



68% de executivos do país identificaram fraudes em 2016, diz Kroll

Sessenta e oito por cento dos executivos de grandes e médias empresas instaladas no Brasil confirmaram que companhias onde atuam sofreram fraudes em 2016. O levantamento foi feito pela consultoria de riscos Kroll, que ainda mostra que 94% desses mesmos executivos afirmaram que a exposição das corporações a esquemas fraudulentos aumentou.

Embora, segundo a consultoria, os dados mostram que os métodos de controle interno no Brasil são falhos, o índice de fraudes no Brasil está abaixo do [índice global](#), que é de 82%. “Nossa análise permite concluir que a desproporção entre os resultados brasileiro e global pode estar associada a um agravamento na deficiência de controles internos, possivelmente resultante da redução de investimentos associada à crise econômica”, destaca a empresa de consultoria no relatório da pesquisa.

O levantamento aponta que os tipos mais comuns de fraude praticados no Brasil são roubo de ativos físicos (24% dos entrevistados). Já os principais responsáveis pelos crimes são ex-funcionários (43%), trabalhadores autônomos e temporários (26%), empregados do baixo escalão (22%), vendedores e fornecedores (17%), terceirizados (17%), parceiros (17%) e clientes (17%).

As motivações para fraude mais citadas entre os entrevistados brasileiros foram a complexidade da infraestrutura de tecnologia da informação (29%), a entrada em novos mercados (29%), a alta rotatividade de funcionários (26%), o aumento de terceirização (26%) e a complexidade de produtos ou serviços vendidos (24%).

Barreira cultural

Até aí, os dados brasileiros pouco se diferenciam do comportamento mundial. Mas o a diferença aumenta quando são analisados os meios como as fraudes são descobertas no país. Aqui, esses esquemas, na maioria das vezes (43%), são revelados por auditorias externas, segundo os entrevistados. A média global é de 36%.

“Não é função da auditoria externa detectar fraude”, destaca Fernanda Barroso, diretora da Kroll em São Paulo. Ela afirma ainda que esse índice mostra a fragilidade dos controles internos no Brasil.

Na contramão global, em que 39% dos entrevistados afirmaram que as fraudes foram descobertas por auditorias internas, no Brasil, 35% dos executivos consultados disseram que esquemas fraudulentos foram desbaratados por essas verificações corporativas. Além desses meios, fraudes também foram descobertas pela administração da empresa, disseram 26% dos entrevistados, e graças a denúncias (17%).

Apesar do resultado, o índice de denunciadores no Brasil está muito descolado da média mundial: 44%. Segundo Ian Cook, diretor da Kroll no Brasil, essa diferença se dá pela barreira cultural. “Ainda é muito comum a repulsa pela figura do denunciante, que é facilmente associada à imagem do traidor, mesmo quando está a favor da ética e contra a perpetuação de crimes”, diz.

Ele explica que para melhorar esses resultados é preciso criar um canal de denúncias independente e que garanta o anonimato. “Também é necessário demonstrar na prática que toda acusação com bases reais



será, de fato, investigada, bem como toda conduta imprópria, punida.”

Impactos das fraudes

Apesar do descolamento em relação às fraudes detectadas, a noção de perdas dos entrevistados brasileiros é similar à média mundial: 66% estimam perdas entre 1% e 3%, enquanto 26% apontam prejuízos menores do que 1%. As perdas entre 4% e 6% e entre 7% e 10% representam, cada uma 4% das opiniões

Na pesquisa global, os resultados encontrados foram: 57% dos executivos questionados disseram que problemas com fraudes impactam entre 1% e 3% da receita da empresa, 30% afirmaram que esse problema afetou menos de 1% dos ganhos, 10% citaram ter sentido perdas entre 4% e 6% e 3% acham que fraudes empresariais afetam entre 7% e 10% dos rendimentos.

Na questão reputacional, os entrevistados brasileiros afirmaram que as fraudes sofridas impactam, principalmente, na relação com autoridades reguladoras (70%); na privacidade, segurança e moral dos funcionários (69%), na imagem da companhia frente ao cliente (69%), na reputação da empresa (65%) e na receita e na continuidade dos negócios (61%).

Date Created

18/02/2017