

PERSPECTIVA ÉTICA

CONTABILIDAD CREATIVA: LA MANIPULACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y LA TRANSGRESIÓN DE LA ÉTICA

Roger Aldair Calderón Portocarrero¹
Óscar Alfredo Díaz Becerra²

Resumen

Esta investigación busca identificar la naturaleza y causas de la manipulación de la información financiera, llamada contabilidad creativa, cuando ésta se hace para presentar una imagen ideal de la situación de la empresa y satisfacer las expectativas de los usuarios o *stakeholders*. Se analizan las consecuencias de esta práctica cuya incidencia negativa en la ética de los negocios y en la

toma de decisiones refleja una imagen mentirosa de la empresa. Asimismo, se analizan las medidas adoptadas para combatir esta práctica y el papel que desempeñan los auditores para detectar la manipulación de la información financiera. Sin duda, la contabilidad creativa es un fenómeno inaceptable que se ha incrementado repercutiendo destructivamente en la organización.

Palabras clave

Contabilidad creativa, stakeholders, manipulación, Ética en los negocios, toma de decisiones.

(1) Estudiante de pregrado, Facultad de Ciencias Contables de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

(2) Docente Asociado Tiempo Completo, Departamento Académico de Ciencias Administrativas de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Abstract

The purpose of the present research is to identify the nature and causes of financial information manipulation, in order to show an ideal financial situation of the company, to satisfy the stakeholder's expectations, which is known as Creative Accounting. We analyze the consequences to use this practice in the financial information, which affect negative-

ly to the business ethics, decision-making and avoids reflecting the true image of the company. In addition, we analyze the solutions to reduce it and analyze the role of the auditor to detect this practice. Without a doubt, the creative accounting is an unacceptable phenomenon, which is increasing more and more, damaging to the organization, causing a negative economic and social impact for all the stakeholders.

Keywords

Creative accounting, stakeholders, manipulation, business ethics, decision-making.

Introducción

Muchas empresas con gran participación en el mercado a nivel mundial se caracterizan por las buenas gestiones de sus directivos y por la buena imagen que ellos construyen haciendo las empresas rentables y competitivas. Para lograr esto, la información financiera presentada adquiere mayor relevancia para los usuarios y para el proceso de toma de decisiones. No obstante, en estos contextos empresariales, en algunos lugares los encargados de la gestión, por satisfacer las necesidades de información financiera a los usuarios o *stakeholders*, conciben lo que se denomina contabilidad creativa. Ésta surge para mostrar no la realidad financiera sino lo que se quiere que sea. Para lograrlo se interviene la información con medios hábiles y astutos para distorsionarla y buscar el beneficio de intereses particulares.

y la neutralidad y la razonabilidad de la información que se presenta. Pero más allá de las diferentes perspectivas, se concluye que la contabilidad creativa es un conjunto de prácticas incorrectas que atentan contra la ética de los negocios.

Esta investigación analiza la definición de la contabilidad creativa sobre la base de las opiniones de diversos autores, las causas que la originan, los perjuicios que causan, las posibles medidas para combatirlas y el rol que desempeñan los auditores en este entorno. Asimismo, se quiere determinar cuáles son las causas principales de su aplicación y los efectos que produce, no sólo financieramente, sino también en lo social (ético-moral y confianza en las organizaciones). Finalmente, se pretende establecer medidas contra el uso de la contabilidad creativa y analizar el papel que desempeña el auditor en este ámbito.

La contabilidad creativa es un tema muy debatido en países como España e Inglaterra en donde se analiza desde hace décadas. A comienzos de este siglo, debido a los fraudes contables ocurridos en Estados Unidos, Italia y México, tales como el caso Enron, WorldCom, Parmalat y Xerox, entre otros, diversos autores discutieron a profundidad la diferencia entre la creatividad y el fraude

El método que se emplea para describir, analizar y explicar el tema en discusión es la revisión bibliográfica. Se ha recurrido a diversas fuentes documentales y se seleccionaron aquellas que informan de manera más objetiva los aspectos que deben tenerse en cuenta para una revisión y análisis adecuada de la información que se quiere brindar al público objetivo.

2. Marco teórico

2.1. Naturaleza y definición de la contabilidad creativa

La contabilidad creativa es una práctica que requiere de la aplicación de métodos o procedimientos complicados, aplicados por profesionales creativos con conocimientos avanzados en la regulación contable y legal de cada país. Ésta no es una práctica simple realizada por cualquier profesional pues los errores, omisiones o artificios aplicados son muy difíciles de detectar.

