrera de Ingeniería en contabilidad y auditoría en el Semestre B Periodo 2014 – 2015, realizaron una encuesta a las Empresas que se dedican a la comercialización al por mayor y menor en la ciudad de Guayaquil para conocer de qué manera se ven afectadas por el fenómeno del fraude.

2.3.1 IMPACTO ECONÓMICO OCASIONADO POR EL FRAUDE

Esta encuesta se realizó a 130 empresas donde se determina que el fraude está ocasionando pérdidas considerables. El 68,91% de las empresas han tenido pérdidas entre \$5.000 y \$25.000 dólares considerado como el monto de pérdida más frecuente, luego tenemos que el 9,24% a presenciados eventos fraudulentos entre los \$26.000 y \$50.000 dólares, como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico 8 Impacto económico ocasionado por el fraude



Fuente: (Estudiantes de la UCSG, 2015)

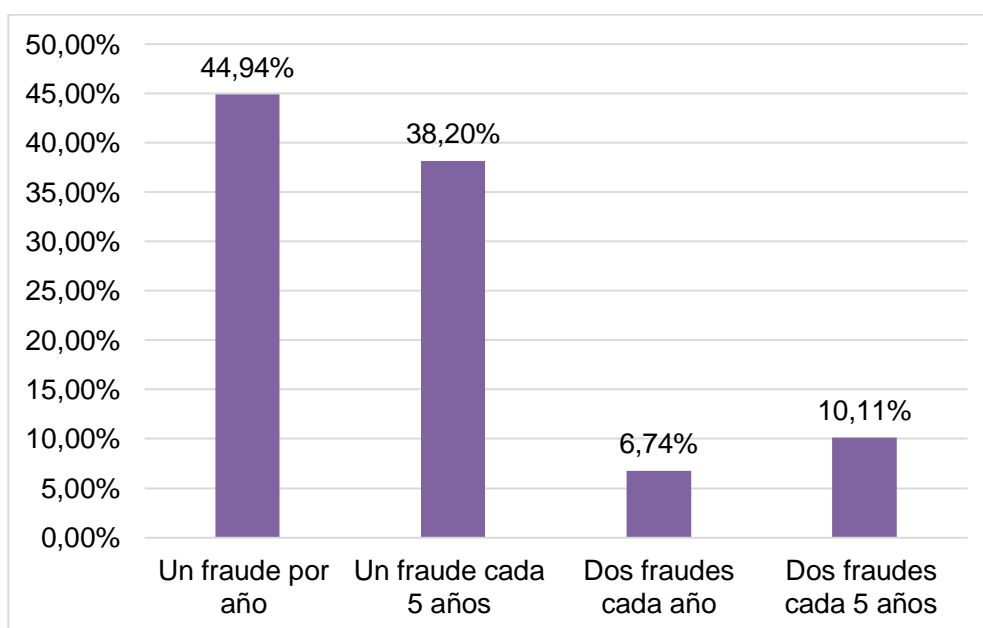
Elaborado por: La Autora

A continuación vamos a conocer la incidencia del fraude en estas empresas.

2.3.2 INCIDENCIA DEL FRAUDE

Durante los últimos tiempos las empresas se han visto afectadas por el fenómeno del fraude, de acuerdo a la encuesta el 44.94% ha presenciado un fraude por año, esto nos manifiesta que estas empresas mantienen un riesgo elevado al fraude, el 38,20% han presenciado un fraude cada cinco años, esto indica que su ocurrencia de fraude es menor debido a los controles que mantienen en sus procesos.

Gráfico 9 Incidencia del fraude en las empresas



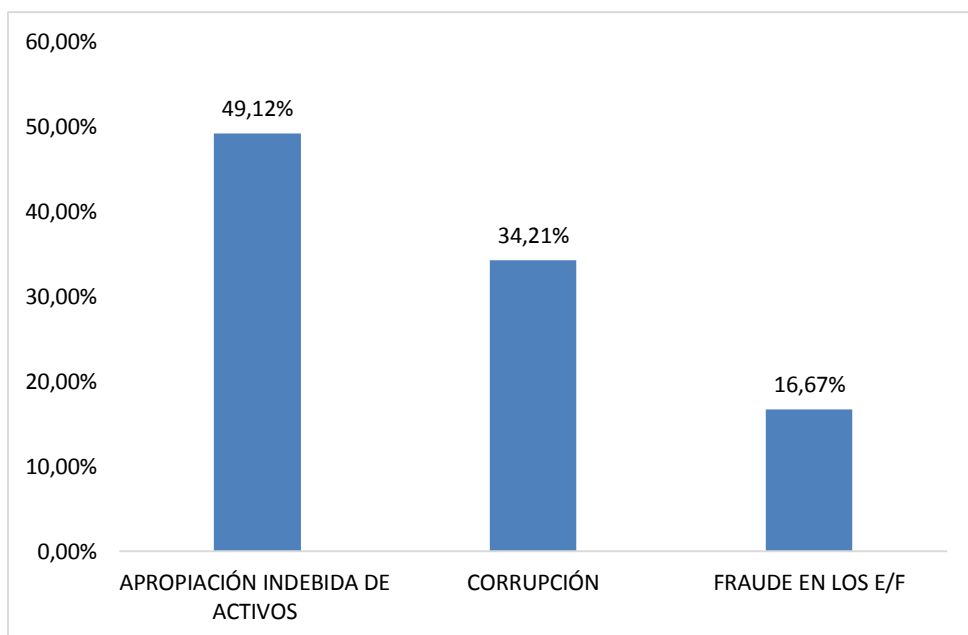
Fuente: (Estudiantes de la UCSG, 2015)

Elaborado por: La Autora

2.3.3 TIPOS DE FRAUDES CON MAYOR OCURRENCIA

De acuerdo a la encuesta realizada por los (Estudiantes de la UCSG, 2015) se determina que el tipo de fraude con mayor ocurrencia en las empresas comerciales en Guayaquil es la Apropiación indebida de activos con un porcentaje de 49,12% considerado alto debido al giro del negocio, puesto que son empresas que se dedican a la compra y venta de mercadería. Luego tenemos a la Corrupción con el 34,21% y el fraude en los estados financieros con el 16,67%, a continuación tenemos el gráfico.

Gráfico 10 Tipos de fraude con mayor ocurrencia



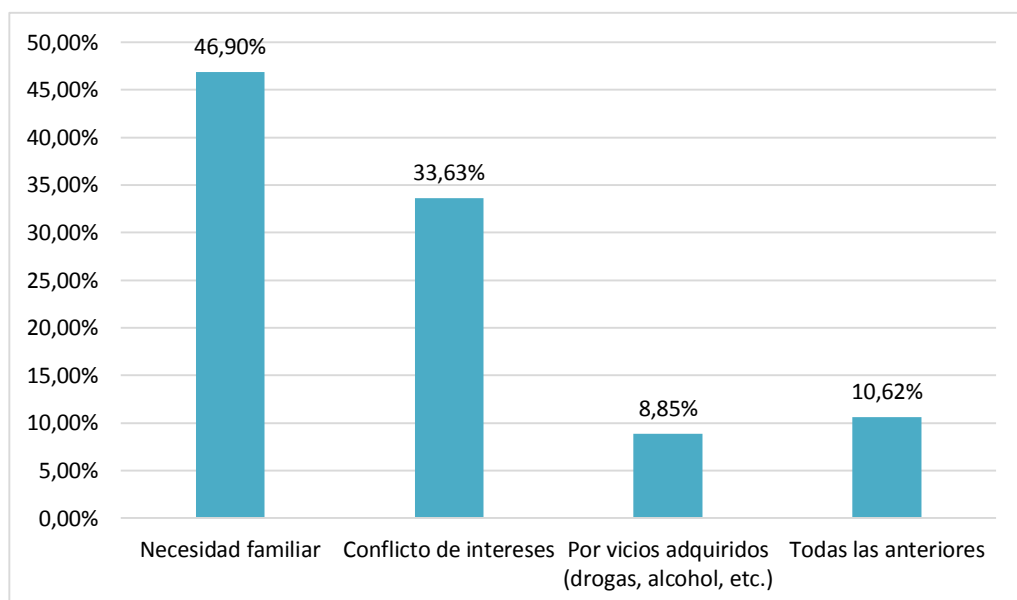
Fuente: (Estudiantes de la UCSG, 2015).

Elaborado por: La Autora.

2.3.4 MOTIVOS QUE INDUCEN AL FRAUDE

Existen motivos que inducen a las personas a cometer fraude en las empresas, el más común es la Necesidad familiar con un 46,90%, luego tenemos el conflicto de interés con un porcentaje del 33,63% son los 2 motivos principales que influyen en los trabajadores para cometer acciones ilícitas, y el 8,85% por vicios adquiridos y por último el 10,62% lo hace por los motivos anteriores.

Gráfico 11 Motivos que inducen al fraude



Fuente: (Estudiantes de la UCSG, 2015)

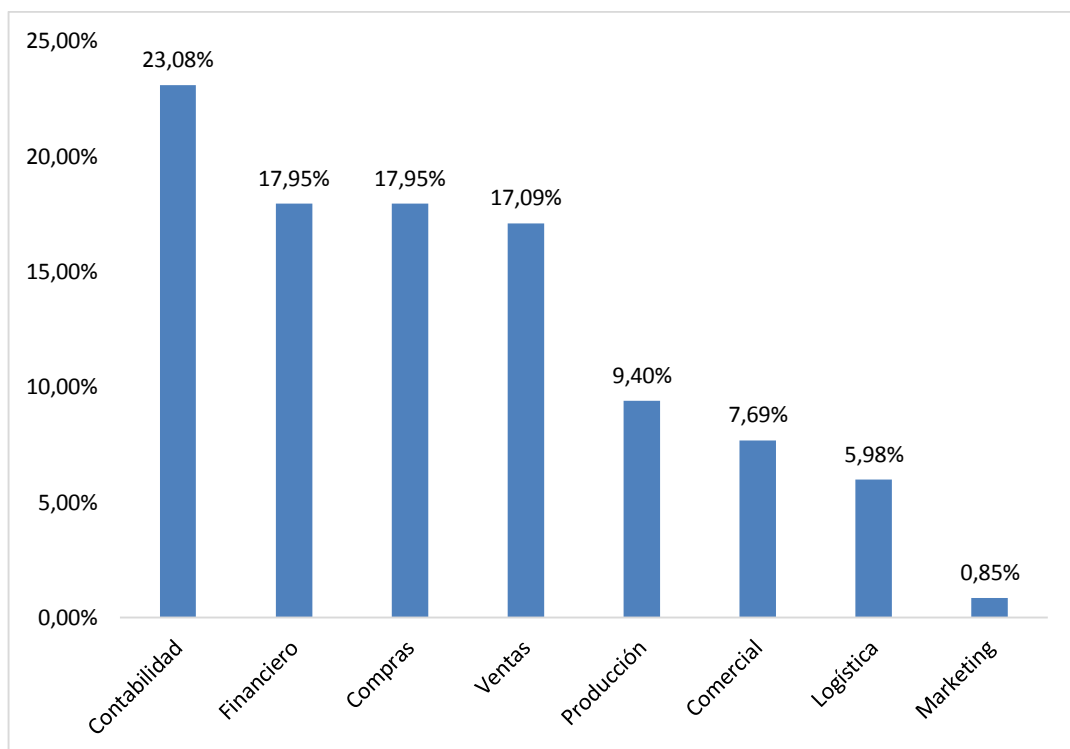
Elaborado por: La Autora

La Situación económica de ciertos empleados debido a su bajo sueldo o deudas nos les permite cubrir con sus obligaciones familiares, que ocasiona cambios de actitud hacia la empresa donde laboran y llegan a cometer actos deshonestos como podemos observar en el gráfico anterior que uno de los mayores motivos que inducen a las personas a cometer fraude es la necesidad familiar.

2.3.5 DEPARTAMENTOS MÁS VULNERABLES AL FRAUDE

En base al monto de pérdida provocado por el fraude en las empresas de Guayaquil, la incidencia, los tipos de fraudes que se han presentado y cuáles son los factores que inducen a las personas a cometer acciones ilícitas vamos a conocer que departamentos se encuentran más vulnerables al fraude. Contabilidad tiene mayor incidencia con el 23,08%, Financiero y compras con el 17,95%, y ventas con el 17,09% como los departamentos con mayor riesgo de fraude.

Gráfico 12 Departamentos más vulnerables al fraude



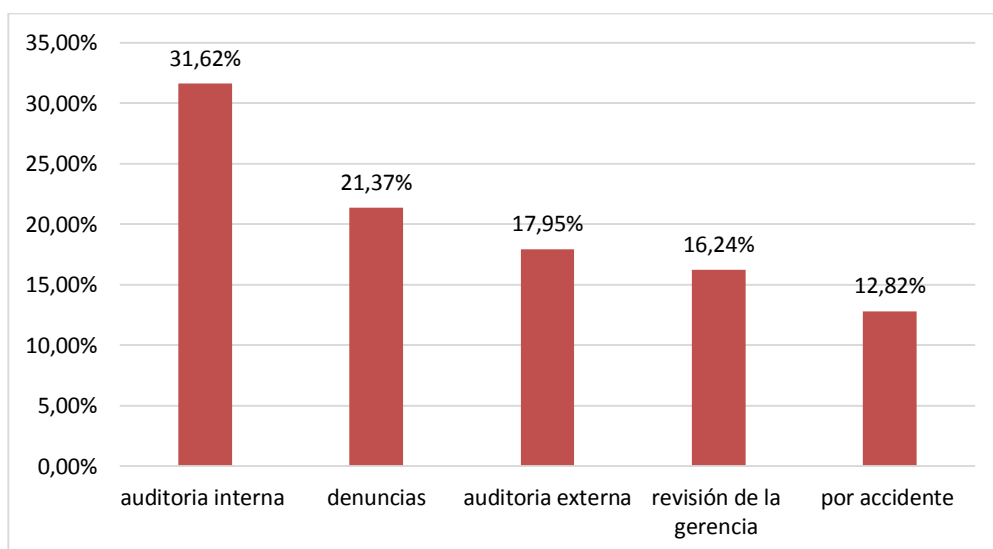
Fuente: (Estudiantes de la UCSG, 2015)

Elaborado por: La Autora

2.3.6 VÍAS DE DETECCIÓN DEL FRAUDE

En la mayoría de estas empresas el fraude fué detectado por auditoria interna con un 31,62%, por medio de las denuncias 21,37%, por auditoria externa 17,95%, revisión de la gerencia 16,24% y por accidente el 12,82%. Se considera que el fraude es detectado en su mayoría por auditoria interna y por medio de las denuncias, y se consideran como las principales vías de detección. A continuación tenemos la representación gráfica.

Gráfico 13 Vías de detección del fraude



Fuente: (Estudiantes de la UCSG, 2015)

Elaborado por: La Autora

En base a la encuesta realizada se concluye que las empresas en la Ciudad de Guayaquil se ven afectadas por el fenómeno del fraude con mayor frecuencia, debido a las posibles debilidades en sus controles. Las personas cometen fraude por necesidades familiares y por conflicto de interés que luego son detectados al realizar auditorías o por medio de las denuncias.

2.4 TIPOS DE FRAUDE POR APROPIACIÓN INDEBIDA DE ACTIVOS

La Asociación de Examinadores de Fraude Certificados (ACFE) organismo estadounidense en su estudio realizado en el 2014 “Informe a la Nación sobre el Fraude Ocupacional y el Abuso” clasifica al fraude en 3 categorías como se detalla en la siguiente Ilustración:

Ilustración 2. Clasificación del Fraude

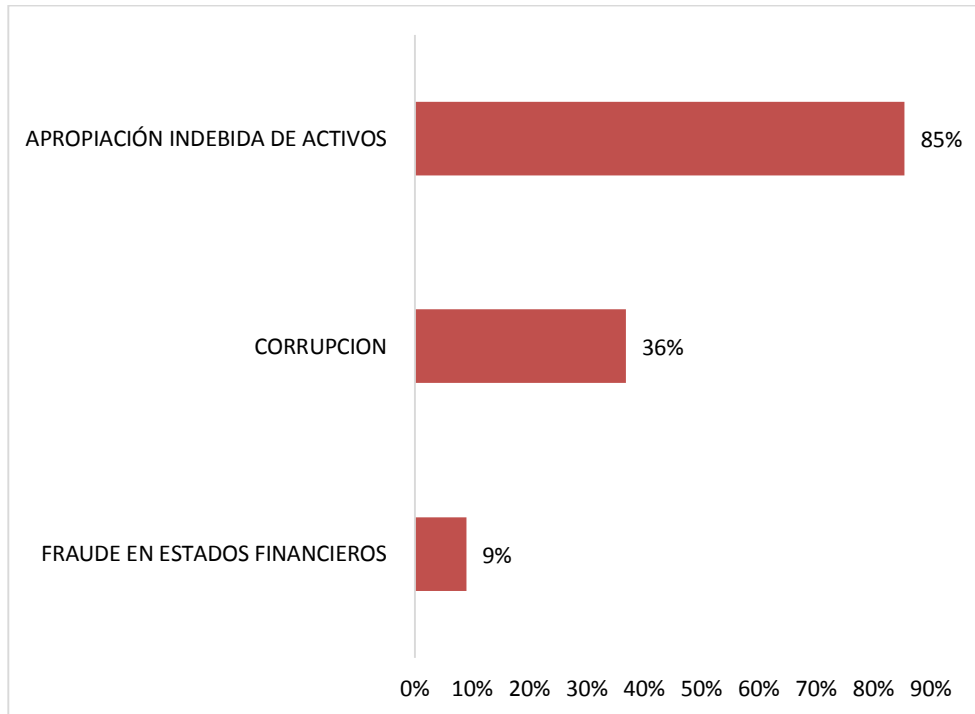


Fuente: (ACFE, 2014)

Elaborado por: La Autora

En el Reporte a las Naciones de la ACFE de los 3 tipos de fraude, la que tiene mayor ocurrencia es la Apropiación indebida de activos con un 85% es la categoría que genera pérdidas medianas aunque su ocurrencia es alta, la corrupción con el 36% y el fraude en los estados financieros con un 9% suceden con menor frecuencia pero su impacto de pérdida económica es alta. A continuación tenemos el Gráfico.

