

Contabilidad creativa: la manipulación de la información mediante la aplicación de procedimientos contables incorrectos

Roger Calderón Portocarrero

Pontificia Universidad Católica del Perú

roger.calderonp@pucp.edu.pe

Resumen

La presente investigación describe la naturaleza y causas relacionadas a la práctica de la controversial contabilidad creativa, cuya manipulación de la información contable tiene como objetivo la presentación de la imagen deseada y/o preferida de la empresa para satisfacer necesidades momentáneas de información financiera de los usuarios o *stakeholders* interesados. Las consecuencias del uso de la contabilidad creativa aplicada en la información financiera presentada a los *stakeholders* o grupos de interés son principalmente la incidencia negativa en la ética empresarial y una errónea toma de decisiones, basada en una información sin seguridad razonable, lo que ocasiona que no se refleje la verdadera imagen fiel de la empresa. Asimismo, se analizan las medidas adoptadas para combatir estas prácticas inadecuadas y el papel que desempeñan los auditores para velar para que la información financiera sea real, confiable, razonable, y refleje la imagen fiel de la empresa.

Palabras clave: contabilidad creativa, stakeholders, manipulación, imagen fiel

1. Introducción

En la actualidad, los negocios evolucionan de manera acelerada gracias a la globalización económica, lo cual origina que las empresas den un paso adelante y se creen grandes

corporaciones a nivel mundial. Esto es reforzado por las “buenas gestiones” que realizan los directivos de cada empresa, a partir de lo cual la información financiera presentada a los usuarios adquiere mayor relevancia, ya que es utilizada para tomar decisiones que permitan el cumplimiento de los objetivos de la empresa. De este modo, con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios o stakeholders respecto a la información financiera, la práctica de la llamada contabilidad creativa surge para mostrar, no lo que es, sino lo que se quiere que sea, manipulando y aprovechando los vacíos de las normas contables y legales de cada país para alcanzar los fines u objetivos perseguidos al realizar tales prácticas incorrectas y nada deseables.

El tema de la contabilidad creativa es muy tratado en países como España e Inglaterra, el cual se viene analizando desde hace ya bastante tiempo. Asimismo, a inicios del siglo, en los Estados Unidos, Venezuela, Chile y México, gracias a los escándalos financieros ocurridos –como el caso Enron, WorldCom, Parmalat, entre otros–, diversos autores discutieron la diferencia entre la creatividad y el fraude, la neutralidad y razonabilidad de la información que se presenta. Más allá de las diferentes perspectivas de los especialistas, al fin y al cabo, coinciden de alguna forma en que es un fenómeno de prácticas incorrectas, y poco o nada deseables.

Esta investigación trata, en primer lugar, de brindar una definición de la contabilidad creativa sobre la base de las opiniones y/o definiciones de diversos autores, de las causas que conducen a estas prácticas incorrectas, los perjuicios que originan, las posibles medidas para erradicarlas, y el rol que desempeñan en este ámbito los auditores, tal y como se describe más adelante.

2. Naturaleza y definición de la contabilidad creativa

La contabilidad creativa no es una práctica simple realizada por cualquier profesional. Si así lo fuera, los errores, omisiones o artificios aplicados serían fáciles de detectar; sin embargo, no es el caso: esta es una práctica que requiere de la aplicación de complicados métodos o procedimientos, y de profesionales astutos y creativos, con conocimientos avanzados en las normas contables y legales de cada país.

Estos factores les permiten utilizar dichos conocimientos a su favor y en beneficio de los interesados, y distorsionar la imagen confiable de la organización al no mostrar una información razonable de la situación económica de la empresa, con lo cual modifican la opinión de los *stakeholders* o grupos de interés, y, consecuentemente, las decisiones que pudieran tomarse.

Según Jameson,

En la práctica de la contabilidad creativa es necesario tener conocimientos de la normativa para manipular la realidad de la información a lo deseado y siempre bajo la perspectiva de lo que se considere ética profesional y transparencia de la información. Mostrando distintos tipos de opinión, solucionando conflictos entre aproximaciones diferentes, manipulando las cifras de los Estados financieros (1988, p. 7-8).