Los encargados de la gestión que manipulan la información financiera de las empresas saben aprovechar los vacíos, subjetividades y flexibilidad que a veces presenta la regulación contable, usan el contexto a su favor y en beneficio de grupos de interés para distorsionar la imagen confiable de la organización. Esta situación puede afectar las percepciones de los *stakeholders* o grupos de interés y, en consecuencia, también las decisiones que pudieran tomarse con base en esta información.

Según Jameson (1988), 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. Algunas de las estrategias se dan mostrando distintos tipos de opinión, solucionando conflictos entre aproximaciones diferentes y manipulando

las cifras de los estados financieros. A pesar de lo anterior, existe la disyuntiva en asumir si esta práctica es creativa o fraudulenta pues existe una intencionalidad de distorsión y engaño en la información para satisfacer intereses particulares. La respuesta a esta cuestión siempre se relaciona con una delgada línea que los separa, la cual es cada vez más complicada de identificar

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 lo que quieren que sean. Ello implica un proceso en el que las operaciones se adecúan para obtener los resultados contables deseados, más que informar de un modo consistente y neutral.

En opinión de Ian Griffiths (1988), en el Reino Unido las empresas manipulan sus operaciones en función de sus beneficios. El 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. Por esta razón recibe el nombre de contabilidad creativa.

A pesar de lo anterior, existe la disyuntiva en asumir si esta práctica es creativa o fraudulenta pues existe una intencionalidad de distorsión y engaño en la información para satisfacer intereses particulares.

Jameson (1988) indica 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. Así mismo, el autor agrega que esta contabilidad consiste en manejar las normas para buscar una escapatoria ante las necesidades de los inversores.

Amat y Blake (1999) concluyen que la contabilidad creativa es aquella en la que los profesionales contables manipulan la información financiera utilizando su conocimiento para aprovecharse de los vacíos, opcionalidades y omisiones de la normativa existente. Añaden también que es un sistema de contabilidad modificado y adecuado por y para las necesidades de la empresa a corto plazo.

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

Según Trossero (Laínez y Callao, 1999), "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" (p. 20).

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 manipular y aplicar prácticas creativas ocasionando la distorsión en la presentación de la información financiera de una empresa, que debe ser razonable, confiable e imparcial. Este aprovechamiento se origina por la falta de ética y moral en los sujetos que la originan.

Esto refleja que la contabilidad creativa no es aplicada por principiantes, pues las operaciones son artificios complejos que se encuentran camuflados en cálculos y tecnicismos contables que impiden que puedan ser evidentes a primera vista. Al no presentarse la información real de la organización, se generan desventajas informativas para los *stakeholders*.

Figura 1.



Fuente. Geralt (s.f.). Empresario Idea. Disponible en: <https://pixabay.com/es/empresario-idea-competencia-visión-1340649/>

2.2. Causas de la contabilidad creativa. La ética en segundo plano

Según Cano (Guevara y Cosenza, 2006), esta práctica contable surge simplemente porque se quiere, es decir, por la sola intencionalidad de los responsables de adoptar dichas prácticas, de utilizar una u otra política contable y de elegir el mejor camino respecto a lo que se desea y sí mismo, las causas están referidas a la normatividad contable, sus vacíos, subjetividades, opcionalidades de valoración y presentación y por las normas legales de cada país. En este sentido, la necesidad de mostrar el nivel de gestión deseado a los usuarios interesados ha originado el uso de estrategias para la aplicación de prácticas negativas y engañosas, hasta el punto de convertirse en un fenómeno común y creciente en el mundo económico actual.

Para Pirela (2009), las causas 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 a las entidades bancarias para el otorgamiento de los créditos, engañar al fisco y lograr la adjudicación de concesiones importantes. Esto refleja que la contabilidad creativa no es aplicada por principiantes, pues las operaciones son artificios complejos que se encuentran camuflados en cálculos y tecnicismos contables que impiden que puedan ser evidentes a primera vista. Al no presentarse la información real de la organización, se generan desventajas informativas para los *stakeholders*.

En este contexto es importante tener en cuenta que la información financiera es de suma importancia, por su neutralidad,

imparcialidad y razonabilidad. Al respecto, Guevara y Conzenza (2004) mencionan que:

...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. (p. 7).

En este sentido, resulta de vital importancia que, para la presentación de la información, se apliquen de manera correcta e imparcial los procedimientos contables para evitar la distorsión, tergiversación y manipulación de los datos. En esta misma línea, Naser (1993) indica que las causas están en la pobreza de los órganos de administración de la empresa que distorsionan y/o manipulan la información, en la presión de los *stakeholders* o grupos de interés y en la flexibilidad de las normas contables. Éste último el autor lo considera como el motivo esencial.