Gráfico 14 Tipos de fraudes con mayor ocurrencia

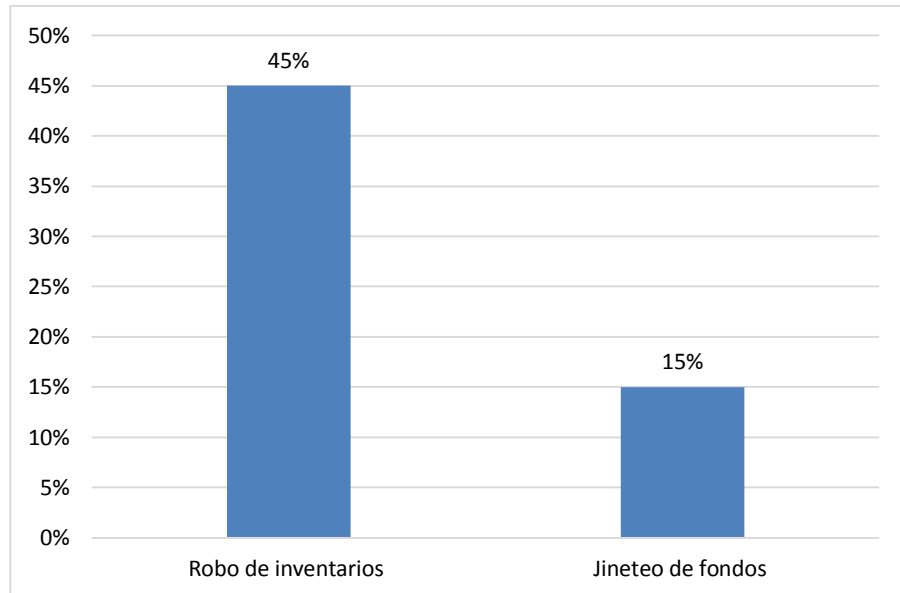


Fuente: (ACFE, 2014, pág. 12)
Elaborado por: La Autora

En base al informe de la ACFE se establece que el tipo de fraude con mayor ocurrencia en las distribuidoras, es la Apropiación indebida de activos que abarca una serie de esquemas de fraude. A continuación vamos a conocer cuales tienen mayor incidencia en este tipo de empresas.

El robo de inventario y el jineteo de fondos son los que se presentan con mayor frecuencia en el sector Minorista, Mayorista y Distribución según el informe global sobre el fraude de (Kroll advisory solutions, 2014). A continuación tenemos la representación gráfica

Gráfico 15 Tipos de fraudes con mayor ocurrencia en el sector minorista, mayorista y distribución



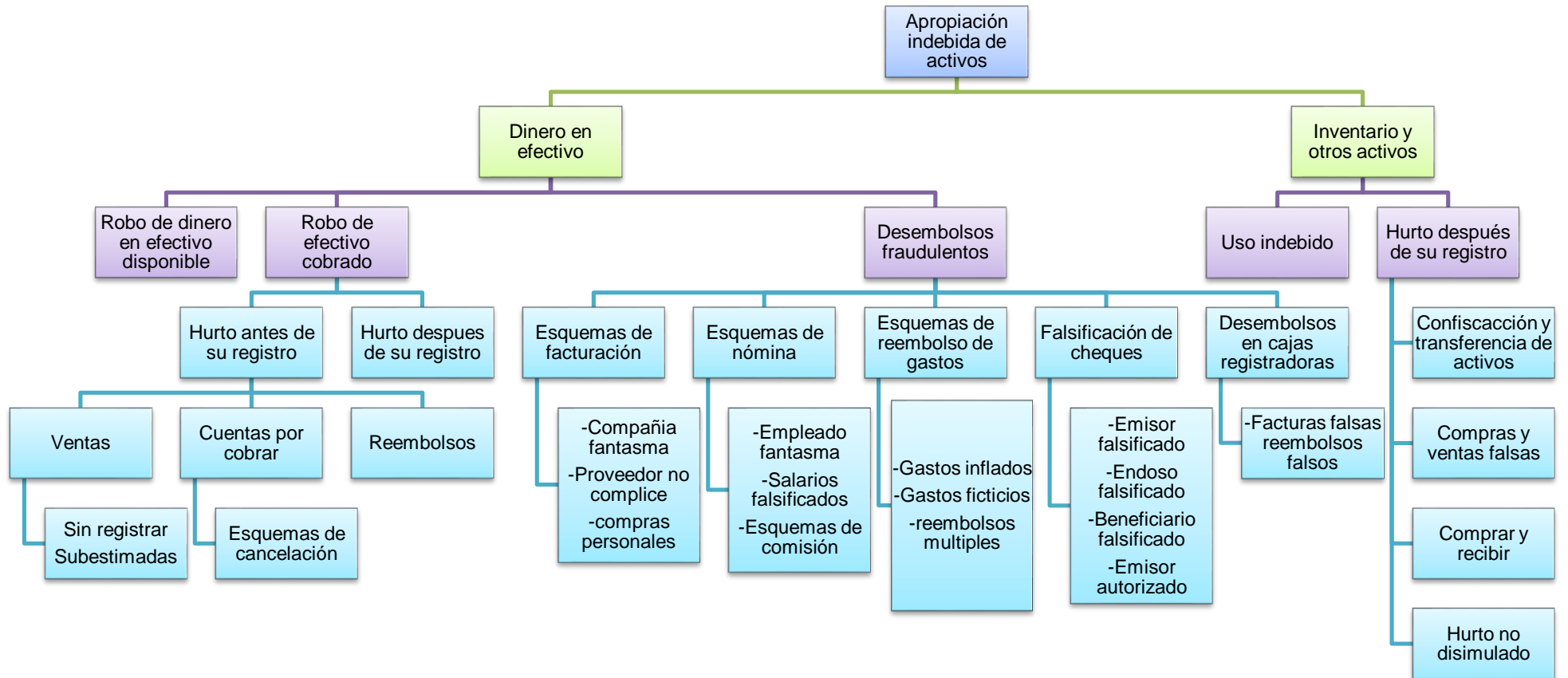
Fuente: (Kroll advisory solutions, 2014)

Elaborado por: La Autora

El robo de inventarios en una Distribuidora de productos de consumo masivo provoca pérdidas considerables para este tipo de empresas, debido a que su actividad principal es vender, por lo tanto las pérdidas de la mercadería afecta de manera directa a la situación económica de la empresa.

La ACFE en su reporte a la Nación señala la Clasificación de los tipos de fraude de acuerdo a la Apropiación indebida de activos que se encuentran en la siguiente Ilustración:

Ilustración 3 Clasificación de la apropiación indebida de activos



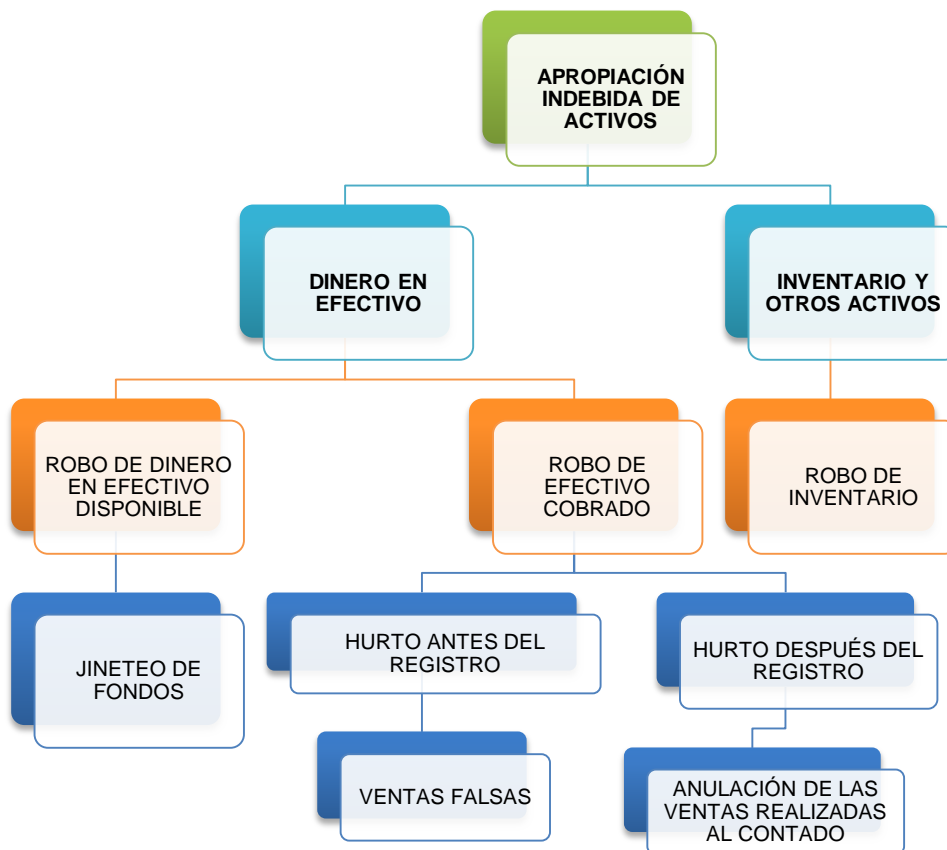
Fuente: (ACFE, 2014)

Elaborado por: La Autora

En base a la ilustración anterior y a las investigaciones, se determina que los esquemas de fraude con mayor ocurrencia en este tipo de empresas son: Jineteo de fondos, Ventas falsas, Anulación de las ventas realizadas al contado y Robo de inventario.

A continuación tenemos la Clasificación de los tipos de fraude por Apropiación indebida de activos que se presentan en las distribuidoras.

Ilustración 4 Clasificación de la apropiación indebida de activos en las distribuidoras



Fuente: (ACFE, 2014, pág. 11)

Elaborado por: La Autora

2.4.1. JINETEO DE FONDOS

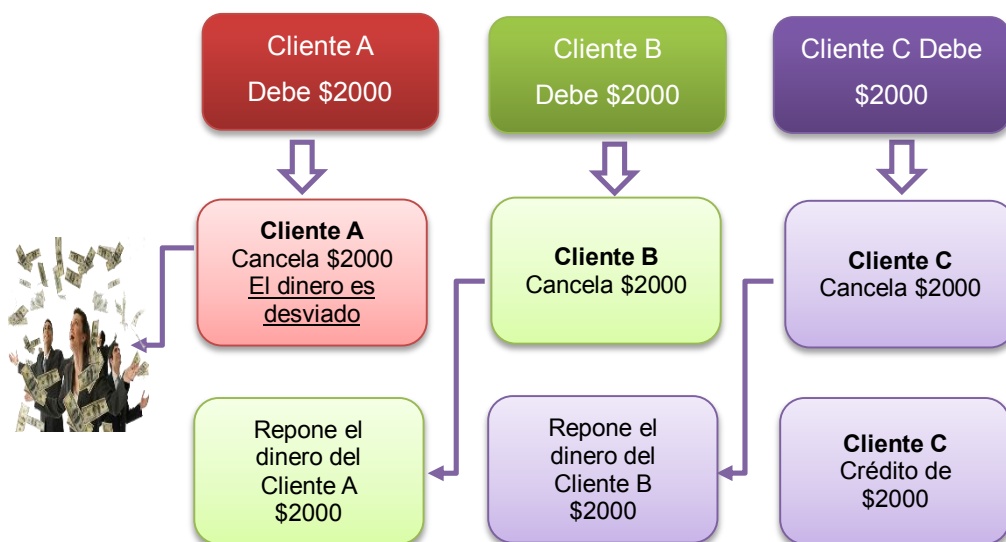
Consiste en utilizar el dinero recaudado de las cuentas por cobrar para sustituir otros cobros previamente desviados y de esta manera postergar la detección del robo. (SMS ECUADOR, 2013)

El Jineteo de fondos es uno de los esquemas que se presentan con mayor frecuencia en las empresas, el defraudador utiliza el efectivo para actividades específicas y luego cobran rendimientos para beneficio propio. (Paladini, 2010)

En base a las investigaciones realizadas las empresas dedicadas al comercio de productos de consumo masivo al por mayor y menor se ven afectadas debido a su actividad Económica que es la compra y venta de productos donde el efectivo es manipulado de manera frecuente.

A continuación tenemos la Ilustración:

Ilustración 5 Jineteo de fondos



Fuente: (SMS ECUADOR, 2015)

Elaborado por: La Autora

En la Ilustración anterior observamos de qué manera se lleva a cabo el Jineteo de fondos, quien se apropia de los fondos del cliente A, repone el dinero con la cancelación del Cliente B, y con el dinero cancelado por el cliente C repone la cuenta del Cliente B, hasta que el volumen de fondos desviados es de una cuantía considerable que no le permite continuar, y es descubierto por casualidad o por auditoria. (Arias, 2002)

La presencia de este esquema de defraudación se debe a ciertas deficiencias en los controles:

- No se realiza el depósito del dinero recaudado de manera inmediata.
- No se realizan confirmaciones con los clientes sobre el pago de sus cuentas.
- Cuando una sola persona es la encargada de realizar las funciones de cobro.

Las deficiencias mencionadas provocan un riesgo considerable en la empresa, donde se pueden efectuar acciones ilícitas como la apropiación indebida de activos

2.4.2 VENTAS FALSAS

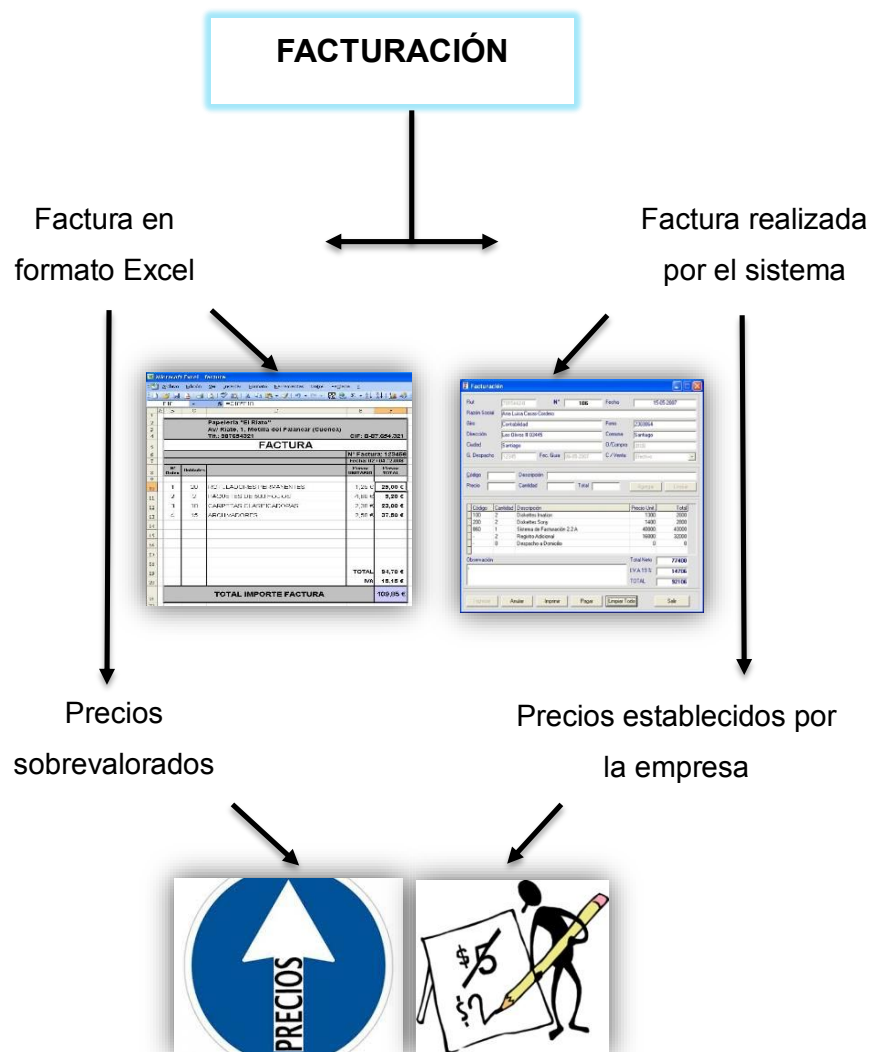
El proceso de ventas es uno de los más importantes dentro de este tipo de empresas, se debe a que su actividad principal es vender y por medio de estas adquieren ganancias. Durante el proceso se presentan circunstancias que generan oportunidades para actuar de manera deshonestas, efectuando ventas falsas con la finalidad de adquirir los activos monetarios de la empresa.

Se debe considerar que la factura es un documento valioso que comprueba que se ha realizado una venta y permite al cliente hacer uso de sus derechos y garantías si el producto comprado se encuentra defectuoso. En algunas empresas realizan las facturas en un formato sencillo que es

elaborado en Excel que permite manipular las ventas y los reportes emitidos no son fiables. (Asesores contables D&R, 2014)

Para la detección de este esquema de fraude, la técnica de comprador misterioso es muy valiosa. En la siguiente Ilustración tenemos como se efectúan las ventas falsas.

Ilustración 6 Ventas falsas



Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

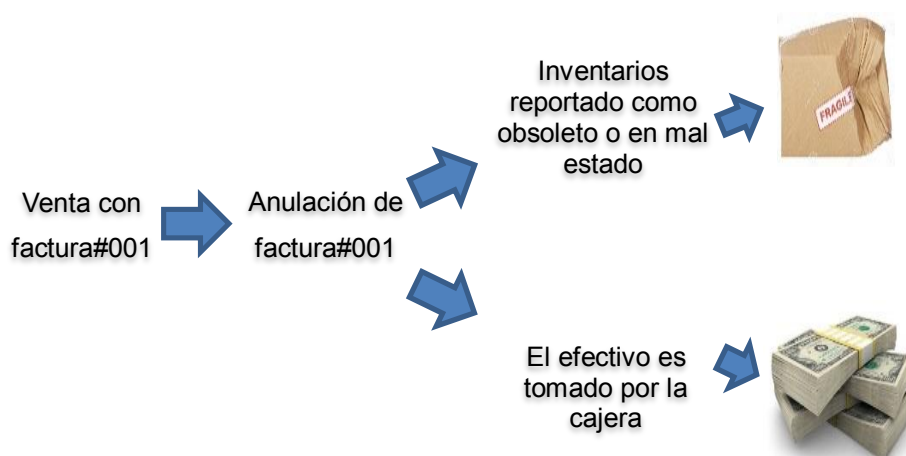
Elaborado por: La Autora

En la Ilustración anterior tenemos como se efectúan las facturas falsas, de acuerdo a lo solicitado por el cliente, la cajera realizada la factura de manera manual en un formato de Excel, con un precio diferente al real, entregan la factura al cliente de manera normal y proceden al despacho de la mercadería. Luego que el cliente abandona las instalaciones de la empresa la cajera procede a registrar la factura en el sistema con los valores reales que son menores a los cobrados y de esta manera se realiza la apropiación de los activos monetarios o robo del efectivo cobrado.

