

ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA DE LA CONTABILIDAD CREATIVA EN LAS ORGANIZACIONES

Jhossarys Fernández fierro*
Milena Zabaleta**
Universidad Simón Bolívar

RECIBIDO: mayo 2 de 2012

ACEPTADO: septiembre 15 de 2012

RESUMEN

El presente artículo de reflexión cuyo objetivo fue analizar análisis de la práctica de la contabilidad creativa, en las organizaciones se asocia generalmente como una estrategia frente a las dificultades financieras de las empresas. Entendiendo que a través de estas prácticas se persigue presentar una imagen económica más favorable, la cual permitirá a la empresa lograr ciertos propósitos. Se puede decir que los motivos por los cuales los gerentes de las empresas realizan este tipo de prácticas para manipular los estados financieros, son principalmente porque se necesita para obtener algún objetivo específico y por el hecho que las normatividades permiten realizarlas, es decir porque se quiere y porque se puede. Se utilizó el método analítico, la técnica de investigación fue la revisión documental, observación directa. El resultado obtenido que existe diversas estrategias de aplicación de la contabilidad creativa, para lo cual se debe de realizar una búsqueda en la normatividad contable o fiscal, y verificar las partes que no estén reguladas o bien se les pueda dar una interpretación diferente. Se concluyó que regularmente lo más utilizado dentro de estas estrategias podemos encontrar la interpretación de la ley, modificación al momento de realizar inventarios, no realizando provisiones, o manejar las deudas en diferente sentido, registro de operaciones ficticias, etc.

Palabras clave: Alteración, efecto, normatividad, interpretación, ficticio.

Fernández, J., & Zabaleta, M. (2012). Análisis de la práctica de la contabilidad creativa en las organizaciones, en *Liderazgo Estratégico*, Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Simón Bolívar 1 (1), 108 - 120.

* Estudiante del Programa de Contaduría Pública, de la Universidad Simón Bolívar

** Docente Investigadora de la Universidad Simón Bolívar, miembro de grupo; Pensamiento contable,

CREATIVE ACCOUNTING FRAUD OR FINANCIAL STRATEGY

ABSTRACT

This article reflection aimed at analyzing reflective analysis of the practice of creative accounting in organizations is usually associated as a strategy against the financial difficulties of enterprises. Understanding that through these practices aims to present a more favorable image, which allows the company to achieve certain purposes. It can be said that the reasons why managers of companies engaged in such practices to manipulate the financial statements, are mainly because it is needed for a specific purpose and the fact that normativities let you perform them that is in other words because they want and because they can. The analysis method is used; the technique of investigation was the document review and direct observation. The result obtained there different strategies for implementing creative accounting, for which you must perform a search in accounting standards or tax, and check the parts that are not regulated or they can give a different interpretation. Concluded that the most regularly used within these strategies can we find the interpretation of the law, modification when making inventories, making no provisions or manage debts in a different sense, registration of fictitious transactions, etc.

Key words: Alteration, indeed, interpretation, fictional, regulation.

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, la expresión contabilidad creativa, ha ido formando parte del lenguaje de la contabilidad, causando un fuerte impacto de los ámbitos económicos, financieros y fiscales. El desarrollo de la contabilidad creativa, se ha logrado gracias a la flexibilidad de ciertas normas contables y lagunas en las leyes fiscales, las cuales facilitan el engaño y la manipulación de la información. Por lo tanto, con esta práctica se pretende presentar el resultado contable “preferido”, en lugar del “razonable”.

La contabilidad creativa no se ha establecido como fraude o estrategia financiera aun pues muchos autores tienen diferentes connotaciones de la misma, es por ello que se ha realizado el presente artículo, para estudiar las posiciones que tienen diversos autores al respecto. En los últimos

años la expresión contabilidad creativa ha comenzado a formar parte del lenguaje contable, causando un gran impacto en el ámbito económico, financiero y gerencial, el fenómeno de la contabilidad creativa no es algo nuevo, viene impregnada desde la invención de la contabilidad.