De la creatividad utilizada en los procedimientos aplicados para la manipulación de la información financiera, surge la pregunta “¿Creatividad o fraude?”. La respuesta siempre se relaciona con una delgada línea que los separa, la cual es cada vez más complicada de identificar. A continuación, se presenta la opinión de algunos autores, en relación con el tema de la contabilidad creativa.

Para Naser (1993), la contabilidad creativa es el proceso de manipulación de la contabilidad para aprovecharse de los vacíos y subjetividades de las normas contables, así como de las diferentes opciones de valoración y presentación contenidas en las mismas, para manipular y transformar los estados financieros reales a los que quieren que sean. Implica, también, el proceso por el cual las operaciones se adecúan para obtener los resultados contables deseados, más que informar de un modo consistente y neutral.

Para Ian Griffiths (1988), en el Reino Unido, las empresas del país manipulan sus operaciones en función de sus beneficios. Este autor señala que todas las cuentas que se publican se basan en libros que han sido manipulados cuidadosamente, y que la información mostrada al público inversor ha sido alterada para proteger al culpable y que los artificios utilizados no infringen las normas contables ni legales, sino que son totalmente legítimas, lo que recibe el nombre de contabilidad creativa.

Por su parte, Jameson (1988) expone que la contabilidad creativa es, en esencia, un proceso de uso de normas. La flexibilidad y los vacíos dentro de ellas pueden hacer que los estados financieros parezcan de cierto modo diferentes a lo que estaba establecido por dichas normas. El autor, además, agrega que consiste en manejar las normas para buscar una escapatoria ante las necesidades de los inversores.

Posteriormente, Amat y Blake (1999) indican que la contabilidad creativa consiste en que los profesionales contables manipulan la información financiera utilizando su conocimiento al aprovecharse de los vacíos y omisiones de la normativa existente, y de la opcionalidad existente entre diferentes prácticas de valoración que esta ofrece. Añaden que es un sistema de contabilidad modificado y adecuado por y para las necesidades a corto plazo de imagen de la empresa.

En cuanto a Blasco (1998), este explica que el término contabilidad creativa ha sido introducido para describir el proceso en el cual se utilizan los conocimientos de las normas contables para manipular y/o alterar las cifras de las cuentas anuales. Califica esta práctica como un eufemismo utilizado para evitar referirse a esta por sus verdaderos nombres, es decir, artificios contables, manipulaciones contables y fraudes.

Según Trossero, “la contabilidad creativa alude al aprovechamiento de la ausencia y/o flexibilidad de la normativa contable en temas de reconocimiento, valoración e información

de los hechos susceptibles de ser computados en la elaboración de estados financieros” (1999, p. 25).

Todos los autores mencionados coinciden en que la contabilidad creativa es el aprovechamiento de la flexibilidad, subjetividad y vacíos de las normas contables y legales para realizar la manipulación y aplicación de prácticas incorrectas y, muchas veces, negativas, que lo único que ocasionan es la distorsión en la presentación de una información financiera razonable, confiable e imparcial. Con ello, se pretende mostrar el resultado preferido, en vez del real y razonable. De este modo, la información financiera de las organizaciones cambia beneficiando o cumpliendo los objetivos particulares que se persigue al aplicarlas.

3. Causas de la contabilidad creativa

Esta práctica contable, tan debatida y cuestionada, surge primero porque se quiere, es decir, por la intencionalidad de los responsables de adoptar dichas prácticas, de utilizar una u otra política contable. En segundo lugar, existe debido a que se puede; como ya se mencionó, las causas están referidas a la normatividad contable, sus vacíos, subjetividades, u opcionalidades de valoración y presentación, así como por las normas legales de cada país. La necesidad que tiene la organización de mostrar el nivel de gestión deseado a aquellos usuarios interesados o *stakeholders* ha hecho que el lograr dicho nivel de satisfacción a través del uso de prácticas negativas y engañosas sea un fenómeno común, y con miras a crecer cada vez más en el mundo económico actual.

Por ello, Pirela afirma

Que las causas quizás de mayor peso de la contabilidad creativa son: la necesidad de impresionar a los accionistas, manipular el valor de las acciones y los sistemas de retribución de la Gerencia a través del manejo y pago de dividendos, manipular las entidades bancarias para el otorgamiento de los créditos, engañar al fisco o lograr la adjudicación de concesiones importantes (2009, p. 9).