2.4.3 ANULACIÓN DE LAS VENTAS REALIZADAS AL CONTADO

Cuando en la empresa una sola persona en el área de caja tiene acceso a las diversas operaciones como la anulación de las facturas se pueden presenciar actos ilícitos como el robo del efectivo que de acuerdo a la Clasificación de la ACFE pertenecen al grupo de apropiación indebida de activos (Pérez & Cía, 2010). A continuación tenemos la ilustración de cómo se efectúa este tipo de fraude.

Ilustración 7 Anulación de las ventas realizadas al contado



Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la Ilustración anterior tenemos que efectuada la venta, la cajera procede con la anulación de la factura y reporta el inventario facturado como obsoleto o en mal estado para justificar el movimiento de la mercadería en el sistema y sustrae el dinero para beneficio propio.

2.4.4 ROBO DE INVENTARIO

El robo de inventarios es muy frecuente en las distribuidoras debido al gran volumen y variedad de la mercadería. La Asociación española de codificación comercial (AECOC, 2002) señala que los productos poseen ciertas características que los hacen vulnerables al fraude.

El robo de inventario se puede presentar de la siguiente manera:

Ilustración 8 Robo de inventario



El inventario puede ser sustraído por el personal que mantiene contacto directo con los productos como los auxiliares de bodega y transportistas, para uso personal o para ser vendido y obtener beneficios



La mercadería es declarada como obsoleta en los registros, por la persona que tiene acceso al sistema y en complicidad con el personal de bodega los productos son hurtados

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Cuando la revisión del inventario no se realiza con frecuencia, y el fraude es detectado puede ser que el defraudador no se encuentre en la empresa (SMS ECUADOR, 2013). En base a los tipos de fraudes que se pueden presenciar en las empresas como Macendi S.A vamos a conocer los factores del Triángulo del fraude que influyen en las personas.

2.5 TRIÁNGULO DEL FRAUDE

En la actualidad muchos nos preguntamos ¿Por qué las personas cometen fraude? Según (Lollett, 2012) considera que las personas que cometen fraude son consideradas buenas personas hasta antes de ingresar a laborar en la empresa. Según autores el mejor modelo para conocer las causas que influyen en las personas, es la Teoría del fraude del Dr. Donald Cressey.

El Dr. Cressey, fué un alumno destacado de la Universidad de Indiana realizo sus estudios para su tesis en criminología y tomo como muestra a personas recluidas en la cárcel por cometer fraude. Luego de esto expresó que las personas confiables son aquellas que abusan de la confianza otorgada cuando se presenta un problema y piensan que se puede resolver violando la confianza. Para que se cometa el fraude deben estar presente los 3 elementos del triángulo.



Fuente: (Lollett, 2012)
Elaborado por: La Autora

El comportamiento del defraudador no se puede determinar con certeza ya que varía continuamente, y para esto las empresas deben comprender el comportamiento con la finalidad de actuar y mitigar el riesgo. Se considera que los 3 factores que inducen a cometer acciones fraudulentas son las oportunidades presentadas, la motivación y la racionalización.(KPMG, 2014)

El fraude en las organizaciones se ha presentado por las debilidades de los controles internos, si estas consideraran fortalecerlos y realizar una supervisión a los empleados se puede disminuir el riesgo, y su impacto puede ser menor. A continuación vamos a conocer en que consiste cada elemento del Triángulo del fraude:

2.5.1 PRESIÓN

Sucede cuando existe un incentivo o necesidad para cometer fraude como:

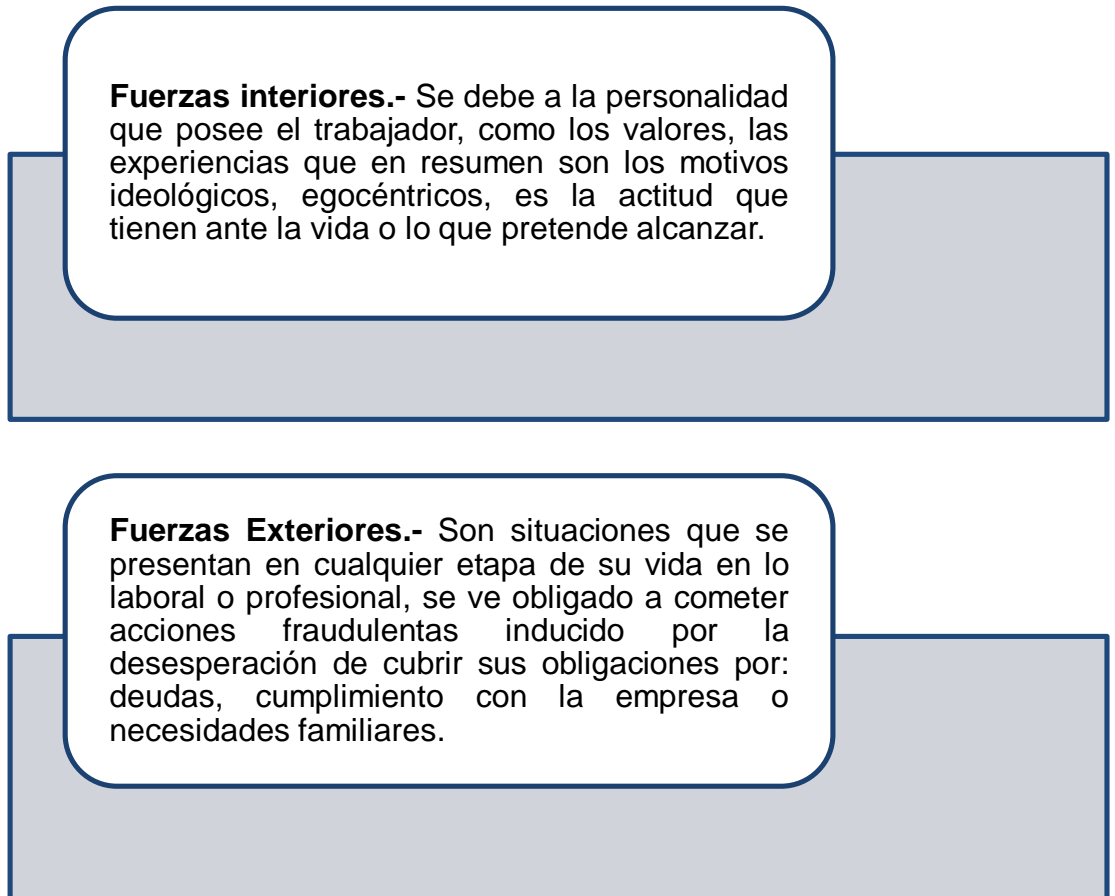
- Alcanzar metas de desempeño
- Obtener bonos
- Mantener el cargo que desempeña

Las personas cometen fraude cuando se presentan situaciones que no se pueden retener y se ven obligados a cometer acciones ilícitas. Según la encuesta realizada por los (Estudiantes de la UCSG, 2015) , la necesidad es uno de los factores que influye en los empleados, porque se ven presionados por cumplir con una obligación que los lleva a cometer acciones no éticas.

El manual de la Pérdida Desconocida menciona que para que se cometa el fraude bajo presión existes 2 factores que son:

- Fuerzas interiores
- Fuerzas exteriores

Ilustración 10 Factores que inducen al fraude por presión



Fuente: (Garcia, 2005, pág. 42)

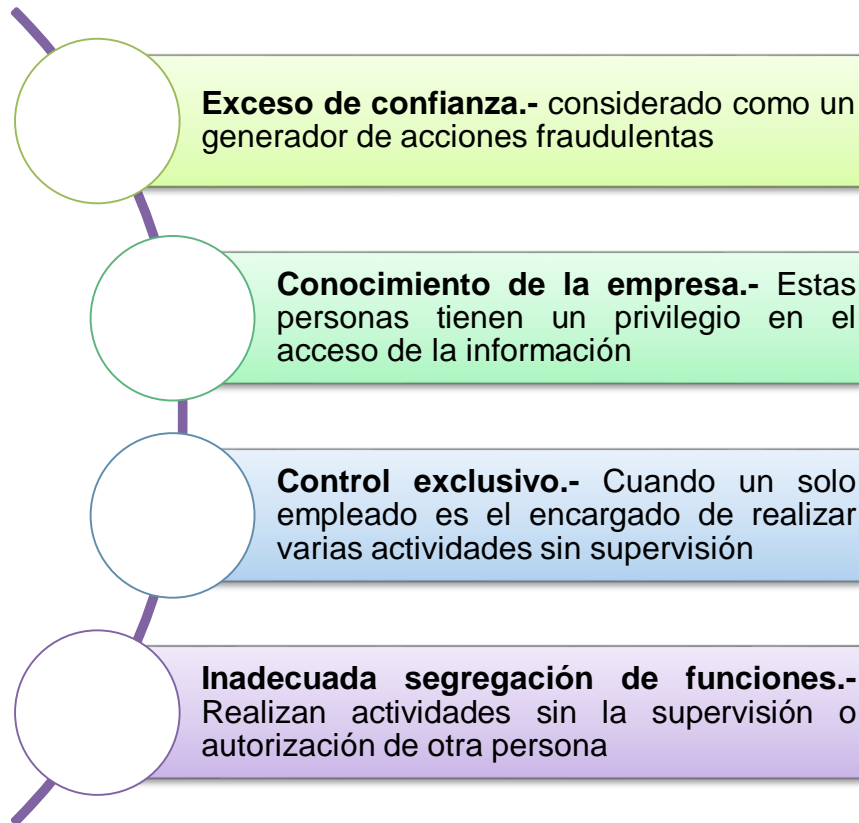
Elaborado por: La Autora

2.5.2 OPORTUNIDAD

Ocurre cuando el defraudador percibe que existe un entorno favorable para cometer fraude, provocado por la ausencia o deficiencia de controles.

Para conocer un poco más que factores que inducen a cometer fraude por oportunidad tenemos los siguientes:

Ilustración 11 factores que inducen al fraude por oportunidad



Fuente: (Garcia, 2005, pág. 40)

Elaborado por: La Autora

Existen algunas características que pueden incrementar la apropiación indebida de activos según (Gurovich, 2006):

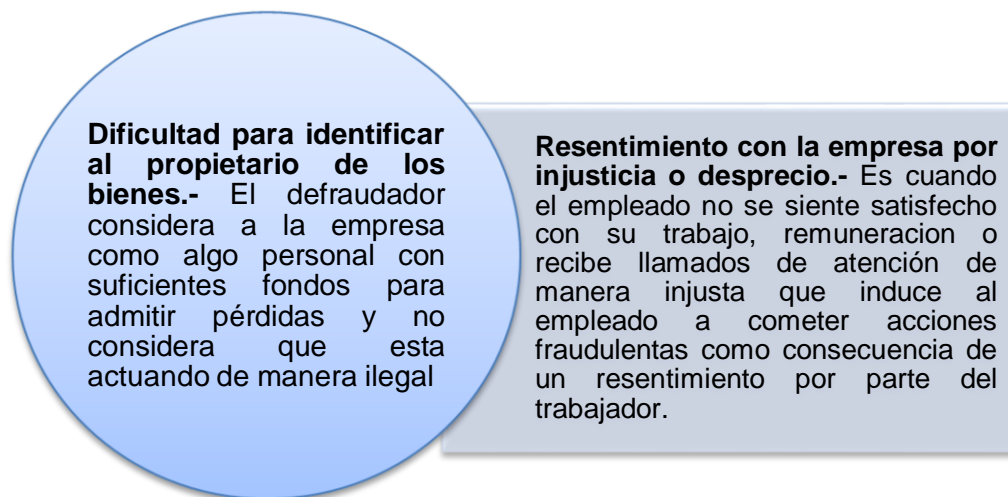
- Exceso de efectivo en las cajas o en los procesos.
- Productos con características que facilitan el hurto, puede ser por su tamaño, valor en el mercado o acceso.

Las Distribuidoras deben establecer controles adecuados en sus procesos y monitorear el cumplimiento de los mismos con la finalidad de disminuir el riesgo de fraude.

2.5.3 RACIONALIZACIÓN

Es la última fase del Triángulo del Fraude hace referencia aquella persona que tiene la capacidad de justificar los actos deshonestos o contextualizar la acción. Es considerada como la excusa del fraude y de las acciones cometidas por el defraudador. (Lollett, 2012) señala que el defraudador acepta las acciones antes de cometer el fraude, ya que no quiere ser visto como una persona que faltó a los códigos de ética, primero justifica sus acciones de manera personal el cual manifiesta que si toma algo de la organización solo es como un préstamo mas no como hurto. En conclusión la racionalización es donde el defraudador ve sus acciones de manera legal y aceptable. A continuación tenemos ciertos elementos que favorecen a la racionalización.

Ilustración 12 Elementos que favorecen a la racionalización



Fuente: (Lollett, 2012)
Elaborado por: La Autora

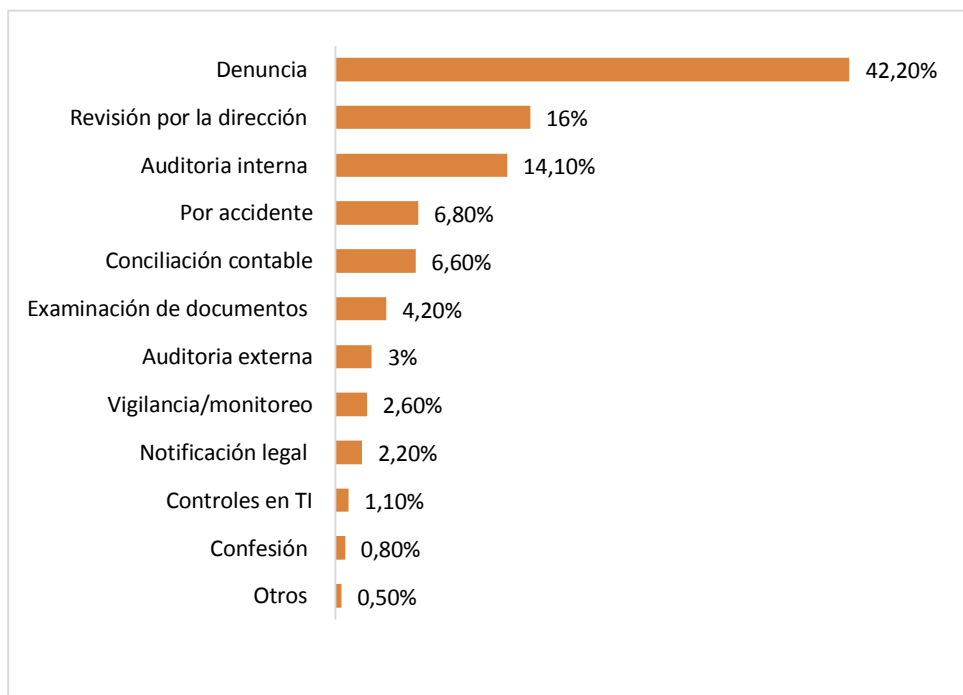
En base a estos elementos que favorecen a la racionalización consideramos que el incentivar a los empleados beneficia a la empresa y la probabilidad de cometer acciones fraudulentas es menor.

2.6 TÉCNICAS ANTIFRAUDES

Las técnicas antifraudes son aquellas herramientas que permiten a las organizaciones detectar o prevenir irregularidades, además se considera como una metodología que ayuda a establecer ciertos controles con la finalidad de contrarrestar los eventos de fraude.

Según el Reporte a las Naciones de la ACFE considera que los eventos de fraude en su mayoría se han detectado por medio de la Denuncia, a continuación tenemos el gráfico de las vías de detección del fraude.

Gráfico 16 Vías de detección del fraude



Fuente: (ACFE, 2014, pág. 23)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer que una de las vías de detección de eventos de fraude es la denuncia se consideró esta información para diseñar una técnica antifraude llamada línea ética que permita a los empleados y clientes realizar sus denuncias de manera anónima.

Se consideran ciertas técnicas que permiten prevenir los eventos de fraude en las Distribuidoras como Macendi S.A:

Ilustración 13 Técnicas antifraude según la ACFE



Fuente: (ACFE, 2014)

Elaborado por: La Autora

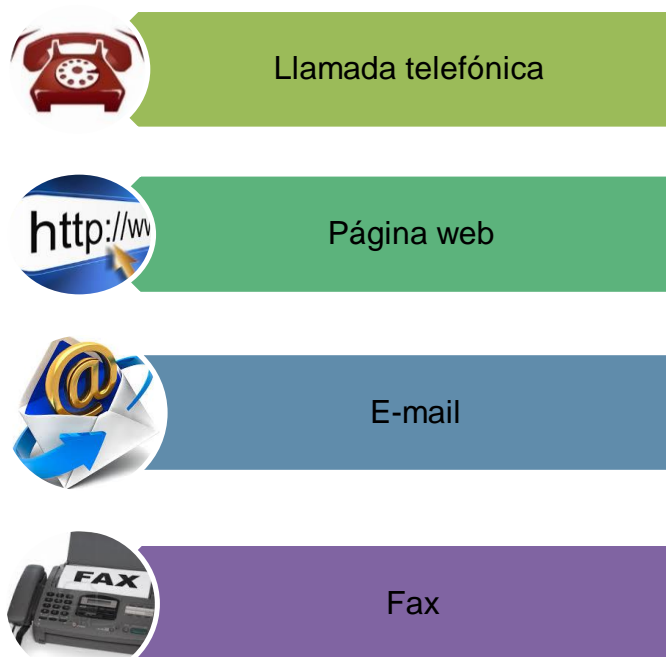
2.6.1 LÍNEA ÉTICA

La línea ética es una herramienta utilizada como técnica antifraude que permite a los empleados, proveedores y clientes denunciar de una forma anónima, facilitando la comunicación de posibles acciones fraudulentas. Las organizaciones que la aplican, se comprometen a proteger la identidad y confidencialidad de sus declaraciones. Esta técnica antifraude ayuda a las organizaciones a detectar actos ilícitos o deshonestos en las empresas (SMS ECUADOR, 2015).