Los alcances de la contabilidad creativa pueden suceder en cualquier tipo de partida de los estados financieros, es decir, tanto en balance como en resultado (pérdidas y ganancias), así como podrá afectar la valoración y/o la revelación. Por lo tanto, la alteración contable puede implicar el mejoramiento o empeoramiento financiero (en cualquiera de las partidas) según sea el objetivo deseado de parte del manipulador. Es interesante resaltar que la contabilidad creativa se basa fundamentalmente en la aplicabilidad de las normas y no en otras formas de manipulaciones para lograr estados

financieros deseados por sobre lo que las normas en su “normal” aplicación resultarían. Esas otras formas, Laínez y Callao (1999, p.21) las definen como “estrategias creativas” las cuales están asociadas a decisiones de gestión. A modo de ejemplo se puede señalar como estrategia de gestión que busca la obtención de un resultado esperado, los ajustes de precios y/o descuentos extraordinarios en pro de obtener determinada cifra de ingresos por ventas, en cuyo caso no se puede hablar de contabilidad creativa, al no haber una manipulación en la aplicación de las normas de valorización contable o de revelación.

Los usuarios de la información y sus necesidades de información son variados y por lo tanto las formas de presentación de los estados contables también pueden serlo. Dependiendo de la empresa, esta información puede adecuarse de manera que refleje una imagen acorde a lo que los

usuarios quieren ver, no siendo siempre necesariamente la real ni la mejor. Pensar que la contabilidad creativa es un mero fraude, le quita el ingenio a quien sabe aprovechar las posibilidades que las mismas normas contables y criterios generalmente aceptados ofrecen.

La mayoría de los usuarios de la contabilidad están convencidos de que tiende a ser una materia exacta, es decir, que refleja fielmente una imagen de la realidad. Sin embargo, los principios y normas contables existentes permiten elegir entre diversas alternativas, lo que posibilita elegir la más conveniente y que proyecte lo que se desea y es aquí donde aparece la llamada Contabilidad Creativa, que se utiliza comúnmente para describir el proceso mediante el cual los contadores utilizan su conocimiento de las normas contables para manipular las cifras incluidas en las cuentas de una empresa, aprovechándose de los

vacíos de la normativa existente, y de las posibles elecciones entre diferentes prácticas de valoración que ésta ofrece. En esta investigación se abarcará el tema desde variadas perspectivas comenzando por definir qué se entenderá por Contabilidad Creativa, para continuar identificando por qué es posible su uso y cuáles son las diferentes connotaciones.

MÉTODO

Diseño

Esta investigación es de tipo exploratorio-descriptivo ya que pretende identificar y explicar los factores y fenómenos que se tienen en cuenta en el perfil ocupacional de los nuevos profesionales de contaduría pública y el papel que estos desempeñan en

el mercado laboral de la ciudad. La presente investigación es de tipo cuantitativo ya que la información recolectada se procesará utilizando tablas y datos numéricos y porcentuales, los cuales serán cuantificados para su análisis e interpretación. Igualmente, el tipo de estudio es el correlacional, que relaciona cada una de las variables objeto de estudio entre sí para determinar las causas y consecuencias de la problemática objeto de estudio.

RESULTADOS

Autor	Año Definición o Reflexión	Tomado de
-------	----------------------------	-----------

Griffiths	1988	Todas las empresas de este país (por Gran Bretaña) manipulan sus beneficios. Todas las cuentas que se publican se basan en libros que han sido retocados con más o menos delicadeza. Las cifras que se facilitan al público inversor han sido modificadas para proteger al culpable. Es la estratagema de mayor envergadura desde el caballo de Troya.	Cano (2001); Huber (1999); Laínez y Callao (1999); Amat y Blake (1999)
Smith	1992	Nos da la impresión de gran parte del aparente crecimiento, ocurrido en los últimos años , ha sido más un resultado del juego de maniobras contable que del genuino crecimiento económico	Amat y Blake (1999)
Barthès de Ruyter	1992	Pueden dar lugar a artificios que posibiliten a las empresas mejorar la apariencia de su situación.	Rodríguez (1996)
Pasqualini y Catel	1993	Trata de poner los medios para dar respuesta a la imaginación de los nuevos productos financieros.	Rodríguez (1996)
Pijper	1993	La contabilidad podría ser usada como una herramienta para distorsionar la realidad subyacente a la vista de los usuarios de los estados financieros	Huber (1999); Rodríguez (1996)
Stolowy	1994 1995	De manera simplificada, la contabilidad llamada creativa apunta a dos objetivos: mejorar las cuentas y traducir la creatividad financiera.	Rodríguez (1996)
Healy y Wahlen	1998	La manipulación de las cifras contables tiene lugar cuando los directivos usan su propio juicio en la elaboración de la información financiera y en la estructuración de transacciones, con la finalidad de alterar los informes contables para confundir a los	Cano (2001)

	usuarios de dicha información acerca de la realidad económica de la empresa	
De George	1999 Consiste en el ejercicio estratégico de la discreción de los directivos para influir sobre el resultado publicado.	Vidal (2002)
Dechow	1999 Se trata de prácticas favorecidas por la flexibilidad de la normativa contable y encaminadas a la consecución de una determinada posición previamente establecida por la dirección, que dista en numerosas ocasiones de la verdadera situación económico-patrimonial de la empresa.	Vidal (2002)