Sus principales responsables son los directivos, que son los encargados de tomar las decisiones sobre las políticas contables. Dichas decisiones son influenciadas por los resultados que desean reflejar a los *stakeholders* o grupos de interés, y que estos esperan obtener.

Cabe indicar, como se mencionó en párrafos precedentes, que estas prácticas creativas no suelen ser detectadas con facilidad, porque no siempre son evidentes. Esto se debe a que estos artificios se encuentran camuflados en complicadas operaciones y tecnicismos contables; de este modo, se evita una efectiva toma de decisiones, limitada por una desventaja informativa.

Al no ser detectada con facilidad y al poder dar una respuesta inmediata a las necesidades de información financiera de la empresa, el uso de la contabilidad creativa se está incrementando aceleradamente, con lo cual se pierde la seguridad razonable, la neutralidad, la imparcialidad y la confiabilidad de la información financiera que los usuarios interesados requieren para una efectiva toma de decisiones.

Por ello, se considera a la información financiera de suma importancia en cuanto a su neutralidad, imparcialidad y razonabilidad, tal como lo mencionan Guevara y Cosenza:

La transparencia informativa se ha convertido en requisito indispensable para el eficiente funcionamiento del orden socioeconómico en general y, por ello, se hace necesario un conjunto de medidas, normas, reglas y requisitos diversos, con el objeto de garantizar que la adecuada información económica y financiera de las empresas llegue a sus usuarios, principalmente la referida a las empresas que, por sus características específicas, resulten de interés general para la sociedad (2004, p.7).

Por otro lado, como se sabe ya, la existente flexibilidad en las normas contables facilita la manipulación, el engaño y la tergiversación de la información financiera y económica de las empresas a través del uso y/o aplicación de procedimientos incorrectos y artificios

creativos poco deseables, lo cual es conocido como contabilidad creativa. Según Monterrey (1997), las razones que refuerzan su práctica creativa están agrupadas en tres grupos:

- Mejorar la imagen financiera y económica de la empresa (incremento de resultados)
- Estabilizar la dicha imagen a lo largo de los años
- Debilitar la situación financiera y económica reflejada de la empresa (reducción de resultados)

Mientras, para Naser (1993), las causas pueden estar en la pobreza de los órganos de administración o dirección de la empresa; la distorsión y/o manipulación de la información; la presión de los *stakeholders* o grupos de interés; o, lo que él considera su motivo esencial, la flexibilidad de las normas contables.

A continuación, se describen los incentivos que conducen a manipular la información financiera con el fin de conseguir dichos objetivos, según Laínez y Callao (1999):

Incentivos para realizar prácticas que mejoren la imagen de la empresa

- Remuneración de la dirección ligada a beneficios, precio de las acciones, evolución de la empresa
- Interés de la empresa en la obtención de recursos externos (préstamos)
- Mejora artificial del nivel de resultados cuando estos son efectivamente desfavorables
- Impresionar a los inversionistas con grandes beneficios

Incentivos para realizar prácticas que mantengan o estabilicen la imagen de la empresa

- Disminuir el nivel de riesgo como consecuencia de mantener estable el nivel de resultados
- Impresionar a los inversionistas con crecimiento sostenido

- Consecuencias positivas en las políticas de dividendos al permitir un reparto menos oscilante

Incentivos para realizar prácticas que empeoren la imagen de la empresa

- Disminución del pago de impuestos
- Evitar incrementos salariales elevados
- Ocultar grandes beneficios frente a competidores
- Existencia de posibilidad de atribuirse éxitos en años posteriores

4. Factores que facilitan la existencia de prácticas creativas

Existen factores que facilitan que la contabilidad creativa se desarrolle dentro de las empresas. Entre ellos, se encuentran los siguientes (Laínez y Callao, 1999, p. 27):