2.6.1.1 COMO SE REALIZAN LAS DENUNCIAS

Según autores hay varias líneas de denuncias entre ellas consideramos las siguientes:

Ilustración 14 Canales de denuncia



Fuente: (Kpmg, 2012)

Elaborado por: La Autora

2.6.1.2 PASOS PARA APLICAR LA LÍNEA DE ÉTICA

Como ya conocemos los canales para realizar una denuncia vamos a ver cuáles son los pasos a seguir en una denuncia sobre eventos de fraude.

Ilustración 15 Pasos para la aplicación de la línea ética



Fuente: (Kpmg, 2012)

Elaborado por: La Autora

2.6.2 COMPRADOR MISTERIOSO

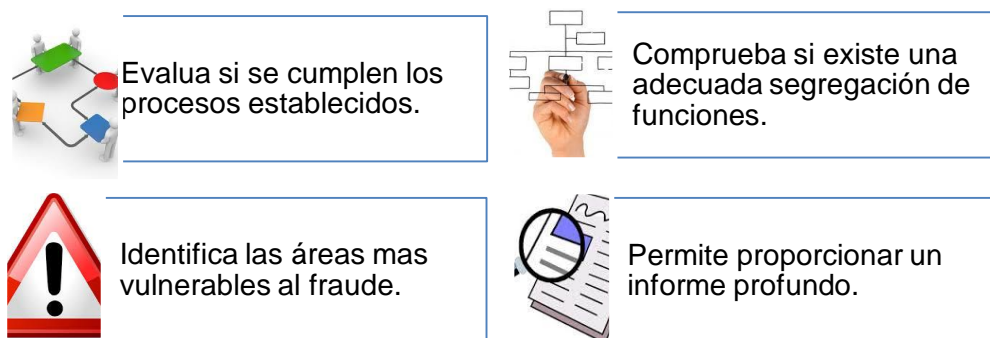
El comprador misterioso consiste en presentarse en las instalaciones de la empresa como un cliente potencial, actuando de acuerdo a lo establecido y recopilando información mentalmente como respuestas y actitudes del vendedor. Al finalizar la compra el cliente fantasma explica de manera minuciosa el desarrollo de la visita. Dicho acto permite identificar los puntos fuertes y débiles en el proceso de venta. (Martínez, 2008)

Se lo considera como un medio de recolección de información directa, porque mediante la observación se obtiene las evidencias. (AEC, 2012)

Esta técnica es utilizada cuando la empresa identifica falencias en sus procesos, es una causa por la cual toman la decisión de implementarla para tener en claro lo que ocurre en la organización.

2.6.2.1 BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DEL COMPRADOR MISTERIOSO

Ilustración 16 Beneficios de la aplicación del comprador misterioso



Fuente: (Martínez, 2008)

Elaborado por: La Autora

2.6.2.2 PROCEDIMIENTO PARA APLICAR EL COMPRADOR MISTERIOSO

La aplicación de la compra misteriosa tiene ciertos pasos, a continuación vamos a conocer cada uno:

Tabla 4 Procedimiento para aplicar la técnica comprador misterioso

COMPRADOR MISTERIOSO	
PASOS	
1	Realizar un estudio sobre las características de la organización, el tipo de actividad económica, tiempo en el mercado sus procesos, reglamentos y políticas, de esta manera ya tenemos una idea de la empresa que se va investigar.
2	Para profundizar un poco más la investigación procedemos a pedir información de las áreas de trabajo, y como está estructurada la empresa y quien es el responsable de cada área.
3	Se identifican las áreas críticas de acuerdo a la actividad de la empresa, pueden ser los departamentos donde se maneje efectivo como caja y cuentas por cobrar.
4	Luego que identificamos las áreas críticas se realiza la planeación del comprador misterioso, con la finalidad de obtener información sobre el cumplimiento de los procesos.
5	Después de la visita del comprador misterioso se procede a evaluar la información obtenida, de acuerdo a lo que se pretende saber.
6	Como último paso, una vez que identificamos las falencias que presenta la empresa ahora si se elabora el informe, con todo lo que ocurrió durante el proceso y presentar recomendaciones.

Fuente: (AEC, 2012)

Elaborado por: La Autora

2.6.3 REVISIONES SORPRESIVAS

La NIA 240 define que la actividad de la empresa influye de manera significativa al considerar los riesgos de fraude. Esta Norma Internacional de Auditoría presenta ciertos procedimientos para responder a los riesgos de fraude por apropiación indebida de activos. La técnica más aplicable en este trabajo de investigación son las revisiones sorpresivas que consiste en realizar revisiones a los procesos sin previo aviso, con la finalidad de evitar que los defraudadores oculten información y no exista evidencia. Las empresas comerciales deben realizar este tipo de revisiones de manera frecuente para disminuir el riesgo de fraude. Se debe aplicar en las siguientes áreas:

- Revisión del inventario
- Revisión de las cuentas por cobrar
- Revisión en el área de facturación

2.6.3.1 REVISIÓN DEL INVENTARIO

La revisión del inventario consiste en conseguir información que sustente los riesgos de fraudes detectados por medio de la revisión sorpresiva

La NIA 240 presenta las siguientes recomendaciones para realizar la revisión en esta área:

Tabla 5 Recomendaciones para realizar revisiones sorpresivas de inventario

RECOMENDACIONES
➤ Se debe considerar los registros del inventario e identificar su Ubicación en las instalaciones de la empresa.
➤ Revisar de manera rigurosa el contenido de las cajas, que va de acuerdo a la presentación de los productos.
➤ Comparar los registros del inventario antes y después de la revisión física.

Fuente: (NIA 240)

Elaborado por: La Autora

La aplicación de la Técnica Revisión sorpresiva en los inventarios permite identificar deficiencias en los controles y disminuir el riesgo de fraude por apropiación indebida de activos.

2.6.3.2 REVISIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar son un rubro importante en las Distribuidoras porque proviene de las operaciones comerciales como es la venta de los productos de consumo masivo. A continuación tenemos las siguientes recomendaciones para la revisión de las cuentas por cobrar.

Tabla 6 Recomendaciones para realizar revisiones sorpresivas de las cuentas por cobrar.

RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none">➤ Evaluar los cobros realizados por los vendedores.➤ Confirmar con el cliente el cobro de las facturas incluida la fecha en que se realizó el pago.➤ Comparar los cobros de los vendedores con las confirmaciones de los clientes.

Fuente: (NIA 240)

Elaborado por: La Autora

Revisar las cuentas por cobrar de manera sorpresiva permite identificar debilidades en los controles que generan oportunidades para cometer fraude y pueden ser aprovechadas por las personas encargadas de realizar el cobro.

2.6.3.3 REVISIÓN EN EL ÁREA DE FACTURACIÓN

La facturación en las empresas comerciales es considerada una de las actividades más importantes, porque mediante la emisión de las facturas se documentan los ingresos de la entidad. (Fenández, 2011)

Las personas encargadas del proceso de facturación pueden utilizar los activos monetarios de la compañía para uso personal, esta acción de apropiación de los activos de la empresa va acompañada de registros falsos con la finalidad de ocultar información. A continuación tenemos las siguientes recomendaciones para realizar la revisión en el área de facturación:

Tabla 7 Recomendaciones para realizar la revisión en el área de facturación

RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none">➤ Efectuar de manera sorpresiva un arqueo de caja para comprobar si los registros contables son confiables.➤ Realizar pruebas sobre la integridad de los registros de ventas con el físico de las facturas emitidas.➤ Revisar el registro de las devoluciones con la finalidad de identificar acciones inusuales.

Fuente: (NIA 240)

Elaborado por: La Autora

Las técnicas antifraudes analizadas anteriormente permiten identificar o prevenir acciones inusuales, con la finalidad de establecer controles que permitan disuadir los eventos de fraude y disminuir el impacto en las Distribuidoras de productos de consumo masivo como Macendi S.A.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

En este capítulo 3, se presenta el estudio de la metodología de investigación adoptada, en el cual se define el diseño del método de investigación y las técnicas para realizar la respectiva indagación.

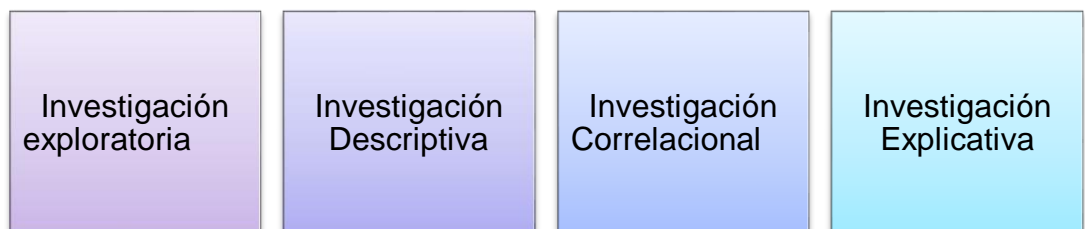
La investigación que se va realizar en este proyecto es cualitativa consiste en la utilización de técnicas convenientes para la recopilación de datos por medio de la experiencia personal, historias transmitidas y entrevistas. (Gregorio Rodriguez, 1996)

La investigación cualitativa ayuda a la recolección de la información necesaria, tanto que permite conocer la realidad y como suceden los hechos en el ambiente.

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los autores Hernández, Baptista y Sampieri, mencionan los tipos de investigaciones que se pueden aplicar en el proceso de investigación cualitativa:

Ilustración 17 Tipos de investigación



Fuente: (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 80)

Elaborado por: La Autora

En este proyecto se va implementar la investigación descriptiva que consiste en investigar las situaciones y actitudes que predominan en la entidad sujeta análisis.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación consiste en una estructura a seguir en el proyecto de investigación, en el cual se realizan los controles necesarios con el fin de encontrar resultados y comprobarlos con la hipótesis. (Tamayo, 2003) Es una serie de actividades sucesivas que nos muestran los pasos y técnicas para la respectiva recolección de información.

El diseño de la investigación consiste en la estrategia que tiene como finalidad, dar respuestas a las preguntas planteadas en el proyecto de investigación con el fin de dar valor o no a la hipótesis. (Hernández, 2010, pág. 120)

3.3 MÉTODOS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Existen varios métodos, técnicas y procedimientos en la investigación cualitativa que se pueden utilizar para obtener la información necesaria.(Munarriz, 1992)

En la investigación cualitativa existen 2 métodos más utilizados:

- Estudio de caso
- Investigación Acción

Después de conocer el tipo de investigación, el diseño de la investigación y los métodos más utilizados en la investigación cualitativa, se escogió el Método Estudio de caso como el más apropiado para el proyecto

de investigación porque permite obtener una mayor interpretación de la entidad en estudio.

3.4 MÉTODO ESTUDIO DE CASO

Este método, consiste en una descripción y estudio detallado de unidades sociales. (Yin R. , 2011)

El estudio de caso es una investigación a profundidad de una entidad específica, obteniendo información mediante varias técnicas de recolección y realizar un análisis que contribuya a realizar mejoras en la empresa sujeta a estudio. (Mariana Aranda, 2012)

Este método proporciona resultados que representan hechos de la vida real de una entidad en sus diversas interrelaciones, los mismos que son analizados y se buscan soluciones de acuerdo al resultado de la investigación, ya que a través de una muestra se puede obtener información para un análisis que contribuye a la aplicación de mejoras a la empresa.

3.5 CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO

Es una Metodología adecuada para investigar fenómenos y su objetivo es proyectar una situación real, de un determinado individuo, por eso se considera que es el más apropiado porque permite conocer varias perspectivas sobre el fenómeno estudiado. (Aranda, Baldazo, Alfredo, & Nieto, 2012). A continuación tenemos la ilustración.

Ilustración 18 Características del método

PARTICULARISTA

Realizar análisis único que permita conocer la realidad del individuo en estudio.

DESCRIPTIVO

Porque establece una descripción del individuo mediante las variables.

HEURÍSTICA

Obtienen conclusiones en generales, existen premisas las cuales poseen datos particulares que permite generar hipótesis.

INDUCTIVO

Confirmar lo que ya se conoce y dicho resultado se considera para la toma de decisiones.

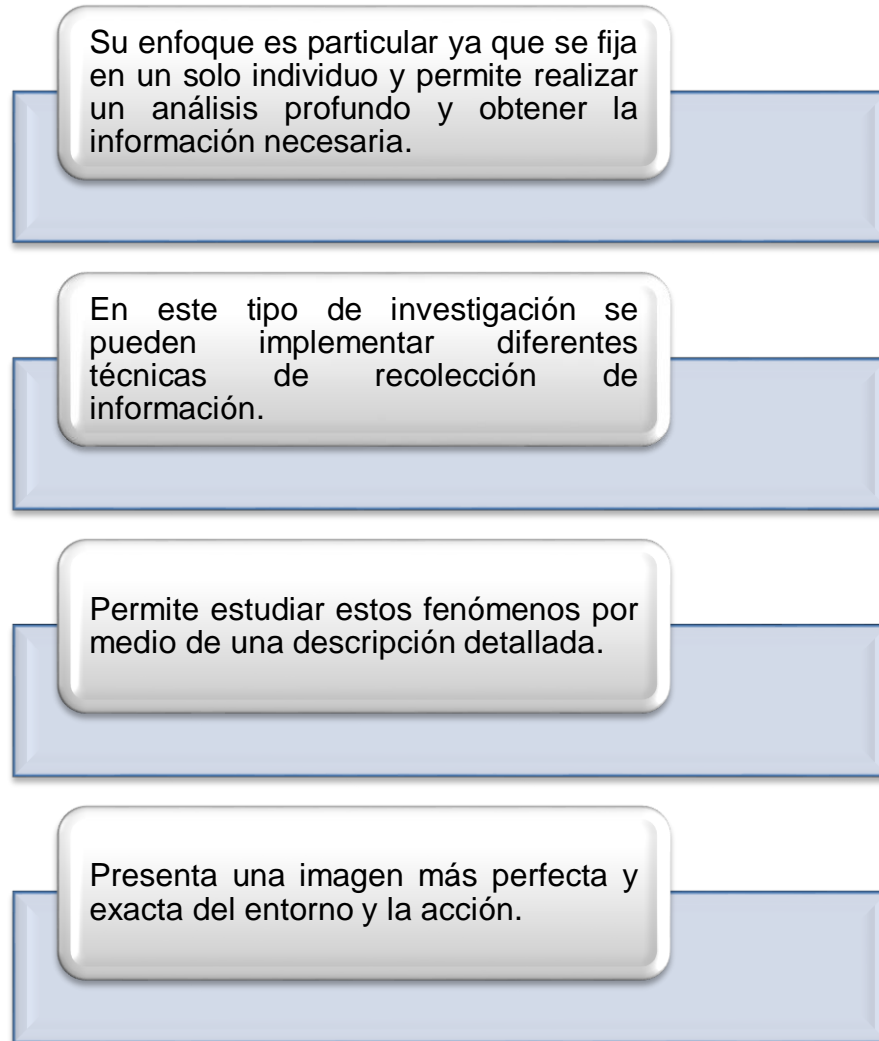
Fuente: (Perez Serrano, 2013)

Elaborado por: La Autora

3.6 VENTAJAS EN LA APLICACIÓN DEL MÉTODO

En la siguiente ilustración tenemos las ventajas del método estudio de caso:

Ilustración 19 Ventajas del método



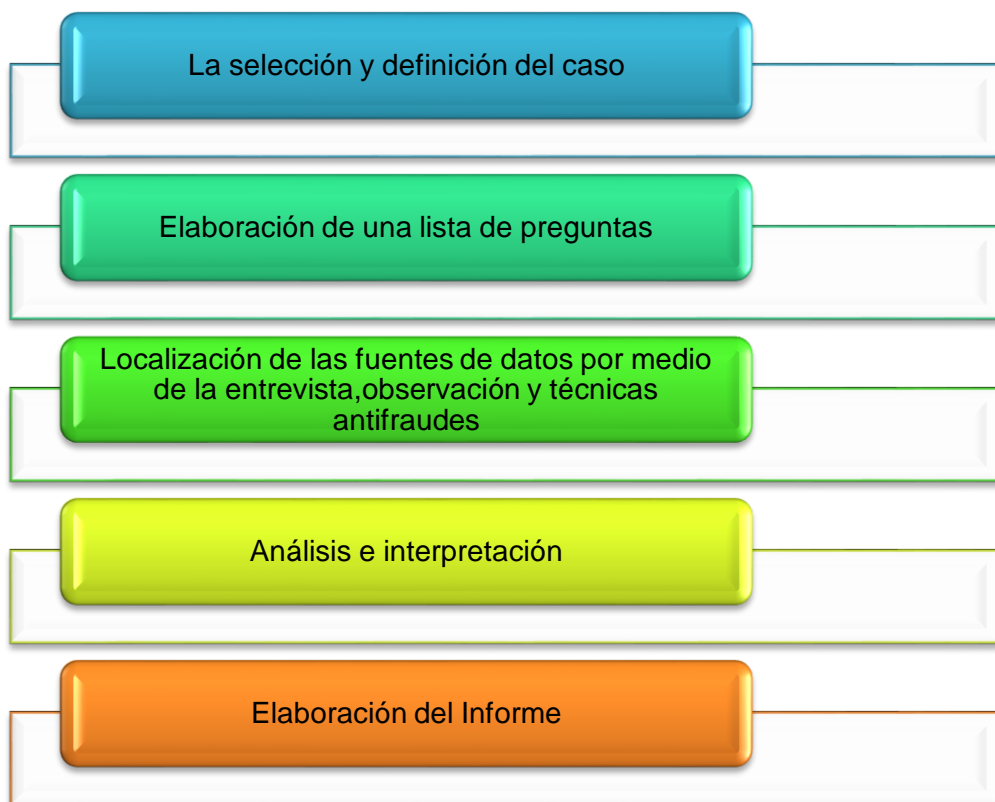
Fuente: (Monroy, 2009, pág. 45)

Elaborado por: La Autora

3.7 DISEÑO DEL MÉTODO EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En base a las definiciones del método que se va a implementar, sus características, ventajas vamos a conocer el diseño. Varios autores tienen diferentes perspectivas sobre el diseño de estudio de caso, sin embargo el autor Robert Yin establece el siguiente:

Ilustración 20 Diseño del método en el proyecto de investigación



Fuente: (Yin, 1989)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer el diseño del método estudio de caso, se determinan las técnicas que van a ser utilizadas para la recolección de la información

3.8 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas son las que permiten obtener la información en una investigación. (Universidad Nacional , 2009) Y manifiesta que existen:

Fuentes primarias.-Consiste en la recopilación de información oral o escrita por medio de relatos, Experiencia o escritos transmitidos en un suceso o acontecimiento.