Para Monterrey (Laínez y Callao, 1999) existen razones que refuerzan la práctica creativa y que conducen a la manipulación de la información con el fin de beneficiar a grupos de interés. Éstos se reúnen en tres grupos objetivos que se manifiestan en función de ciertos incentivos:

- a) Incentivos para realizar prácticas que mejoren la imagen económica y financiera de la empresa.
 - Remuneración de la dirección ligada a beneficios, precio de las acciones y 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.
- b) Incentivos para realizar prácticas que mantengan o establezcan 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.
- c) Incentivos para realizar prácticas que debiliten la imagen de la empresa.
 - Disminución del pago de impuestos.
 - Evitar incrementos salariales elevados.
 - Ocultar grandes beneficios frente a competidores.
 - Existencia de la posibilidad de atribuirse éxitos en años posteriores.

Estos incentivos juegan un papel importante en la contabilidad creativa puesto que son las bases sobre las se motiva la preparación y presentación de las cuentas anuales de la organización. De acuerdo con estos incentivos es que se manipula la información para obtener o evitar algo. La aparición de estos incentivos se relaciona con las circunstancias del mercado económico global, donde la competitividad entre las empresas exige altos niveles de habilidad en los negocios para lograr los objetivos impuestos por los *stakeholders*. Como consecuencia, muchas veces, los directivos no escatiman los efectos de utilizar ciertas

prácticas incorrectas que afectan de manera negativa a la organización y a sus grupos de interés. La ética es abandonada.

En este contexto, según lo expuesto por Laínez y Callao (1999), existen aspectos que rodean y condicionan el comportamiento del propio individuo, los cuales se relacionan con la formación personal, profesional y con el entorno sociocultural dónde éste se desenvuelve. Esto es fundamental porque de ello resulta el adecuado comportamiento ético-moral para evitar sucumbir ante la manipulación de información mediante la aplicación de prácticas incorrectas para satisfacer necesidades e intereses en juego.

Como último aspecto a considerar, hay también algunas características de las normas contables que tienen incidencia en la aplicación de la contabilidad creativa. Entre éstas se cuentan las diferentes interpretaciones de los principios y normas contables. Una de ellas se trata del “concepto base de imagen fiel y razonable poco claro e indeterminado” (Laínez y Callao, 1999, p. 27); otra es acerca de los “criterios de la administración en la aplicación de principios como prudencia, correlación de ingresos y gastos y uniformidad” (Ruiz, 2008, p. 259); otra es la “flexibilidad de la normativa contable” (Ruiz, 2008, p. 256) al contemplar distintas opciones para reflejar un mismo hecho económico, así como existencia de vacíos en la regulación.

Las opiniones reseñadas aquí cuentan cómo se hace posible la contabilidad creativa en las organizaciones. Ella ha ganado un papel importante en la vida de las empresas, pues su aplicación se ha incrementado significativamente. La causa fundamental es la necesidad de responder a las diferentes situaciones que atraviesan las empresas y cumplir con las demandas de los *stakeholders* que cada vez ejercen más presión sobre los directivos con el fin de obtener los resultados deseados en este competitivo mundo económico actual.

3. Perjuicios de la aplicación de la contabilidad creativa y el papel del auditor

La contabilidad creativa tiene un fuerte impacto en la información financiera y en las decisiones que los usuarios o *stakeholders* interesados toman basados en ella. De esta manera, si la información presentada por la organización es el resultado de la aplicación de prácticas creativas, que sin duda se apartan de la imagen fiel de la empresa, las decisiones adoptadas van a verse afectadas de manera negativa. Así, las decisiones estarán basadas en datos no reales ni razonables constituyéndose una grave amenaza a la integridad de las cuentas anuales y una vulneración de la información presentada a los usuarios.

Es importante resaltar que la presentación de esta imagen ajustada sucede por las diferentes interpretaciones que tiene el término “imagen fiel”. En la mayoría de casos, dichas interpretaciones se apoyan en criterios personales e intereses perseguidos por los encargados de la preparación de la información financiera. Históricamente, el uso de procedimientos contables creativos e incorrectos ha generado situaciones que han llevado a la

Históricamente, el uso de procedimientos contables creativos e incorrectos ha generado situaciones que han llevado a la quiebra a empresas con gran participación en el mercado mundial. Enron, Parmalat, Worldcom y Tyco, entre otros, son ejemplos de ello.

quiebra a empresas con gran participación en el mercado mundial. Enron, Parmalat, Worldcom y Tyco, entre otros, son ejemplos de ello. Éstos son casos emblemáticos y conocidos en todo el mundo por la manipulación y fraude de la información. Los informes buscaban mostrar a los *stakeholders* o grupo de interés una imagen financiero-económica fuerte y en crecimiento que no guardaba relación con la realidad de la empresa. Finalmente se ocasionó su desaparición del mercado y los funcionarios tuvieron que afrontar grandes cargos por lo sucedido.