- Asimetría de información entre quién la elabora y quién analiza los estados económico-financieros.
- Aspectos que rodean y condicionan el comportamiento del propio individuo:
 - Diferencias en la personalidad
 - Valores culturales adquiridos por el individuo
 - Nivel de competencia en el entorno donde se desenvuelve
 - Visión personal sobre la competitividad, la ética, la legalidad, el fraude, el delito, etc.
- Características de las normas contables:
 - Discrecionalidad en la aplicación de determinadas normas contables
 - Prevalencia de la imagen fiel al elaborar la información
 - Necesidad de realizar estimaciones y subjetividad implícita en la aplicación de determinados criterios contables

- Flexibilidad de las normas al contemplar distintas opciones para reflejar un mismo hecho económico
- Existencia de vacíos en la regulación

Además, al no existir una definición sobre la imagen fiel en la información financiera, y que se puedan adoptar diferentes conceptos, es propicio el desarrollo de la contabilidad creativa.

5. Perjuicios de la utilización y/o aplicación de la contabilidad creativa

Como se sabe, la contabilidad creativa tiene un fuerte impacto en la información financiera y, por ende, en las decisiones que los usuarios o stakeholders interesados toman en base a esta. De hecho, cuando los usuarios utilizan la información financiera, lo hacen para apoyarse en el proceso de toma de decisiones. Por tanto, si dicha información presentada por la organización es el resultado de la aplicación de prácticas creativas, la misma, sin duda, se aparta de la verdadera imagen fiel de la empresa, las decisiones adoptadas por los *stakeholders* o usuarios interesados van a verse afectadas de manera negativa por estar basadas en datos no reales ni razonables.

Por ello, la aplicación de prácticas creativas resulta negativa para la información financiera, en la medida que genera pérdida de la seguridad razonable que se requiere y evita que se representen transacciones neutrales, lo cual supone una amenaza importante a la integridad de las cuentas anuales al vulnerar la información presentada a los usuarios que utilizan dicha información. Además, impide que se refleje la verdadera imagen fiel de la empresa, que es la que se debe anteponer frente a todo. Esto ocasiona un cambio de opinión con respecto a las decisiones que se tomarán.

Aun cuando no existe una definición establecida para la “imagen fiel” de la empresa, diversos autores concuerdan en que el uso de la contabilidad creativa distorsiona dicha imagen fiel, y la condiciona a una imagen basada en lo que quiere que sea y no en lo que realmente es. Como consecuencias de lo anterior, se presenta una imagen ajustada, alterada y/o manipulada, con datos no reales de la verdadera situación de la empresa, para satisfacer las necesidades de información a corto plazo que tienen los diversos usuarios. Cabe indicar que la presentación de esta imagen ajustada sucede por las diferentes interpretaciones que tiene el término “imagen fiel” (al no existir una definición establecida). En la mayoría de casos, dichas interpretaciones se basan en criterios personales e intereses perseguidos por los encargados de la preparación de la información financiera, lo cual conduce a hacer uso de la contabilidad creativa.

Históricamente, se sabe que el uso de procedimientos contables creativos e incorrectos ha generado situaciones que han llevado a la quiebra a más de una empresa con gran participación en el mercado mundial. Enron, Parmalat, Worldcom y Tyco son casos emblemáticos en Estados Unidos y conocidos en todo el mundo por la manipulación y fraude de información con el fin de mostrar una imagen financiera y económica fuerte y en crecimiento a los *stakeholders* o grupo de interés, lo que ocasionó su desaparición del mercado y los condujo a afrontar grandes cargos por todo lo sucedido.

Según Griffiths (como se citó en Laínez y Callao, 1999), los usuarios de la información son culpables en cierto modo al propiciar la realización de prácticas creativas, a través de la presión que ejercen para que las empresas presenten una determinada imagen económica y financiera. Así, se produce una situación contradictoria, debido a que el principal perjudicado por la contabilidad creativa, que es el usuario interesado o *stakeholder*, ha contribuido a que se generalice su utilización.

Por otro lado, la aplicación frecuente e intencionada de la contabilidad creativa genera daños en la reputación y confianza de las empresas que la aplican y de aquellos que

debieron velar porque la información presentada sea transparente. Con respecto a las últimas, nos referimos a instituciones reguladoras y supervisoras, así como a las firmas auditoras, que pueden incidir de manera negativa en la ética empresarial, tal y como sucedió tras la caída de las empresas mencionadas en párrafos precedentes: Enron, Worldcom, Parmalat, entre otras, que utilizaron el engaño para mostrar una imagen económica y financiera de la empresa que no guardaba ninguna relación con la verdadera situación económica y financiera que atravesaba en ese momento.