Fuentes secundarias. - Es la información escrita que ha sido recopilada y duplicada por personas que han recibido información por medio de por medio de otras Fuentes.

En el proyecto de investigación la técnica cualitativa que se va utilizar en la recopilación de información es primaria, Implementando la entrevista Semiestructurada, la observación y la aplicación de la técnica del comprador misterioso y las revisiones sorpresivas.

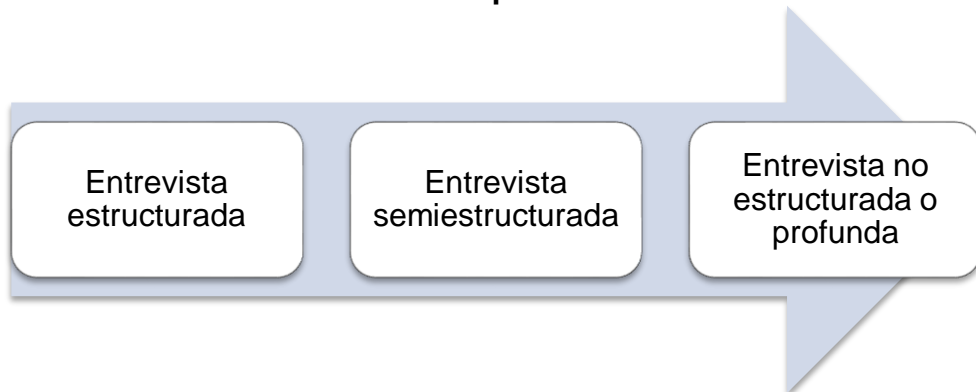
3.8.1 LA ENTREVISTA

La entrevista es una conversación como medio de comunicación entre dos personas con la finalidad de obtener información del entrevistado de manera directa y conocer con detalles lo que piensa una persona de acuerdo a un tema específico. La entrevista no es considerada como una conversación habitual, sino como una conversación formal con una intención específica. (Universidad Autónoma de Madrid , 2010)

3.8.1.1 TIPOS DE ENTREVISTAS

El autor Palomino, señala 3 tipos de entrevistas que permiten al investigador recopilar la información necesaria en una investigación. En la siguiente Ilustración tenemos los tipos de entrevistas que se pueden utilizar en una investigación y en que consiste cada una:

Ilustración 21 Tipos de entrevistas



Fuente: (Palomino, 2009)

Elaborado por: La Autora

Entrevista Estructurada.- Es aquella de tipo más formal, posee una planificación para la elaboración del cuestionario, se caracteriza porque sus preguntas son cerradas, así el entrevistador realiza el mismo cuestionario a todos los entrevistados y recibe información concreta y exacta. (Universidad Autónoma de Madrid , 2010)

Entrevista Semiestructurada. - El entrevistador posee un guion de preguntas, las cuales son elaboradas de forma abierta y permiten al investigador recoger mayor información. Se debe prestar mucha atención en la entrevista para que la información no se distorsione, es decir se debe escuchar al entrevistado. (Universidad Autónoma de Madrid , 2010)

Entrevista No Estructurada O Profunda. - Este tipo de entrevista no requiere una planificación. La fuente para este diálogo es la información relacionada con el tema. La entrevista no estructurada se va construyendo y presentando las respuestas de acuerdo al desarrollo de la misma. Es un diálogo fluido entre el entrevistado y el entrevistador. (Universidad Autónoma de Madrid , 2010)

3.8.2 LA OBSERVACIÓN

La observación es considerada como la técnica que utiliza su propios sentidos y dependiendo o no de instrumentos tecnológicos se puede obtener información de manera directa, con la finalidad de dar valor o no a la hipótesis planteada. (Sierra & Bravo, 1984)

La Observación es una técnica que permite recoger información, donde el observador supone una conducta que tiene como objetivo verificar una hipótesis

3.8.2.1 FASES DE LA OBSERVACIÓN

El proceso de la observación cuenta con los siguientes elementos:

➤ **¿Qué observar?**

Consiste en observar las instalaciones y cómo se desarrollan los procesos en la Distribuidora Macendi S.A

➤ **¿Dónde observar?**

Se realiza la observación de campo visitando las instalaciones de la distribuidora.

➤ **Clasificación de la información**

Se clasifican los datos recolectados y se analiza si son confiables.

➤ **Interpretación de resultados**

Por último se analizan los datos recogidos y se emite una conclusión sobre la investigación.

3.8.2.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA OBSERVACIÓN

La observación como técnica de recolección de información tiene sus ventajas y desventajas:

Tabla 8 Ventajas y desventajas de la observación

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> - Se obtiene información de los hechos de manera real y no se involucran los intereses de las personas. - Se necesita colaboración de algún individuo. - Elimina errores de respuestas porque el observado no sabe que se está analizando. 	<ul style="list-style-type: none"> -Una de las desventajas principales es cuando el observado detecta que alguien está observando puede cambiar la conducta de acuerdo a sus intereses. -Cuando se está realizando la observación no se presente algún acontecimiento que permita confirmar o verificar una suposición.

Fuente: (Sierra & Bravo, 1984)

Elaborado por: La Autora

En el proyecto de investigación la técnica a utilizar será la entrevista Semiestructurada que cuenta con un guion de preguntas abiertas que me permite obtener mayor información y conocer con más detalles el comportamiento del sujeto o situación actual, para complementar la investigación se utilizará la Observación como segunda técnica de recolección de información y la técnica de comprador misterioso que me permite realizar un análisis de lo que ocurre al momento de la compra y por último realizar una revisión sorpresiva al proceso de cobranza con la finalidad de identificar acciones inusuales

Luego de conocer las técnicas que se van a utilizar vamos a explicar que se va realizar en cada etapa del Diseño del Método estudio de caso en este proyecto de investigación. Para aplicar el Método en el proyecto de investigación lo primero que se debe considerar es:

- Identificar de manera precisa que es lo que se pretende investigar
- Identificar la Naturaleza del fenómeno y las pruebas que se van a realizar mientras se desarrolla el proceso

En el siguiente capítulo se va desarrollar el diseño seleccionado y conocer en que consiste cada etapa.

CAPITULO IV

4 APLICACIÓN DEL MÉTODO ESTUDIO DE CASO EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se desarrolla cada etapa del diseño que se encuentra en la ilustración 20 (página 74) realizando la entrevista, la observación y la aplicación de las técnicas comprador misterioso y revisiones sorpresivas. Una vez realizada la recopilación de la información se procede a analizar las respuestas relacionadas a los eventos de fraude que se han presentado en la Distribuidora de productos de consumo masivo como es Macendi S.A.

4.1 LA SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL CASO

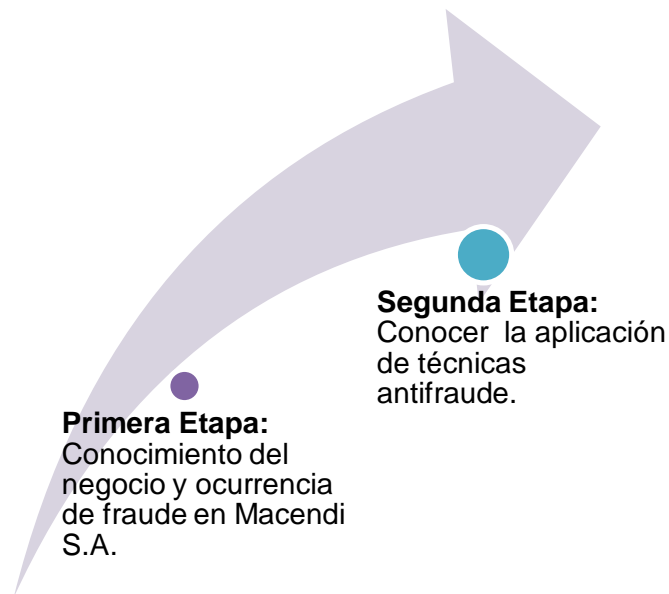
La fuente de información en el siguiente proyecto de investigación es Macendi S.A, una empresa dedicada a la distribución de productos de consumo masivo, que requiere conocer la existencia o no de eventos fraudulentos para aplicar técnicas antifraude que permita disminuir el riesgo de fraude.

4.2 ELABORACIÓN DE LAS PREGUNTAS

Luego de identificar la empresa sujeta a estudio se procede a la elaboración de las preguntas que se van utilizar para la entrevista.

La entrevista a realizar es Semiestructurada y se divide en 2 etapas como podemos ver en la siguiente Ilustración:

Ilustración 22 Etapas de la entrevista



Fuente: Propia

Elaborado por: La Autora

Para estas entrevistas se elaboraron 2 tipos de cuestionarios:

Primer cuestionario: Las preguntas son abiertas con la finalidad de obtener mayor información. Esta direccionado exclusivamente al conocimiento en general del negocio y la ocurrencia de fraude en este tipo de empresas. Se realizara este cuestionario al Gerente General, al Jefe de contabilidad y al Jefe de crédito y cobranza.

Segundo cuestionario. - Se realizan preguntas semiestructuradas, para conocer la aplicación o no de las técnicas antifraude al Gerente General, al Jefe de contabilidad y al Jefe de crédito y cobranza.

4.3 LOCALIZACIÓN DE LAS FUENTES DE DATOS

En esta etapa de la investigación se procede a la recolección de la información por medio de:

- La entrevista
- La observación
- Técnica “Revisión sorpresiva” en el área de cuentas por cobrar
- Técnica “Comprador misterioso” en el área de ventas

En la entrevista, el entrevistador debe mantener una actitud positiva y abierta que permita una mejor comunicación, debe de considerar la forma de vestir y establecer una conversación que resulte un poco familiar al entrevistado. (Torrecilla, 2010)

La observación se pretende realizar durante la entrevista se van tomando ciertas consideraciones de acuerdo a lo que observa, el tipo de observación es no estructurada, realizada por el mismo investigador en las instalaciones de la empresa.

La técnica “Comprador misterioso” se procede a utilizar con la finalidad de detectar riesgos de fraude en el área de ventas.

La Técnica “Revisión sorpresiva” en el área de cuentas por cobrar, se realizara con la finalidad de encontrar situaciones de fraude.

4.3.1 PRIMERA ETAPA: CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO Y OCURRENCIA DE FRAUDE EN LA MACENDI S.A.

A continuación tenemos las preguntas a realizar para conocer el negocio y determinar la ocurrencia de fraude en la empresa sujeta a estudio.

Tabla 9 Cuestionario primera etapa: conocimiento del negocio y la ocurrencia de fraude en Macendi S.A

N.-	PREGUNTA
1	¿Qué actividades realiza la empresa?
2	¿Hace que tiempo se encuentra en el mercado?
3	¿En dónde está ubicada la empresa?
4	¿Cómo está estructurada Macendi S.A?
5	De la estructura mencionada ¿Que funciones desempeña cada área?
6	¿Cuántos empleados tienen en la empresa?
7	¿Cuánto fué el valor de las ventas en el último periodo?
8	¿Cómo es el proceso de ventas de la empresa?
9	¿Quién autoriza las ventas a crédito?
10	¿Cuántos vendedores tienen en Macendi S.A?
11	¿Cómo es el proceso de recaudación de las ventas a crédito?
12	¿Cómo es el proceso de recaudación de las ventas al contado realizadas en la empresa?
13	¿Quién autoriza las anulaciones de las facturas?
11	¿Quién controla el despacho de la mercadería?
12	¿Qué hacen con el inventario que es reportado como obsoleto o en mal estado?
13	¿Cuantas bodegas de almacenamiento tiene la empresa?
14	¿Cuánto es la remuneración de los vendedores y cajeras?

15	Considera Ud. ¿Que la empresa se encuentra expuesta a eventos de fraude?
16	¿Qué áreas considera como más vulnerable al fraude?
17	¿Tiene conocimiento de algún evento de fraude ocurrido en la empresa?
18	¿Qué tipos de fraudes se han presentado en Macendi S.A?
19	¿Cómo se identificó el fraude?
20	¿Cuánto es el valor de la Pérdida ocasionada por el fraude?
21	¿Qué cargo ocupaba el defraudador?
22	¿Qué factores considera que influyeron en el personal para cometer el fraude?

Fuente: Propia

Elaborado por: La Autora

4.3.2 DOCUMENTACIÓN DE LA EVIDENCIA OBTENIDA EN LA PRIMERA ETAPA

El día 6 de agosto del 2015, en la ciudad de Daule se realizó la entrevista semiestructurada al Gerente General, al Jefe de contabilidad y al Jefe de crédito y cobranza, donde se obtuvo información general de Macendi S.A, como está estructurada, actividades que desempeña y los posibles riesgos de fraude. A continuación se detalla la información recopilada mediante la entrevista y la observación.

4.3.2.1 ACTIVIDAD COMERCIAL DE LA EMPRESA

Macendi S.A es una empresa que se dedica a la distribución de productos de consumo masivo, entre los productos con mayor porcentaje de venta tenemos:

Ilustración 23 Principales productos de venta



Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Macendi S.A se caracteriza por distribuir productos de consumo masivo al por mayor y menor, realiza ventas al contado y a crédito:

- Las ventas a crédito son aquellas que se realizan fuera de la empresa, se cuenta con vendedores que realizan visitas a los clientes y toman el pedido para luego realizar la venta de acuerdo al crédito concedido.
- Las ventas al contado son las que se realizan de manera directa en la empresa, el cliente se acerca al establecimiento a realizar la compra.

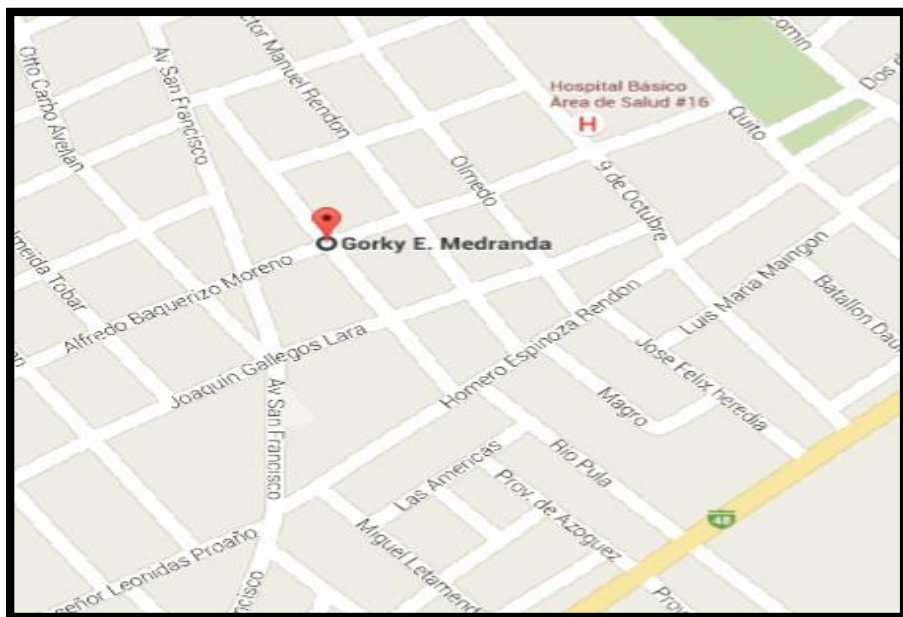
4.3.2.2 ANTIGUEDAD DE LA EMPRESA

Se inició hace 25 años en la Ciudad de Daule, provincia del guayas por el actual Gerente General.

4.3.2.3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La Distribuidora de Productos de consumo masivo Macendi S.A se encuentra ubicada en la Ciudad de Daule de la Provincia del Guayas en la siguiente dirección: Gorky Medranda MZ678 y General Rumiñahui

Ilustración 24 Ubicación geográfica de Macendi S.A

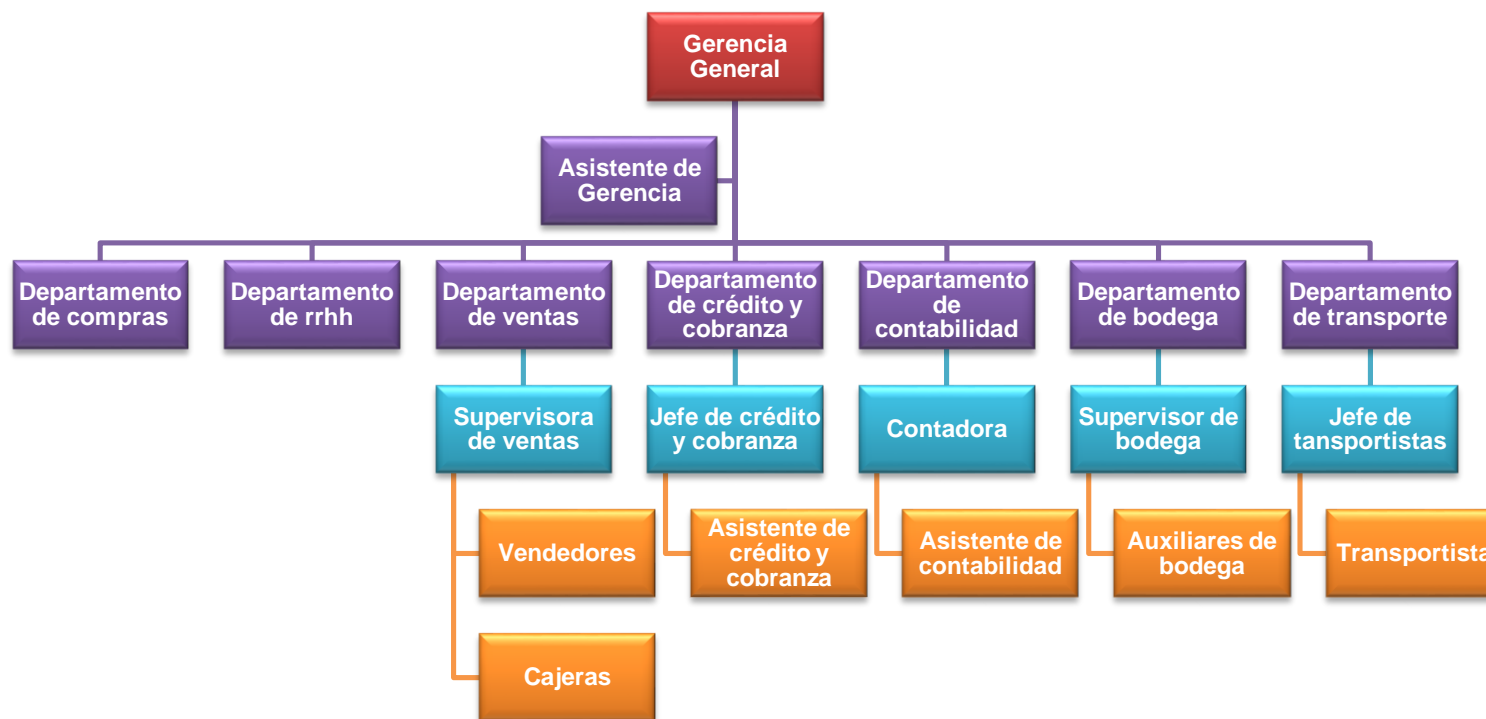


Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

4.3.2.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Ilustración 25 Organigrama de Macendi S.A



Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

4.3.2.5 PRINCIPALES PROCESOS DE MACENDI S.A

Esta empresa cuenta con 2 procesos principales que son:

- Compras
- Ventas

El Gerente general considera que el proceso más crítico es VENTAS, debido a la falta de controles y la inadecuada segregación de funciones de las personas involucradas dentro del mismo, que facilita la ocurrencia de fraude en la empresa.