Del cuadro anterior se puede inferir que no existe una definición totalmente aceptada de contabilidad creativa, por un lado está una corriente que la califica dentro de parámetros aceptables y otra corriente que la considera como una práctica reñida con la ética. Dentro de las causas que motivan la manipulaciones contables se distinguen distintas explicaciones, pero la principal está relacionada con los vacíos, subjetividades y opcionalidades en la

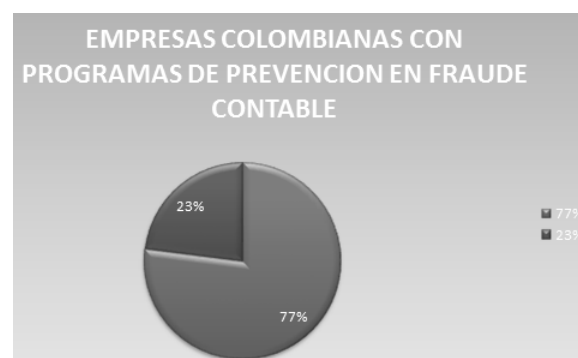
normativa. Entre las técnicas utilizadas en la contabilidad, está la realización de asientos contables regulares o ajustes contables o extracontables que permitan modificar uno o más saldos de los estados financieros. El rol de los auditores externos es preponderante respecto a la contabilidad creativa, existiendo la visión de un rol de regulador y otros que lo ven como cómplices y parte del problema. Distinguir en forma clara la línea divisoria entre la estrategia contable y el fraude por manipulación resulta cada vez más complicado. En diversos artículos

científicos pueden encontrarse opiniones acerca del género de las prácticas creativas en el laboratorio contable de los estados financieros de las empresas. Guevara y Cosenza (2004, p. 7)

Dentro de 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. Ese conjunto de medidas, normas, reglas y requisitos diversos que se requieren en la formación y divulgación de la información financiera parece ser, para los autores, el

punto de inflexión que permite diferenciar la estrategia del delito contable cuando se refieren a las prácticas de contabilidad creativa. Según los planteamientos de la teoría positivista de la Contabilidad formulados por Watts y Zimmerman (1978 y 1986), tales prácticas creativas pueden ser analizadas desde dos diferentes perspectivas: el enfoque oportunista y la información asimétrica. Según este enfoque positivista, el fenómeno de la contabilidad creativa representa una incógnita difícil de definir en forma suficientemente amplia, como para que pueda ser aceptada generalmente por los estudiosos del tema

Gráfico 1.



Fuente: KPMG encuesta de fraude en Colombia.

Como lo muestra el gráfico anterior solo el 23% de las empresas colombianas cuentan con un programa de prevención en fraude contable esto significa en gran medida la aplicación de recursos económicos, humanos y de conocimientos con el fin de minimizar los riesgos teniendo en cuenta que debe existir una relación costo-beneficio.

Minimizar el riesgo de un fraude requiere de un sistema de actividades y controles que en su conjunto reduzcan el mínimo posible la posibilidad de ocurrencia de fraude y conductas impropias, y que al mismo tiempo maximicen la posibilidad de detectarlas, antes de que signifiquen un quebranto económico significativo. Una estrategia de administración de riesgos de fraude que sea efectiva y orientada a la empresa abarcara actividades, mecanismos y controles que tengan tres objetivos, prevención, detección y respuesta. En la

prevención reducir el riesgo de ocurrencia de fraude y conductas impropias, en la detección descubrir fraudes y conductas impropias cuando ocurran y en la respuesta tomar medidas correctivas y reparar los daños provocados por dicho fraude o conductas impropias. Todas las empresas están sujetas a padecer algún tipo de fraude, sin embargo se ha visto que cuando se cuenta con un programa que permita combinar mecanismos de control y prevención internos esos riesgos se reducirán en gran número.

Entre la comunidad empresarial existe lamentablemente una percepción de que los programas preventivos de riesgos son más un costo que una inversión, en general las compañías que operan en Colombia suelen mostrar un bajo nivel de previsión de riesgos futuros, dejando de lado la planeación para responder a amenazas presentes o futuros. Esta característica de la mayoría de compañías que operan en

Colombia se ve reflejada en el bajo nivel de empresas que manifestaron tener programas de prevención de fraude. (KPMG, 2011)

DISCUSIÓN

Las compañías que operan en Colombia enfrentan el reto de consolidar sus negocios potenciar su prestigio. La confianza que proyecten a clientes, inversionistas y socios estratégicos será fundamental para lograr estos objetivos. En este contexto, su principal enemigo es el riesgo de ser víctimas de fraudes, que minen su patrimonio e imagen corporativa.