Al respecto, cabe recalcar que la manipulación de información financiera y el engaño hacia los usuarios interesados son las principales violaciones a la ética empresarial, lo cual deteriora la imagen ética de la empresa y de sus directivos, que, con sus decisiones desafortunadas sobre las políticas contables a utilizar, muchas veces, violan los principios éticos e incumplen lo establecido.

Por ello, el uso y aplicación de prácticas creativas no solo debe reducirse, sino que se debe tratar, en la medida de lo posible, de erradicarlas por muy difícil que parezca. Su uso daña y perjudica a todos, tanto a usuarios internos como externos, y aun cuando determinados usuarios ejerzan presión sobre los responsables de la preparación de la información financiera de la empresa para obtener determinados resultados, esto no debe ser excusa para que ellos utilicen prácticas creativas mediante las cuales manipulen y alteren la información financiera y económica de la empresa basándose en sus intereses.

6. Medidas para combatir el uso y/o aplicación de la contabilidad creativa

Por imposible que parezca la eliminación del uso de la contabilidad creativa, se debe adoptar medidas para reducirla al máximo y, de este modo, ir acabando con ella gradualmente. Es necesario para ello adoptar medidas que actúen contra los factores y las

causas que facilitan y permiten su aplicación y uso, tal y como las diversas autoridades competentes especialistas en la materia han venido planteando.

Con respecto a las causas que facilitan la contabilidad creativa, se sugiere lo siguiente (Laínez y Callao, 1999, p. 32-33):

- Normas contables más rígidas, en el sentido de que no exista un elevado grado de opcionalidad que otorgue a las empresas la posibilidad de elegir un amplio abanico de alternativas
- Establecer mecanismos de control que sean un obstáculo para la manipulación de cuentas en las siguientes vías de actuación:
 - Exigir al auditor una actitud más contundente ante la práctica creativa
 - Existencia de comités de auditoría sobre la actuación de la dirección, lo que incrementa la garantía de la información
 - Limitar el poder del Consejo de Administración a través de consejeros independientes.
 - Asistencia de los auditores a las Juntas Generales para ser interrogados por sus informes
- El establecimiento de una normativa contable más detallada y concreta en la que se utilice una terminología clara y se establezcan con precisión los criterios a aplicar, con lo cual se dificultaría el ejercicio de la creatividad.
- La exigencia de un volumen y calidad superior de información acerca de los criterios aplicados, hechos ocurridos tras el cierre, contingencias, etc.

Como se observa, Láñez y Callao hacen mención al control interno que se puede ejercer dentro de la empresa, y es que éste es un limitante para la contabilidad creativa, pues el uso y aplicación de sanciones a quienes la ejecutan puede reducir de manera importante su difusión y sirve como impedimento a la manipulación, y, más aún, si quienes sancionan son los usuarios de la información. De esta manera, el uso de la contabilidad creativa se pondría en contra de la empresa, dado que, si estas prácticas no éticas son detectadas por dichos usuarios, la empresa recibiría importantes castigos por parte de ellos.

Sobre la base del control interno, se emitió el denominado COSO de 1992 y el COSO 2013, los que incorporan las exigencias de la Ley de Sarbanes–Oxley. Cabe anotar que el COSO 2013 no reemplaza al anterior; surgió como respuesta a los escándalos financieros ocurridos en Estados Unidos y para ayudar en el control interno de la empresa. En este, se le pone mayor énfasis a la gestión del riesgo de los posibles eventos que puedan afectar a la empresa.

Por otro lado, la Ley de Sarbanes–Oxley también aparece como respuesta a los escándalos por fraude, corrupción, conflictos de interés, negligencia y a la mala práctica de los profesionales, que violaron los códigos de ética engañando a socios, empleados y grupos de interés. Esta ley regula las funciones financieras, contables y de auditoría, y las penaliza severamente.