Para esta Evaluación se va utilizar una matriz de riesgo donde mide la probabilidad que ocurra y el impacto que provoca el fraude.

A continuación tenemos la Evaluación de riesgo de los 2 procesos y determinar cuál se encuentra más vulnerable al fraude.

Ilustración 26 Matriz de riesgo para la evaluación de los procesos

PROBABILIDAD		MATRIZ RIESGO-PROBABILIDAD-IMPACTO									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CASI SEGURO	10										
	9										
	8										
PROBABLE	7										
	6										
POSIBLE	5										
	4										
IMPROBABLE	3										
	2										
RARO	1										
IMPACTO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

NIVEL DE RIESGO		
	Extremo	Estos riesgos deben poner se en conocimiento de los Directores y ser objeto de seguimiento de manera permanente
	Alto	Requieren atención del Gerente General
	Moderado	Deben ser objeto de seguimiento adecuado por parte del personal de los niveles medios
	Bajo	Deben ser objeto de seguimiento por parte de los supervisores

Fuente: (Mantilla, 2008)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer la matriz de riesgo se definen los criterios que van a permitir medir el impacto, como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 10 Criterios para el impacto de riesgo

RANGOS	PORCENTAJE	IMPACTO	CIFRAS
1-2	0% - 20%	INSIGNIFICANTE	0 - 2000
3-4	20,01 % - 40%	MENOR	2000 - 4000
5-6	40,01 % - 60%	MODERADO	4000 - 6000
7-8	60,01 % - 80%	MAYOR	6000 - 8000
9-10	80,01 % - 100%	CATASTRÓFICA	8000 - 10000

Fuente: (Mantilla, 2008)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer los criterios que se van a considerar para medir el impacto del riesgo de fraude vamos a ver en la siguiente tabla la probabilidad del riesgo de fraude.

Tabla 11 Criterios para la probabilidad de riesgo

RANGO	PROBABILIDAD
1-2	RARO
3-4	IMPROBABLE
5-6	POSIBLE
7-8	PROBABLE
9-10	CASI SEGURO

Fuente: (Mantilla, 2008)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer los criterios para medir el riesgo se procede a la Evaluación del riesgo en la matriz.

Tabla 12 Principales procesos de Macendi S.A

RIESGOS	PRINCIPALES PROCESOS
R1	Compras
R2	Ventas

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 13 Matriz de riesgo de los principales procesos de Macendi S.A

PROBABILIDAD		MATRIZ RIESGO-PROBABILIDAD-IMPACTO									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CASI SEGURO	10										
	9										
PROBABLE	8										
	7										
POSIBLE	6										
	5										
IMPROBABLE	4										
	3										
RARO	2										
	1										
IMPACTO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		0 - \$2000	\$2000 - \$4000		\$4000-\$6000		\$6000-\$8000		\$8000-\$10000		

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 14 Evaluación de riesgos de fraude en los principales procesos de Macendi S.A

IDENTIFICACIÓN				ANÁLISIS			NIVEL DE RIESGO	CONSECUENCIA	EXPOSICIÓN AL RIESGO (CONTROLES QUE MANTIENE LA EMPRESA)	RECOMENDACIONES
ÁREA	CODIGO	RIESGO DE FRAUDE	ELEMENTO AL QUE CORRESPONDE EL RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	RESULTADO				
COMPRAS	R1	Compras no autorizadas	OPORTUNIDAD	6	4	24	ALTO	El exceso de confianza por el gerente general provoca oportunidades que pueden ser aprovechadas para cometer fraude por medio de compras no autorizadas utilizando el nombre de la empresa	No mantienen un proceso adecuado debido a que las compras las puede realizar cualquier personas de la empresa	Adecuada segregación de funciones y supervisión de las compras por el gerente general
VENTAS	R2	Robo del inventario	OPORTUNIDAD	9	7	63	EXTREMO	El robo del inventario ocasiona pérdidas considerables a la empresa si se propaga por un largo tiempo	Dacendi S.A no cuenta con técnicas antifraude que le permita mitigar el fenomeno del fraude	Aplicar técnicas antifraudes para detectar eventos de fraude provocados por la apropiación indebida de activos

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

En base a la Evaluación realizada mediante la matriz de riesgo, se determina que el proceso de VENTAS es el más crítico y se encuentra más vulnerable al fraude. A continuación vamos a conocer todo lo relacionado a este proceso.

4.3.2.6 FUNCIONES QUE DESEMPEÑA EL PERSONAL DE VENTAS

Antes de conocer las funciones del personal del departamento de ventas, debemos considerar que la empresa realiza las ventas de la siguiente manera:

- **Ventas fuera de la empresa.-** Los vendedores realizan visitas a los clientes para tomar el pedido y cobrar las cuentas pendientes.

- **Ventas en la empresa.-** Ventas que realizan de manera directa, es decir el cliente se acerca al establecimiento a realizar la compra.

Luego tenemos el departamento de ventas donde encontramos las funciones de la supervisora de ventas, vendedores y cajeras.

Tabla 15 Funciones del departamento de ventas

DEPARTAMENTO DE VENTAS	FUNCIONES
Supervisora de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza visita a los clientes • Toma pedidos a los vendedores • Supervisa a los vendedores en el cumplimiento de las metas
Vendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Realizan visitas a los clientes • Toman pedidos a los clientes fuera de la empresa • Realizan el cobro a los clientes por las ventas al contado o a crédito • Depositán el dinero recaudado de los cobros o entregan dinero a la empresa
Cajera 1	<p>Factura de las ventas fuera de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facturan las ventas a crédito y al contado • Realizan Anulación de ventas
Cajera 2	<p>Factura de las ventas dentro de la empresa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facturan las ventas al contado • Realizan Anulación de ventas

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

En la tabla anterior, entre las funciones de los vendedores encontramos que son los responsables de realizar las ventas y recaudar el dinero debido a que la empresa realiza ventas fuera del establecimiento. Esta actividad es considerada como un riesgo para la empresa porque se puede presenciar el evento de fraude más común como es el Jineteo de fondos, como ya lo explicamos en el Capítulo II (página 50), que consiste en utilizar ciertas entradas de dinero para sustituir otras que han sido desviadas y de esta manera posponer la detección del fraude.

Para este proceso de ventas realizadas fuera de la empresa, se cuenta con un total de 12 vendedores los cuales reciben su remuneración de la siguiente manera.

Tabla 16 Remuneración de los vendedores

CARGO	REMUNERACIÓN
VENDEDOR	<ul style="list-style-type: none"> Sueldo: Es el Salario básico unificados de \$354 + comisiones en base a la efectividad en ventas y cobranza

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Es importante conocer la remuneración de los vendedores porque son personas que tienen contacto con el dinero producto del cobro de las facturas, y al presentar necesidades pueden hacer uso del efectivo cobrado debido a que el Sueldo es un Salario básico que tal vez no cubre con sus obligaciones. De acuerdo a los factores del Triángulo del fraude puede presentar Presión que conlleve a la sustracción del efectivo. Luego tenemos la remuneración de las cajeras quienes son las que realizan las ventas en la empresa de manera directa con el cliente y también existe una cajera encargada de facturas las ventas a crédito realizadas fuera de la empresa. Debido a presiones o necesidades pueden actuar de manera ilícita sustrayendo el dinero producto de las ventas y realizar las anulaciones de las facturas ya que las aprobaciones de las mismas son realizadas de manera verbal y no mediante el sistema.

Tabla 17 Remuneración de la cajera

CARGO	REMUNERACIÓN
CAJERA	<ul style="list-style-type: none"> Sueldo: Es el Salario básico unificados de \$354 + Horas extras

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

4.3.2.7 IMPORTE EN VENTAS DEL ÚLTIMO AÑO

Macendi S.A en el último año el 2014 tuvo ventas de \$ 7'418.785,94 que corresponden a la suma de las ventas de contado y crédito.






4.3.2.8 PROCESO DE VENTAS




Como ya explicamos anteriormente la empresa realiza las ventas de 2 formas:

- Ventas realizadas fuera de la empresa
- Ventas en la empresa

A continuación vamos a conocer que actividades se realizan en estos procesos

Tabla 18 Proceso de ventas fuera de la empresa

PASO 1	Vendedores, visitan a los clientes y toman el pedido.	
PASO 2	El vendedor, entrega el pedido a la Supervisora quien se encarga de comprobar con crédito y cobranza si el cliente mantiene crédito.	
PASO 3	Si el cliente mantiene crédito en la empresa es aprobado por el Gerente General caso contrario no se autoriza.	
PASO 4	Aprobado el crédito se pasa el pedido a las cajas para que realicen la factura. Las autorizaciones de los créditos se realizan de manera verbal.	
PASO 5	Realizadas las facturas por las cajas, son enviadas al supervisor de bodega para que procedan a realizar el despacho y envío de la mercadería en los transportes de la empresa.	

PASO 6	Supervisor de bodega cuenta la mercadería a enviar con la ayuda de los auxiliares de bodega.	
PASO 7	Auxiliares de bodega depositan la mercadería en el transporte.	
PASO 8	El Transportista junto con los auxiliares de bodega realizan la entrega de la mercadería al cliente.	

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

En el proceso de ventas realizadas fuera de la empresa se encontraron las siguientes deficiencias:

Tabla 19 Deficiencias encontradas en el proceso de ventas

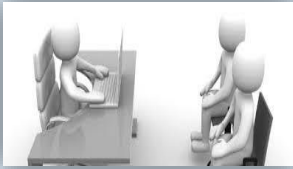


	DEFICIENCIAS
Autorización de los créditos	El Gerente General es quien autoriza las ventas a crédito de manera verbal. Existe exceso de confianza de su parte, que puede ser utilizada para cometer acciones ilícitas.
Despacho de la mercadería	El supervisor de bodega es el encargado de recibir y enviar la mercadería, cuando se presentan estas situaciones al mismo tiempo designa a uno de los auxiliares en el que tiene mayor confianza para que realice el despacho de la mercadería y de esta manera no se detiene ninguno de los dos procesos, esta asignación de responsabilidades a uno de los auxiliares de bodega da oportunidad al robo de inventario.

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer cómo se efectúan las ventas fuera de la empresa, en la siguiente Ilustración tenemos el proceso de ventas realizadas en la empresa.

Tabla 20 Proceso de ventas en la empresa

PASO 1	<p>Cliente se acerca a las instalaciones de Macendi S.A, realiza la compra al contado.</p>	
PASO 2	<p>Las cajeras toman el pedido y proceden a facturar y realizar el cobro y entrega de la factura al cliente para su despacho.</p>	
PASO 3	<p>Cliente se acerca al área de despacho, entrega la factura y el auxiliar de bodega realiza la entrega de la mercadería.</p>	

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

En la tabla anterior donde se explica el proceso de las ventas que se realizan en la empresa se encontró la siguiente deficiencia en sus controles:

Tabla 21 Deficiencias encontradas en el proceso de ventas realizadas en la empresa





	DEFICIENCIA
Despacho	El auxiliar de bodega es quien realiza la entrega de la mercadería sin previa supervisión, por lo tanto existe una deficiencia en el control que genera oportunidades de sustraer el inventario.




Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer cómo se efectúan las ventas en Macendi S.A, a continuación tenemos el proceso de recaudación del dinero de las ventas a crédito.

Tabla 22 Proceso de cobro de las ventas a crédito realizadas fuera de la empresa

PASO 1	Jefe de crédito y cobranza emite un listado de los clientes que tienen facturas pendientes de pago y entrega al vendedor.	
PASO 2	Vendedor realiza la visita al cliente, para el cobro de la factura.	
PASO 3	El cliente cancela por medio de efectivo o cheque.	
PASO 4	El vendedor realiza el depósito del dinero recaudado. Si por falta de tiempo no puede realizar el depósito, lleva el dinero a la empresa.	

PASO 5	Jefe de crédito y cobranza recibe el dinero recaudado.	
PASO 6	El vendedor reporta los clientes que han cancelado y los que están pendiente de pago.	
PASO 7	Jefe de crédito y cobranza realiza el registro en la contabilidad de los clientes que han cancelado.	

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

En la tabla anterior del proceso de recaudación de las ventas a crédito se encontró la siguiente deficiencia de los controles:

Tabla 23 Deficiencias encontradas en el proceso de cobro de las ventas a crédito realizadas fuera de la empresa

	DEFICIENCIA
Cobro de las cuentas	El jefe de crédito y cobranza no realiza la confirmación con los clientes de las cuentas canceladas y de acuerdo al reporte del vendedor realiza el registro.

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

Macendi S.A a en los últimos tiempos ha presenciado eventos de fraudes como la Apropiación indebida de activos, de acuerdo a las investigaciones y el reporte a las Naciones de la ACFE presentadas en el Capítulo II (página 46), es el tipo fraude con mayor ocurrencia en estas empresas. A continuación tenemos los eventos de fraude que se han presentado en la compañía.

4.3.2.9 EVENTOS DE FRAUDE EN MACENDI S.A

En base al conocimiento general del negocio, su actividad económica, principales productos y sus procesos de ventas, nos enfocamos en los eventos de fraudes que se han presentado en la empresa.

El Gerente General manifestó que la empresa ha sido víctima en los últimos años, debido al giro del negocio y al poco control en los procesos. A continuación vamos a conocer de qué manera operaban los defraudadores y cuáles fueron las causas que incidieron en las personas para cometer acciones ilícitas.

4.3.2.10 FRAUDE EN EL PROCESO DE VENTAS

Tabla 24 Evento de fraude por robo de inventario

TIPO DE FRAUDE: Robo de inventario
<p>DESCRIPCIÓN DEL FRAUDE</p> <p>Cuando la cajera realiza la factura del pedido, esta pasa al área de despacho, donde los auxiliares de bodega son los encargados de ubicar la mercadería en el transporte para la respectiva entrega al cliente.</p> <p>Al momento de cargar el transporte existe solo 1 supervisor encargado de recibir y enviar los productos, situación que no puede ser controlada por una persona al mismo tiempo.</p> <p>El Supervisor de bodega, debido a la sobre carga de responsabilidades, asignaba a uno de los auxiliares de bodega la supervisión del envío, confiaba en aquel que tenía varios años laborando en la empresa tomando como referencia su trayectoria.</p> <p>El auxiliar de bodega aprovechaba la oportunidad, ingresaba al transporte con el consentimiento del chofer, los productos que tenían mayor valor y constaban en la factura con la finalidad de justificar el movimiento de los mismos en la bodega.</p> <p>Salida la mercadería de la compañía el chofer del transporte junto con otro auxiliar quien ayudaba en la entrega, dejaban la mercadería que estaba de más en el domicilio de un amigo y luego la retiraba para venderla y al final se dividían el dinero. De esta manera operaron durante 2 meses, aprovechaban que la empresa no realizaba revisión de los inventarios de manera constantemente y el exceso de confianza depositado por el Supervisor de bodega.</p>

MONTO DE LA PÉRDIDA
\$3000 por un periodo de 2 meses.
CARGO QUE OCUPABAN LOS DEFRAUDADORES
Auxiliar de bodega y transportista.
COMO FUE DETECTADO
Un compañero de los auxiliares de bodega detectó como operaban para sustraer el inventario y realizo la denuncia al Gerente General.
TRIÁNGULO DEL FRAUDE
El fraude se ejecutó debido a las debilidades presentadas en el proceso de despacho, no existía la supervisión adecuada que generaba oportunidades para cometer fraude. Los defraudadores actuaron de manera ilegal, bajo la presión de las necesidades familiares y el sueldo que recibían no era suficiente para cubrir sus gastos.

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

A continuación tenemos otro tipo de fraude que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 25 Evento de fraude por Jineteo de fondos

DESCRIPCIÓN DEL FRAUDE : Jineteo de fondos
Este fraude se llevó acabo en el proceso de ventas al realizar el cobro de las facturas a crédito. Esta actividad la realizaba el vendedor en las visitas que hace a los clientes, cuando las cuentas eran canceladas, no procedía a depositar el dinero recaudado porque lo utilizaba para beneficio propio y como la empresa no realizaba confirmaciones a los clientes de manera frecuente sobre las cuentas que han cancelado, generaba oportunidad que fué aprovechada por el vendedor. Al presentar el reporte de los cobros realizados reportaba como no cancelada una de las facturas, que luego de varios días la reportaba como cancelada utilizando el cobro de otro cliente y de esta manera operaba.
MONTO DE LA PÉRDIDA
\$6000 Dólares

CARGO QUE OCUPABAN LOS DEFRAUDADORES
Vendedor
COMO FUE DETECTADO
Se detectó cuando uno de los clientes se acercó a las instalaciones de la empresa a realizar una compra a crédito y le dijeron que no era posible realizar la venta porque tenía una factura pendiente de pago.
TRIÁNGULO DEL FRAUDE
<p>El fraude se ejecutó en base a las debilidades presentadas en el proceso de cobranza, este departamento no realizaba confirmaciones con los clientes de manera constante lo cual había oportunidades para que el vendedor actué de manera ilícita</p> <p>El vendedor actuó bajo la presión de cumplir con sus obligaciones familiares y considero que la empresa cuenta con suficientes fondos para admitir esta pérdida</p>

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la evidencia obtenida se determina que el proceso de ventas se encuentra más vulnerable al fraude, debido a las deficiencias encontradas que son causantes de oportunidades.