El fraude no es una amenaza estática; las empresas necesitan evaluar sus riesgos de fraude de manera recurrente, para tratar de frenar este flagelo que tiene como causa la estrategia utilizada por los

empresarios para mostrar la situación financiera como más les convenga.

No obstante el buen ambiente de negocios que se vive hoy en Colombia, ha potenciado los riesgos de fraude que enfrentan las compañías y ha puesto en evidencia las principales debilidades de control de las empresas. Una estrategia de administración de riesgos de fraude que sea efectiva y orientada a la empresa abarcará actividades, mecanismos y controles que tengan tres objetivos.

- Reducir el riesgo de ocurrencia de fraude y conductas impropias.
- Descubrir fraudes y conductas impropias cuando ocurren.
- Tomar medidas correctivas y reparar el énfasis de la gestión efectiva y responsable de las empresas.

La investigación del fraude, del abuso y del error no debe ser el interés primordial de la Alta Dirección de las empresas, pues se trata de una posición más bien reactiva que proactiva. El interés principal debe estar encaminado a fortalecer una administración eficaz, basada en un sistema de control de riesgos y fortalecimiento de la infraestructura ética corporativa, que impidan el abuso de confianza y disminuya la probabilidad del error y el engaño.

Uno de los objetivos esenciales de los órganos de gobierno de las empresas, especialmente en tiempos de expansión y crecimiento, debería ser el establecimiento de un sistema de control interno y administración de riesgo que ayude a mitigar la incidencia de fraudes y todo tipo de conductas impropias, que puedan dañar el valor y la integridad de la empresa.

Todas las compañías son susceptibles de padecerla, sin embargo, se ha visto que la posibilidad de sufrir un fraude se reduce sustancialmente cuando las empresas entienden los riesgos de su propia operación y adoptan un programa integral que les ayude a prevenir y detectar a tiempo las posibles irregularidades. Sólo así se estará realmente tomando medidas concretas para mejorar la confianza en las empresas y se estará trabajando para la protección de su patrimonio.

La contabilidad creativa, no puede recibir una connotación general de fraude o estrategia financiera, pues en algunas situaciones se verá como estrategia y en otras será fraude dependiendo del contexto legal.

REFERENCIAS

- Amat, Moya y Blake (1997). *La Contabilidad Creativa, Partida Doble*. Pág. 24,32. *creativa. Revista Técnica Contable*, febrero, pp.89-110.
- Barthès De Ruyter (1992). *Contabilidad Creativa y Rol de los Auditores Externos frente a este Fenómeno*. Dávila Galván, S. (1980). *La Auditoría Interna ante los fraudes*. Ediciones Contables y Administrativas, S.A.
- Cano, M. (2001). *Análisis de la Fiabilidad de la Información Contable: La contabilidad creativa*. Editorial Prentice. De George, R.; Patel, J. y Zeckhauser, R. (1999). Earnings management to exceed thresholds. *Journal of business*, vol. 72, pp. 1-33
- KPMG (2011): Encuesta de Fraude en Colombia (2011)
- Contabilidad Creativa. www.gerencia.com consultado: 6/03/2003. Láinez y Callao (1999). *Contabilidad Creativa una aproximación empírica*. Hubert, G. Pág. 21
- Cordobés, M. y Molina, H. (2000). *Algunas reflexiones sobre la contabilidad*

Ley 599 de 2000. Código Penal Colombiano.

Técnica Contable, Vol. 54 N°647, pp. 833-845.

Poblete Villouta, C. *Contabilidad Creativa un maquillaje a los Estados Financieros.*

Villarroya, M. y Rodríguez, M. (2003). La manipulación contable: El perfil de las empresas manipuladoras. *Revista Partida Doble* N°143, pp.54-63

Smith, T. (1992). Tendencias de contabilidad y contabilidad creativa, Boletín *AECA*, No 36, pp. 47

Stlowy, H. y Breton, G. (2004). Accounts manipulation: A literature review and proposed conceptual framework. *Review of Accounting & Finance*, Vol.3 N° 1, pp. 5-66.

Vidal, M. (2002). Reflexiones en torno a la contabilidad creativa. *Revista*