Además, Cordobés y Molina (2000) señalan como medida que las notas de los estados financieros deberían contener de manera obligatoria todos aquellos datos por los cuales no se llega a la realidad, y proporcionar información sobre todos y cada uno de los criterios tomados para llegar a esa “imagen fiel” que se presenta, y así desengañar la aparición de prácticas creativas.

Por otro lado, se presentan algunas propuestas contra la contabilidad creativa según Amat y Oliveras (2004, p.16):

- Para reducir las oportunidades de la contabilidad creativa como consecuencia del sesgo de las estimaciones y predicciones, la normativa contable debería reducir el campo de las estimaciones.
- Para reducir las oportunidades de la contabilidad creativa como consecuencia de las transacciones artificiales, la regulación contable debería favorecer la interpretación de la imagen fiel como “sustancia sobre la forma”.
- Para reducir las oportunidades de la contabilidad creativa en el ámbito de las transacciones extraordinarias, se debería adoptar el criterio de la revalorización anual de los inmovilizados y, por tanto, utilizar el valor razonable –o *fair value*– que ya está previsto en las NIC.
- Los organismos reguladores no deberían autorizar a determinadas empresas tratamientos específicos al margen de la normativa contable.
- Las empresas cotizadas en bolsa deberían estar obligadas a presentar sus cuentas corrigiendo las salvedades detectadas por los auditores como ocurre en la mayoría de países.
- Los directivos de empresa y la profesión contable han de fortalecer su código ético para no aceptar casos de contabilidad creativa.
- Los códigos de buen gobierno han de reforzar el papel de los comités de auditoría para velar por la fiabilidad de las cuentas y evitar las tentaciones de efectuar maquillajes.

7. Los auditores y la contabilidad creativa

Los auditores, por su función, asumen parte de la responsabilidad en la práctica creativa, pues se encargan de determinar la razonabilidad, confiabilidad, imparcialidad, veracidad de la información financiera y económica que han revisado para expresar su opinión a través del informe de auditoría, a los diferentes *stakeholders* y grupos de interés. En su dictamen, por ende, debe expresarse si las cuentas de la empresa reflejan la imagen fiel y han sido

elaboradas sobre la base de los principios y normas contables de manera uniforme en la empresa.

Ahora bien, la imagen del auditor en las últimas décadas ha perdido de algún modo la confianza que poseía como consecuencia de los diferentes escándalos financieros ocurridos. Fue el escándalo de la compañía Enron que condujo a la extinción de una de las cinco firmas auditoras más grandes del mundo, más conocida como la firma auditora Arthur Anderson, la cual violó los códigos de ética, y permitió el fraude financiero mediante diferentes prácticas creativas dentro y fuera de la ley. Esto puso en tela de juicio el papel que desempeñaban los auditores para velar por la veracidad de la información. Sin embargo, también se debe considerar que el auditor presenta ciertas limitaciones, pues el principal problema para emitir su opinión es al momento de intentar determinar el concepto de imagen fiel (el cual es indeterminado al no existir una definición formal de este término), pues el cumplimiento estricto de los principios y normas contables no necesariamente implican que las cuentas reflejen fielmente la realidad de la empresa. Incluso, si prevaleciera el concepto de imagen fiel, se estarían dejando de cumplir otros principios.

Por su parte, Huber (1999, p. 133) manifiesta lo siguiente en defensa de la responsabilidad del auditor:

- La propiedad y la responsabilidad del contenido de los estados financieros son del director, socio o dueño de la empresa. El auditor solo expresa una opinión profesional sobre ellos.
- El auditor solo expresa sobre la razonabilidad, lo cual no equivale a exactitud, con que los estados financieros considerados en su conjunto, presentan la situación de la empresa.

- El auditor trabaja mediante pruebas selectivas y sobre elementos que le proporciona la gerencia de la empresa; por lo tanto, solo dictamina sobre la información que posee.
- No es función del auditor la detección de fraudes o irregularidades, y mucho menos si han sido cometidos y organizados por el gerente de la empresa auditada.

Entonces, con ello, se discute qué tan responsable puede llegar a ser el auditor de la detección de las prácticas creativas aplicadas por la empresa auditada y se presentan las salvedades correspondientes.