A continuación vamos a evaluar los riesgos encontrados para determinar cuáles poseen mayor riesgo.

4.3.2.11 EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS DE FRAUDE PRESENTADOS EN MACENDI S.A

Para realizar la evaluación en el proceso de ventas se utiliza una matriz de riesgo, que permite conocer la probabilidad de que ocurra el fraude y el impacto que provoca. A continuación tenemos la ilustración

Ilustración 27 Matriz de riesgo para el proceso de ventas

PROBABILIDAD		MATRIZ RIESGO-PROBABILIDAD-IMPACTO									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CASI SEGURO	10										
	9										
PROBABLE	8										
	7										
POSIBLE	6										
	5										
IMPROBABLE	4										
	3										
RARO	2										
	1										
IMPACTO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

NIVEL DE RIESGO		
	Extremo	Estos riesgos deben poner se en conocimiento de los Directores y ser objeto de seguimiento de manera permanente
	Alto	Requieren atención del Gerente General
	Moderado	Deben ser objeto de seguimiento adecuado por parte del personal de los niveles medios
	Bajo	Deben ser objeto de seguimiento por parte de los supervisores

Fuente: (Mantilla, 2008)

Elaborado por: La Autora

4.3.2.12 CRITERIOS PARA LA MEDICIÓN DE LA PROBABILIDAD E IMPACTO DEL RIESGO DE FRAUDE EN EL PROCESO DE VENTAS

La empresa no realiza compras en gran volumen, con la finalidad de no almacenar muchos productos en bodega. Las compras se realizan de acuerdo a la demanda, por esto consideramos que el valor del inventario es de \$100.000.

El criterio para la medición del riesgo de fraude en el área de ventas es en base al 10% del valor del inventario, que da como resultado el valor de pérdida máxima por riesgo de fraude de \$10.000.

Tabla 26 Criterios para el impacto de riesgo

RANGOS	PORCENTAJE	IMPACTO	CIFRAS
1-2	0% - 20%	INSIGNIFICANTE	0 - 2000
3-4	20,01 % - 40%	MENOR	2000 - 4000
5-6	40,01 % - 60%	MODERADO	4000 - 6000
7-8	60,01 % - 80%	MAYOR	6000 - 8000
9-10	80,01 % - 100%	CATASTRÓFICA	8000 - 10000

Fuente: (Mantilla, 2008)

Elaborado por: La Autora

Luego de conocer los criterios que se van a considerar para medir el impacto del riesgo de fraude vamos a ver en la siguiente tabla la probabilidad del riesgo de fraude.

Tabla 27 Criterios para la probabilidad de riesgo

RANGO	PROBABILIDAD
1-2	RARO
3-4	IMPROBABLE
5-6	POSIBLE
7-8	PROBABLE
9-10	CASI SEGURO

Fuente: (Mantilla, 2008)

Elaborado por: La Autora

Tabla 28 Riesgos en el departamento de ventas

RIESGO	TIPO DE RIESGO
R1	Jineteo de fondos de las cuentas cobradas por los vendedores
R2	Anulación de las facturas por las cajeras en el proceso de ventas al contado
R3	Robo del inventario, en el proceso de despacho
R4	Ventas falsas, en el proceso de ventas al contado

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

A continuación tenemos la matriz, que determina los tipos de fraudes con mayor riesgo.

Tabla 29 Matriz de riesgo de los tipos de fraude en Macendi S.A

PROBABILIDAD		MATRIZ RIESGO-PROBABILIDAD-IMPACTO									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CASI SEGURO	10										
	9										
PROBABLE	8										
	7						R3		R1		
POSIBLE	6										
	5					R2					
IMPROBABLE	4										
	3			R4							
RARO	2										
	1										
IMPACTO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		0 - \$2000		\$2000 - \$4000		\$4000-\$6000		\$6000-\$8000		\$8000-\$10000	

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la matriz de riesgo de fraude en Macendi S.A se determina que el R1 que es el Jineteo de fondos y el R3 el robo de inventario mantienen un riesgo alto, a continuación vamos a ver la evaluación de los riesgos de fraude.

Ilustración 28 Evaluación de riesgo de fraude - Proceso ventas

ÁREA	IDENTIFICACIÓN		ELEMENTO AL QUE CORRESPONDE EL RIESGO	ANÁLISIS		RESULTADO	NIVEL DE RIESGO	CONSECUENCIA	EXPOSICIÓN AL RIESGO (CONTROLES QUE MANTIENE LA EMPRESA)	RECOMENDACIONES
	CODIGO	RIESGO DE FRAUDE		PROBABILIDAD	IMPACTO					
VENTAS	R1	Jineteo de fondos de las cuentas cobradas por los vendedores	OPORTUNIDAD RACIONALIZACIÓN	7	8	56	EXTREMO	El jineteo de fondos provoca el uso inadecuado del dinero recaudado producto de las ventas a crédito y se da por la oportunidad que tienen los vendedores en el manejo del efectivo y por la confianza otorgada	La falta de controles en el proceso de recaudación del dinero de las ventas a crédito, produce la apropiación indebida de activos	Aplicar la Técnica "Revisiones Sorpresivas". Solicitar el reporte de los cobros realizados por los vendedores y confirmar la cancelación con los clientes.
	R2	Anulación de las facturas por las cajeras en el proceso de ventas al contado	OPORTUNIDAD	5	5	25	ALTO	Las anulaciones de las facturas, sin previa autorización genera oportunidades para sustraer el efectivo producto de las ventas y el robo de inventario reportando el mismo como en mal estado para justificar su movimiento en el sistema.	Los controles del sistema son ineficientes, debido a que permite realizar anulaciones sin previa autorización.	Realizar revisiones diarias, de las ventas realizadas y cruzar la información con la documentación soporte
	R3	Robo del inventario en el proceso de despacho	OPORTUNIDAD	7	6	42	EXTREMO	Durante despacho de la mercadería se generan oportunidades para sustraer productos, lo cual ocasiona pérdidas considerables a la empresa si se propaga por un largo tiempo	Los controles que mantiene la empresa en el despacho son ineficientes, debido al exceso de confianza que existe, cuentan con un solo supervisor de bodega encargado de enviar y recibir mercadería y cuando se presentan estas situaciones al mismo tiempo delega una de las responsabilidades a un auxiliar de bodega por la confianza que le tiene, tomando como referencia su antigüedad en la compañía.	Realizar revisiones frecuentes de inventario y verificar la mercadería despachada con la facturada. Aplicar la técnica antifraude " revisiones sorpresivas" para identificar riesgos de fraude y "línea ética" con la finalidad que los auxiliares de bodega o cualquier persona que labora en la empresa realicen las denuncias de posibles eventos de fraude
	R4	Ventas falsas en el proceso de ventas al contado	OPORTUNIDAD	3	3	9	MODERADO	Las ventas falsas genera oportunidades para sustraer el efectivo, por medio de la emisión de facturas elaboradas en un formato excel son un valor mayor, que luego son registradas en el sistema con un valor menor, con la finalidad de apropiarse de los activos monetarios de la empresa	La compañía no realiza revisiones de manera constante del reporte de las ventas, ni realiza comprobaciones. Los controles en esta área son deficientes.	Realizar revisiones de las ventas diarias y cruzar la información con la copia de las facturas que son entregadas en el área de despacho

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)
Elaborado por: La Autora

Luego de conocer sobre el negocio, los eventos de fraude y los riesgos que mantiene la empresa. Se procede a la aplicación de las siguientes técnicas antifraude con la finalidad de encontrar situaciones inusuales en la empresa.

- **Comprador misterioso.-** Realiza un análisis de lo que ocurre al momento de la compra con la finalidad de identificar riesgos de fraudes.
- **Revisiones sorpresivas.-** Es una revisión que se realiza sin previo aviso con la finalidad de que las personas que cometen actos ilícitos tengan tiempo de ocultar estas acciones.

4.3.2.13 DOCUMENTACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA TÉCNICA COMPRADOR MISTERIOSO

Tabla 30 Documentación obtenida mediante la aplicación de la técnica comprador misterioso

COMPRADOR MISTERIOSO
<p>Objetivo: Evaluar el proceso de ventas de Macendi S.A y encontrar señales de alerta de posibles eventos de fraude.</p>
<p>Planeación de Evaluación Comprador Misterioso</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Realizar la compra en las instalaciones de la empresa. 2.- Retirar la mercadería comprada en el área de despacho. 3.- Elaboración del informe. <p>A continuación vamos a desarrollar los puntos de la planificación.</p>

DESARROLLO
<p>1. Compra en las instalaciones de Macendi S.A</p> <p>El día 11 de Agosto del 2015 nos acercamos a la Distribuidora de productos de consumo masivo Macendi S.A a realizar la compra de Productos de limpieza: Jabón, detergente, desinfectante. La cajera procedio a la toma del pedido, efectuó la factura y luego se canceló el valor de los productos.</p> <p>En el momento que estaba comprando llego otro cliente a realizar un reclamo porque el producto se encontraba en mal estado, eran 2 fundas de azúcar Valdez de 5 kilos, la funda tenia agujeros, como el cliente ya no quería reemplazar el producto con otro en buen estado se procedio a la devolución del dinero y anulación de la factura. Al momento que la cajera realizo la anulación no realizó ninguna consulta con algún superior.</p>
<p>2. Retiro de la mercaderia comprada</p> <p>Realizada la compra se procedió al retiro de la mercaderia en el área de despacho, entregue la factura a uno de los auxiliares de bodega y procedió a buscar mis productos y me realizo la entrega. El supervisor de bodega nunca hizo la revisión de que si los productos que estaba despachando el auxiliar constaban en la factura, porque se encontraba recibiendo mercaderia.</p>
<p>3.- Elaboración del informe</p> <p>Durante la Compra realizada en las instalaciones de la empresa encontré las siguientes debilidades en los controles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Cajera realiza anulación de facturas sin previa autorización <input type="checkbox"/> La entrega de la mercaderia en el área de despacho no es supervisada

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)

Elaborado por: La Autora

4.3.2.14 DOCUMENTACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA REVISIÓN SORPRESIVA

Tabla 31 Documentación obtenida mediante la revisión sorpresiva

REVISIÓN SORPRESIVA
Objetivo: Encontrar situaciones de fraude dentro del proceso de cuentas por cobrar realizadas por los vendedores.
¿Qué información se necesita?
Al jefe de crédito se le va pedir el reporte que entregaron los vendedores de los clientes que han cancelado sus cuentas el día anterior a la revisión.
¿Cómo se va realizar?
Con la lista de los clientes que han cancelado se procede a la verificación del pago de dichas cuentas mediante llamadas de confirmación a los clientes.
DESARROLLO DE LA REVISIÓN:
<p>El día 12 de agosto del 2015 se procedió a la verificación de las cuentas canceladas. El día 11 de Agosto el vendedor tenía que realizar el cobro a 8 clientes, al finalizar el día entregó el reporte de las cuentas canceladas al jefe de crédito teniendo éxito en sus cobros solo con 7 clientes y el que falta se reportó como no cancelado.</p> <p>Al revisar el informe como eran pocos clientes se procedió a llamar a cada uno para verificar el monto de cancelación. Finalizada las llamadas encontramos que todos respondieron que habían cancelado pero el vendedor reporto a 1 cliente sin cancelar El valor de la factura era de \$550 dólares.</p> <p>En ese momento me encontraba ante un posible evento de fraude como es el Jineteo de fondos. Se informó a la Gerencia de lo ocurrido quién procedió a realizar indagaciones al vendedor que según su reporte 1 cliente no había cancelado. Ante esta situación el vendedor no tenía otra opción y manifestó que fué un error porque solo realizo el informe en base a los comprobantes de depósito que había realizado y como este cliente lo visitó en horas de la tarde no pudo realizar el deposito.</p>

CONCLUSIÓN

La presencia de estos eventos de fraude como es el Jineteo de fondos realizado por los vendedores, se debe a la deficiencia en los controles.

La empresa no realiza confirmaciones diarias de las cuentas por cobrar que han sido canceladas lo cual genera oportunidad para el vendedor de cometer acciones ilícitas.

Por lo tanto consideramos que la técnica "Revisión sorpresiva" es adecuada para la empresa y permite obtener evidencias reales sin dar tiempo a que se realicen modificaciones.

Fuente: (MACENDI.S.A, 2015)


Elaborado por: La Autora

4.3.2.15 SEGUNDA ETAPA: CONOCER LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS ANTIFRAUDE

En base a la información obtenida en la entrevista sobre el conocimiento del negocio, la observación en el momento de la entrevista y la aplicación de las técnicas de comprador misterioso y revisiones sorpresivas se procede a realizar la segunda entrevista que pretende conocer si la Distribuidora de productos de consumo masivo Macendi S.A aplica ciertas técnicas antifraude. Esta entrevista está dirigida al Gerente General, al Jefe de crédito y cobranza y al Jefe de bodega.


Detectados los riesgos de fraude en la empresa se procedió al diseño de técnicas antifraudes, las cuales permitirán disuadir la ocurrencia del fenómeno del fraude en este tipo de empresas. Las técnicas diseñadas son las siguientes:

Ilustración 29 Diseño de técnica antifraude comprador misterioso

COMPRADOR MISTERIOSO	
<p>La técnica antifraude COMPRADOR MISTERIOSO, consiste en actuar como un cliente realizando una compra de manera normal, y analizar lo que ocurre en ese momento, con la finalidad de identificar debilidades en los controles.</p>	
¿QUÉ EVALUA?	
<p>Evalúa si se cumplen los procesos establecidos.</p>	
<p>Identificar áreas vulnerables al fraude.</p>	


Elaborado por: La Autora

Ilustración 30 Diseño de técnica antifraude revisiones sorpresivas

REVISIONES SORPRESIVAS	
<p>Es una técnica de revisión de los procedimientos que mantiene la empresa sin previo aviso. Que se ejecute esta revisión de manera sorpresiva evite que el defraudador oculte información sin dejar evidencia.</p>	
¿QUÉ EVALUA?	
<p>Evalúa que los movimientos realizados tenga el soporte respectivo.</p>	
<p>Identificar áreas vulnerables al fraude.</p>	

Elaborado por: La Autora

Ilustración 31 Diseño de técnica antifraude línea ética

LÍNEA ÉTICA	
<p>La línea ética es una herramienta utilizada como técnica antifraude que permite a los empleados y clientes denunciar de una forma anónima, facilitando la comunicación de posibles acciones inadecuadas</p>	

Elaborado por: La Autora

Con la finalidad de conocer si la empresa cuenta con técnicas antifraude y con qué frecuencia las aplica, se procede a realizar el cuestionario.

Tabla 32 Cuestionario segunda etapa: Conocer la aplicación de técnicas antifraude

<p>1.- La técnica antifraude Revisiones sorpresivas consiste en la revisión de los procedimientos que mantiene la empresa sin previo aviso, evitando que el defraudador oculte información sin dejar evidencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Con que frecuencia se realizan revisiones sorpresivas en el proceso de ventas? • ¿Considera que mediante la implementación de esta técnica disminuirán las situaciones de fraudes? ¿Sí o no? Y explique ¿Por qué?
<p>2.-La técnica antifraude "línea ética" es una herramienta utilizada como técnica antifraude que permite a los empleados y clientes denunciar de una forma anónima, facilitando la comunicación de posibles acciones inadecuadas por medio de vía telefónica, E-mail, fax.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿La empresa cuenta con algún medio donde los empleados puedan realizar sus denuncias? • ¿Considera que mediante la implementación de esta técnica disminuirán las situaciones de fraudes? ¿Sí o no? Y explique ¿Por qué?

3.- La técnica antifraude “Comprador Misterioso” consiste en presentarse en las instalaciones de la empresa como un cliente potencial y realizar una compra de manera normal, y analizar lo que ocurre en ese momento a fin de evaluar si se cumplen los procesos establecidos.

- ¿La empresa aplica este tipo de pruebas para detectar posibles eventos de fraude?
- ¿Considera que mediante la implementación de esta técnica disminuirán las situaciones de fraudes? ¿Sí o no? Y explique ¿Por qué?

4.- ¿Considera que invertir en la técnica de comprador misterioso, revisiones sorpresivas y línea ética, en el futuro van a generar beneficios para la empresa? ¿Sí o No? Y explique ¿Por qué?

Elaborado por: La Autora

4.3.2.16 DOCUMENTACIÓN DE LA EVIDENCIA OBTENIDA EN LA SEGUNDA ENTREVISTA

Luego de la entrevista final se determina que la empresa no realiza revisiones sorpresivas en sus procesos por lo tanto de acuerdo a la revisión realizada se encontró deficiencia en los controles internos que generan oportunidades. El Gerente General consideró que la técnica de revisión sorpresiva es muy útil en su negocio para mitigar el riesgo, de acuerdo a la evidencia obtenida en la aplicación de la misma.

De acuerdo a las pruebas realizadas se determina que la Distribuidora de productos de consumo masivo Macendi S.A, se encuentra en la necesidad de aplicar técnicas antifraudes, debido a la presencia de eventos de fraude por Apropiación indebida de activos.

A Continuación vamos a conocer en que procesos de la empresa son aplicables las técnicas antifraudes.

Tabla 33 Proceso donde se puede aplicar la técnica comprador misterioso

COMPRADOR MISTERIOSO	
<p>Es aplicable para las ventas al contado que realizan en la empresa, que permitirá medir el manipuleo de los registros sin previa autorización.</p>	
<p>En el área de despacho, permite medir el error intencional en el proceso de despacho.</p>	


Elaborado por: La Autora

Tabla 34 Proceso donde se puede aplicar la técnica revisión sorpresiva

REVISIONES SORPRESIVAS	
<p>Es aplicable para el proceso de cuentas por cobrar que son realizadas por los vendedores.</p>	
<p>En el área de facturación para comprobar que los movimientos se hayan realizado con las respectivas autorizaciones.</p>	
<p>Comprobar la existencia del inventario físico de acuerdo al reporte del sistema.</p>	

Elaborado por: La Autora

Tabla 35 Proceso donde se puede aplicar la técnica línea ética

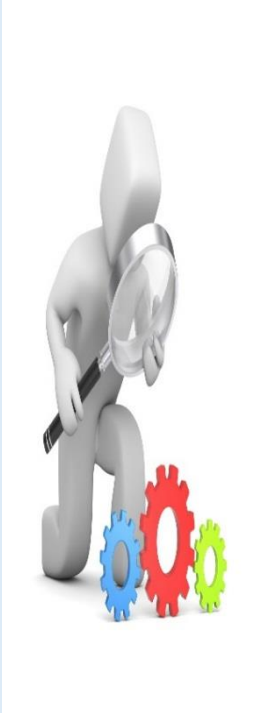
LÍNEA ÉTICA	
<p>Es aplicable en todos los procesos, porque se trata de un medio por el cual se pueden detectar posibles eventos de fraudes en la empresa.</p>	

Elaborado por: La Autora

El Gerente General de Macendi S.A manifestó que la aplicación de estas técnicas le permitirá tener un mayor control e identificar acciones fraudulentas en el proceso de ventas, debido a que la empresa últimamente ha presenciado pérdidas considerables.