8. Conclusiones

El uso de la contabilidad creativa mantiene diferentes opiniones, pero todas coinciden en que no se puede negar el efecto perjudicial que tiene para la empresa. A pesar de que muchos profesionales estén de acuerdo en su uso, y la defiendan en sus diferentes niveles de complejidad y con la aplicación de los diferentes marcos legales que utilizan para su conveniencia, sin salirse de la ley, esta práctica tiene que ser erradicada. Como se vio, perjudica de manera importante a la empresa: si bien satisface necesidades a corto plazo, a largo plazo, puede conducir a la quiebra y liquidación de grandes compañías, como se mencionó anteriormente.

El uso de la contabilidad creativa es en realidad culpa de todos los interesados: de los usuarios, por presionar a los encargados de la información financiera con los niveles de gestión que debe alcanzar la compañía; los encargados de la administración, por sucumbir ante la manipulación y ajustar las transacciones para mostrar a los usuarios o *stakeholders* lo que estos quieren ver con el fin de beneficiarse; y de los auditores, por –de alguna forma– no mantener su independencia y, en algunos casos, caer ante los beneficios que obtendrían por ayudar a mantener ocultas estas prácticas creativas, que no hacen más que

engañar con datos manipulados y alterados a los usuarios y *stakeholders*, tal y como sucedió en los distintos escándalos financieros mencionados.

Los entes reguladores, en especial el IASB, deben de reducir las opcionalidades presentes en las normas. Se necesitan normas más rígidas y concretas, y un mayor control sobre la función que desempeñan los profesionales que elaboran y revisan la información financiera.

Bibliografía

Amat, O. y Blake, J. (1999). *Contabilidad Creativa*. Madrid: Gestión 2000.

Amat, O., y Oliveras, E. (2004). Propuestas para combatir la contabilidad creativa. *Universia Business Review*, 1, 10-17. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4330010>

Blasco, J. J. (1998). *De la contabilidad creativa al delito contable. Partida doble*, 2(85), 33-39.

Cordobés, M. M., y Molina, S. H. (febrero, 2000). *Algunas reflexiones sobre la contabilidad creativa, técnica contable*, 52(614), 89-110.

Dos Santos, A., y Guevara, I. R. (2003). La contabilidad creativa y la responsabilidad de los auditores. *Contabilidad & Finanzas*, 14(32), 7-22. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rcf/v14n32/v14n32a01.pdf>

Guevara, G. I. R., y Cosenza, J. P. (2006). Principales causas que motivan la contabilidad creativa en Venezuela: La gerencia y sus herramientas de manipulación. *Compendium*, 9(16), 5-31. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/880/88001602.pdf>

Guevara, I. R., y Cosenza, J. P. (2004). Los auditores independientes y la contabilidad creativa: estudio empírico comparativo. *Compendium*, 6(12), 5-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/880/88001201.pdf>

Griffiths, I. (1998). *Contabilidad creativa*. Barcelona: Ed. Deusto.

- Jameson, M (1998). *A Practical Guide to Creative Accounting*. Londres: Kogan Page.
- Huber, G. (1999). *Contabilidad Creativa: Una aproximación empírica*, Buenos Aires: Ed. Centro de Publicaciones de la Universidad Nacional del Litoral.
- Laínez, J.A., y Callao, S. (1999). *Contabilidad Creativa*. Madrid: Civitas Ediciones.
- Monterrey, J (1997). *Entre la contabilidad creativa y el delito contable. La visión de la contabilidad privada*. Madrid: V Seminario Carlos Cubillo, Universidad Autónoma de Madrid.
- Naser, K. (1993). *Creative financial accounting: its nature and use*. Londres: Prentice Hall,
- Pirela, W. A. (2009). *La contabilidad creativa: un “maquillaje” a los estados financieros*. Santa Fe: El Cid Editor.
- Santos, C. M. (2016). La contabilidad creativa, el directivo y la ética organizacional. *Retos de la Dirección*, 10(2), 46-67. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n2/rdir04216.pdf>
- Trossero, A. (1999). *Contabilidad creativa: La eficacia del ingenio*. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Universidad Nacional del Litoral.