A continuación vamos a detallar de qué manera se deben aplicar las técnicas:

Tabla 36 Pasos para aplicar la técnica comprador misterioso

COMPRADOR MISTERIOSO		
PASOS		
1	Identificamos el punto de venta para realizar la evaluación mediante una compra.	
2	Se busca la persona quien va actuar de cliente misterioso.	
3	Se entrega el efectivo al comprador misterioso para que realice la compra.	
4	El comprador se acerca al establecimiento de la empresa y realiza la compra como un cliente normal, pero observando todo lo que sucede en ese momento.	
5	Retira la mercadería comprada y se retira como un cliente normal.	
6	Realiza un informe minucioso de lo observado mediante la compra.	
7	Para comprobar irregularidades en caja se efectúa el cruce de información por medio de la factura original del comprador misterioso y el reporte de la cajera, obteniendo evidencias fiables.	

Elaborado por: La Autora

Tabla 37 Pasos para aplicar la técnica revisiones sorpresivas

REVISIONES SORPRESIVAS EN EL PROCESO DE VENTAS	
PASOS	PROCESO DE VENTAS
1	Se pide la lista de las cuentas por cobrar del día anterior a la revisión al jefe de crédito.
2	Se solicita el reporte de las cuentas cobradas, generadas por el vendedor.
3	Se realiza la comprobación de las cancelaciones mediante llamadas a los clientes que constan en la lista otorgada por el vendedor.
4	Se hace el cruce de información de las llamadas realizadas a los clientes que constan en la lista que fué generada por el jefe de crédito y el reporte del vendedor.
5	Se realiza un informe de la revisión sorpresiva, donde constan todas las anomalías encontradas.



Elaborado por: La Autora

Tabla 38 Como realizar la denuncia por medio de la línea ética

LÍNEA ÉTICA	
El trabajador o Cliente realiza la denuncia por medio del teléfono, Página web, e-mail, fax.	

Elaborado por: La Autora

Conocidas las técnicas antifraudes aplicables en Macendi S.A, los pasos para su aplicación se procede a realizar la conclusión y las recomendaciones en base a la investigación realizada en el siguiente Capítulo V.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

El presente proyecto de investigación se realizó con la finalidad de comprobar que la ausencia de Técnicas antifraudes en una Distribuidora de productos de consumo masivo facilita la ocurrencia de eventos de fraude como la apropiación indebida de activos. (Punto 1.4; página 24)

Para verificar esta se tomó como referencia una empresa que se encuentra dentro de este sector como Macendi S.A, ubicada en la provincia del Guayas en la ciudad de Daule (Punto 4.1; página 79) y se analizó sus procesos con la finalidad de identificar debilidades en los mismos.

Mediante la aplicación del método estudio de caso y las técnicas de recolección de información se procedió a obtener evidencias y analizar las causas que inducen a cometer fraude en las áreas más vulnerables de la Distribuidora.

Se ha comprobado por medio de la entrevista, la observación, la Técnica comprador misterioso y la Técnica Revisiones sorpresivas que el proceso de ventas se encuentra más vulnerable al fraude debido a la deficiencia en los controles y la ausencia de técnicas antifraudes que le permita identificar eventos inusuales.

En el proceso mencionado la empresa presenta 2 de los esquemas de fraude que tienen mayor ocurrencia en las distribuidoras, como es el jineteo de fondos de las cuentas cobradas por los vendedores y el robo de inventarios en el área de despacho. (Punto 4.3.2.11; Página 106)

Ante la evidencia obtenida en la investigación se procedió a diseñar 3 técnicas claves antifraudes que van a permitir a la empresa disminuir el riesgo:

- Técnica “Comprador Misterioso” que consiste en presentarse en las instalaciones de la empresa como un cliente potencial, actuando de acuerdo a lo establecido y recopilando información mentalmente. Identificara actos deshonestos en el área de facturación e inventarios.
- La Técnica “Revisión sorpresiva” realiza revisiones a los procesos sin previo aviso, con la finalidad de evitar que los defraudadores oculten información y no exista evidencia. Evaluará los reportes del área de facturación para confirmar que son fiables, es aplicable para verificar el desarrollo de las cuentas cobradas por los vendedores y comprobar la existencia del inventario físico de acuerdo al reporte del sistema.
- La Técnica Línea ética permite que los empleados realicen sus denuncias anónimas durante las 24 horas y los 365 días del año, recibida la denuncia se pueden tomar medidas de prevención. Esta técnica no representa un costo elevado y de acuerdo a los recursos de la empresa se puede crear por medio de una línea telefónica o E-Mail.

En conclusión, el Gerente General evaluó los resultados obtenidos al implementar la técnica comprador misterioso y revisiones sorpresivas en el desarrollo de la investigación, con la finalidad de encontrar situaciones inusuales y manifestó que estas técnicas, le van a permitir reducir los niveles de pérdidas que se han presentado durante los últimos tiempos, por lo tanto se encuentra consciente que la ausencia de las mismas aumenta el riesgo de fraude por apropiación indebida de activos en Macendi S.A.

5.2 RECOMENDACIONES

Este proyecto de investigación permitió comprobar que la ausencia de técnicas antifraudes, facilita la ocurrencia de eventos de fraude como es la apropiación indebida de activos y realizar el diseño de las mismas para disminuir los niveles de pérdidas que presentan las distribuidoras de productos de consumo masivo como es Macendi S.A.

Macendi S.A debe poner en práctica estas técnicas antifraudes con la finalidad de disuadir los efectos provocados por el fenómeno del fraude.

Para identificar debilidades en las áreas más críticas se recomienda a Macendi S.A aplicar las siguientes Técnicas que fueron diseñadas en base al estudio realizado en la compañía:

1. La Técnica Comprador misterioso consiste en actuar como un cliente potencial, realizando una compra en las instalaciones de la compañía y analizar lo que ocurre en ese momento, con la finalidad de identificar debilidades en los controles y las áreas más vulnerables al fraude.

Se debe aplicar:

- Cada mes, con la finalidad de identificar y mitigar posibles riesgos en los puntos de ventas más vulnerables al fraude.
 - Se contratará a una persona que no tenga relación con la empresa para que realice la compra misteriosa.
2. La Técnica Revisiones Sorpresivas, se define como aquellas revisiones sin previo aviso, a fin de evitar que se oculte información y no exista evidencia. Esta técnica se puede aplicar en las siguientes áreas:

inventarios, cuentas por cobrar y facturación, a continuación tenemos algunas recomendaciones:

Revisión del inventario:

Las empresas comerciales como Macendi S.A deben realizar este tipo de revisiones por lo menos cada 3 o 6 meses en esta área a fin de disminuir riesgos, para aplicar esta revisión se recomienda lo siguiente:

- Considerar los registros del inventario e identificar su Ubicación en las instalaciones de la empresa.
- Revisar de manera rigurosa el contenido de las cajas, que va de acuerdo a la presentación de los productos.
- Comparar los registros del inventario antes y después de la revisión física.

Revisión de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son un rubro importante en las Distribuidoras porque proviene de las operaciones comerciales de la empresa. Es aconsejable implementar cada mes por el Jefe de crédito y cobranzas. A continuación tenemos las siguientes recomendaciones para la revisión:

- Se debe evaluar los cobros realizados por los vendedores.
- Confirmar con el cliente el cobro de las facturas incluida la fecha en que se realizó el pago.
- Comparar los cobros de los vendedores con las confirmaciones de los clientes.

Revisión de las facturas

La facturación en las empresas comerciales es considerada una de las actividades más importantes, porque mediante la emisión de las facturas

se documentan los ingresos de la entidad. Esta comprobación se deberá hacer cada mes por la Supervisora de ventas y se sugiere lo siguiente:

- Efectuar de manera sorpresiva un arqueo de caja para comprobar si los registros contables son confiables.
- Realizar pruebas sobre la integridad de los registros de ventas con el físico de las facturas emitidas.
- Revisar el registro de las devoluciones con la finalidad de identificar acciones inusuales.

3. La Técnica Línea ética se deberá implementar de acuerdo a los recursos de la empresa, puede ser por medio de una línea telefónica o E-Mail, la misma que permitirá a los empleados realizar sus denuncias anónimas, con la finalidad de identificar situaciones inusuales en la compañía.

Las técnicas antifraudes son aquellas herramientas que permiten a las organizaciones detectar o prevenir irregularidades, además se considera como una metodología que ayuda a establecer ciertos controles con la finalidad de contrarrestar los eventos de fraudes.

Si Macendi S.A aplica estas técnicas claves validará constantemente los beneficios de su aplicación, mediante la disminución de la ocurrencia de fraudes.

BIBLIOGRAFÍA

- ACFE. (2014). INFORME A LAS NACIONES SOBRE EL FRAUDE. Obtenido de <http://www.acfe.com/rtn/docs/2014-report-to-nations.pdf>
- ACFE. (2014). Informe sobre el fraude. Obtenido de http://www.acfe-mexico.com.mx/archivos/Reporte_Naciones_2014.pdf
- AEC, A. E. (2012). Obtenido de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/cliente-misterioso>
- AECOC. (2002). RECOMENDACIÓN PREVENCIÓN PERDIDA DESCONOCIDA EN LA CADENA DE SUMINISTRO. Obtenido de <http://aecoc.es/aecoc/admin/web/general/Recomendaciones%20AECOC%20Perdida%20Desconocida.pdf>
- Aranda, Baldazo, Alfredo, & Nieto. (2012). Redalyc. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/646/64624867006.pdf>
- Arias. (2002). IRREGULARIDADES MÁS USUALES Y COMO PREVENIRLAS.
- Asesores contables D&R. (2014). Factura Falsa. Obtenido de http://asesoriascontablesdyr.com/contabilidad-medellin-articulos/%C2%BFcomo-identificar-una-factura-falsa/106/51/15/#.VdZfjPI_Oko
- Benguria; Martín; Valdes; Gómez;. (1980). Universidad Autónoma de Madrid. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Observacion_trabajo.pdf
- Cámara de comercio de Medellín. (2014). Semana de Actualización tributaria . Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2014/Semana%20Actualizacion/Prevenci%C3%B3n%20del%20Fraude.pdf>

- Checkpoint. (2014). Barómetro mundial del hurto en el sector minorista. Obtenido de http://www.elmundodeladc.com/misdescargas/PDF/CheckPoint_Barometro-Mundial-del-Hurto-2014-Espanol.pdf
- Código de comercio, d. (26 de junio de 2012). Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-de-Comercio.pdf>
- CONSUELO, H. (2013). FRAUDE EN EL PUNTO DE VENTA . Obtenido de <http://www.auditool.org/blog/fraude/596-fraude-en-el-punto-de-venta>
- Ernst & Young, .. (2013). La pérdida en la gran distribución . Obtenido de [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Informe_de_EY_y_AECO_C:_La_p%C3%A9rdida_en_la_Gran_Distribuci%C3%B3n_Comercial/\\$FILE/EY-AECOC-Perdida-en-la-gran-distribucion.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Informe_de_EY_y_AECO_C:_La_p%C3%A9rdida_en_la_Gran_Distribuci%C3%B3n_Comercial/$FILE/EY-AECOC-Perdida-en-la-gran-distribucion.pdf)
- Estudiantes de la UCSG. (2015). EL FENÓMENO DEL FRAUDE EN LA EMPRESAS DE GUAYAQUIL. Guayaquil.
- EVENTS, N. &. (NOVIEMBRE de 2014). CHECKPOINT. Obtenido de <http://us.checkpointsystems.com/news-events/news-item/barometro-mundial-del-hurto-en-la-distribucion-2013-2014/>
- Fenández, F. (2011). La Facturación en la empresa. Centro de estudios financieros .
- Garcia, B. (2005). Pérdida desconocida. Obtenido de <http://es.calameo.com>
- Gregorio Rodriguez, J. G. (1996). Universidad Tec.de Pereira. Obtenido de <http://www.utp.edu.co/centro-gestion-ambiental/cursos/metodologia-de-la-investigacion-cualitativa>
- Gurovich, L. (2006). Consideraciones del fraude y del error en una auditoria. Argentina.
- Hernández. (2010). Metodología de la Investigación, Concepción o elección del diseño de la investigación Cap 7. México: MC GRAW-HILL.
- Hernández, e. a. (2010). Metodología de Investigación 5ta edición. México: Mc Graw Hill.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación, Alcances de la investigación cualitativa, pag 78. México: MC GRAW-HILL.
- INEC. (2013). Censo Comercial . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/comercio-interno/>
- Infoeconomia. (2013). Ecuador en cifras. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info8.pdf>
- Jordán, F. (2010). Auditoria . Obtenido de <http://maxonlineblog.blogspot.com/2010/08/definiciones-de-diferentes-autores.html>
- KARDELL, R. (julio). fraud-magazine. Obtenido de <http://www.fraud-magazine.com/>
- Kpmg. (11 de Enero de 2012). Mecanismo de denuncia anónimo de fraudes o conductas inapropiadas en las organizaciones. Obtenido de <https://www.kpmg.com/CL/es/servicios/Advisory/risk/Forensic/Documents/2012-01-11-kpmg-advisory-risk-forensic-seminario-etica.pdf>
- KPMG. (2014). Perfiles de un defraudador.
- Kroll advisory solutions. (2014). Obtenido de <http://fraud.kroll.com/es/>
- L. D. (1997). Eumed. Obtenido de El marketing y la imagen del comercio minorista : <http://www.eumed.net/ce/2008b/gym.htm>
- Lollett, P. M. (junio de 2012). Triángulo del fraude. Obtenido de DIAMANTE DEL FRAUDE: www.auditoriaforense.net
- MACENDI.S.A. (2015).
- Mantilla, S. A. (2008). Auditoria financiera de pymes. Bogotá: Kimpres Ltda. Obtenido de http://www.uif.gov.ar/uif/images/tutorial_matriz.pdf
- Mariana Aranda, F. B. (2012). Revista científica Pensamiento y Gestión No 33. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/4899/3879>

- Martínez, N. (2008). **MIDIENDO LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.**
Obtenido de http://consumo-inc.gob.es/publicac/EC/2008/EC83/Ec83_05.pdf
- Monroy, S. (2009). Asociación Mexicana de Metodología de la Ciencia y de la Investigación. Obtenido de [http://www.ammci.org.mx/revista/pdf/Seccion%20metodologia%20de%20la%20ciencia%20\(1a%20parte\)/EstudiodeCasoMonroy.pdf](http://www.ammci.org.mx/revista/pdf/Seccion%20metodologia%20de%20la%20ciencia%20(1a%20parte)/EstudiodeCasoMonroy.pdf)
- Munarriz, B. (1992). Obtenido de ruc.udc.es/bitstream/2183/8533/1/CC-02art8ocr.pdf
- NIA 240, .. (s.f.). RESPONSABILIDADES DEL AUDITOR EN LA AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS.**
- Paladini, P. (2010). Fraude laboral. Obtenido de <http://www.resguarda.com/article/Fraude-Laboral---Un-buen-ambiente-de-trabajo-disminuye-su-probabilidad.html>
- Palomino, L. (2009). La entrevista cualitativa. Obtenido de <http://es.slideshare.net/marthaliliana/la-entrevista-cualitativa>
- Pérez & Cía. (2010). Segregacion de funciones. Obtenido de <http://www.jbp.com.co/pdf/JBPerezCIA-2.pdf>
- Perez Serrano. (2013). Psicología y sociología. Obtenido de https://psicologiaysociologia.files.wordpress.com/2013/03/gloria-perez-serrano_-cap-1-2.pdf
- RAE. (2001). REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Obtenido de DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA:**
<http://lema.rae.es/drae/?val=DISTRIBUIDORA>
- Revista Ekos Negocios. (2013). Dinamismo en las empresas de Ecuador. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1028.pdf>
- Sierra, & Bravo. (1984). La observación. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2007b/jlm.htm>
- SMS ECUADOR. (2013). 5 Esquemas de fraude. Obtenido de**
<http://www.smsecuador.ec/wp-content/uploads/2013/06/5-Esquemas-de-Fraude.pdf>

- SMS ECUADOR. (2015). Jineteo de fondos . Obtenido de <http://www.smsecuador.ec/jineteo-de-fondos/>
- SMS ECUADOR, .. (2015). Línea Ética. Obtenido de <http://www.smsecuador.ec/servicios/auditoria/linea-etica/>
- Tamayo, M. T. (2003). El proceso de la investigación científica, 4ta Edición 2003, pag 108. México: Limusa S.A, Grupo Noriega Editores.
- Thompson, I. (2007). promonegocios. Obtenido de Tipos de Canales de Distribución: <http://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>
- Torrecilla, J. M. (2010). La entrevista. Obtenido de [https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Pre-sentaciones/Entrevista_\(trabajo\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Pre-sentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf)
- Universidad Autónoma de Madrid . (2010). La entrevista. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Pre-sentaciones/Curso_10/Entrevista.pdf
- Universidad Nacional , A. (2009). Aspectos metodológicos de la investigación. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/204011/204011_CONTENTIDO_EXE/leccin_1_aspectos_metodolgicos_de_la_investigacin_tipo_de_estudio_mtodo_de_investigacin_tcnicas_y_procedimientos_para_la_re-coleccin_de_informacin_tratamiento_de_la_informacin.html
- Yin. (1989). Dialnet. Metodología de estudio de caso. Obtenido de <file:///C:/Users/YOLANDA%20MACIAS/Downloads/Dialnet-EIEstudioDeCasosComoMetodologiaDeInvestigacionCien-2517663.pdf>
- Yin, R. (2011). Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Obtenido de www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/01_Diaz_V75.pdf