Según Griffiths (Laínez y Callao, 1999), los usuarios de la información, al presionar a las empresas la presentación de una determinada imagen económica se hacen, en cierto modo, culpables de la aplicación de prácticas creativas. Así, se produce una situación contradictoria debido a que el principal perjudicado por la contabilidad creativa es el mismo usuario interesado o *stakeholder*. Desde otra perspectiva, 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 para que la información presentada fuera transparente, tal es el caso de instituciones reguladoras, supervisoras y auditoras. Por ello la ética empresarial, basada en la moral de los profesionales es transgredida con estas prácticas.

Es evidente que la manipulación de la información financiera y el engaño a los usuarios son las principales violaciones a la ética empresarial. Esta práctica deteriora la imagen de la empresa y de los directivos que, con sus decisiones desafortunadas sobre las políticas contables a utilizar, muchas veces violan los principios éticos e incumplen lo establecido (Santos, 2016).

El uso y aplicación de prácticas creativas debe erradicarse porque daña y perjudica tanto a usuarios internos como a externos. Además, la

presión a los responsables de la preparación de la información financiera de la empresa para obtener determinados resultados no debe ser excusa para que se utilicen estas prácticas de manipulación y alteración financiera.

En el caso del auditor, siguiendo lo señalado por Guevara y Cosenza (2004), su función es la de evaluar el grado de adecuación que tienen los diversos documentos con las normas establecidas que caracterizan una situación ideal. La auditoría es el análisis económico y financiero de los datos obtenidos de los registros contables y otros documentos de la empresa auditada. El auditor debe confirmar, revisar, verificar y contrastar toda la información para detectar diferencias significativas en la aplicación uniforme de la regulación contable vigente y criterios de valoración.

Las auditorías aportan mayor credibilidad y confianza a los *stakeholders*, pero la imagen del auditor en las últimas décadas ha perdido la confianza que poseía dado que la función se ha prestado para diferentes escándalos financieros. Uno de los casos más influyentes fue el de Enron que condujo a Arthur Andersen, una de las firmas auditoras más grandes del mundo, a la extinción. Esta firma fue vinculada con el caso más conocido de fraude contable y aplicación de diferentes prácticas creativas dentro y fuera de la ley. Esto finalmente puso en tela de juicio el papel que desempeñaban los auditores para velar por la veracidad de la información.

En la actualidad es necesario establecer de manera más explícita las responsabilidades de los auditores, pues para ellos es claro el límite de sus responsabilidades, pero también lo debe ser para los usuarios o *stakeholders*. Como es de esperarse, existen diferencias entre las expectativas respecto a lo que los auditores comprenden por su responsabilidad y aquello que los usuarios esperan de ellos como profesionales (Guevara y Cosenza, 2004).

El auditor sólo expresa la razonabilidad con que los estados financieros presentan la situación de la empresa, pero esto no equivale a exactitud. El auditor sólo trabaja mediante pruebas selectivas y sobre información que le proporciona la gerencia de la empresa, por lo tanto, sólo expresa su opinión profesional sobre la información que posee. Además, no es función del auditor la detección de fraudes o irregularidades (Huber, 1999). En este sentido, se debe tener en cuenta que la función que desempeñan los auditores dentro de las organizaciones, en el ámbito de la contabilidad creativa, es muy debatido en cuanto a qué tan responsables pueden ser con la detección de prácticas creativas.

4. Medidas para combatir la aplicación de la contabilidad creativa.

En concordancia con lo que diversas autoridades competentes han venido planteando, es necesario adoptar medidas para evitar la aplicación de la contabilidad creativa. Para tal efecto, como lo sugieren Laínez y Callao (1999), algunas acciones que se pueden implementar son las siguientes:

- Normas contables más rígidas que no dejen un elevado grado de opcionalidad otorgando a las empresas la posibilidad de elegir un amplio abanico de alternativas.
- Establecer mecanismos de control, especialmente internos, que eviten la manipulación de las cuentas. Por ejemplo, se pueden crear comités de auditoría sobre la actuación de la dirección para incrementar la garantía de la información.
- Diseñar una normativa contable más detallada y concreta en la que se utilice una terminología clara y se establezcan con precisión los criterios a aplicar.

- Exigencia de un volumen y calidad superior de información acerca de los criterios aplicados, hechos ocurridos tras el cierre, contingencias, entre otros, para darle la razonabilidad que requiere la información financiera.

Laínez y Callao (1999) mencionan el control interno como mecanismo para limitar la contabilidad creativa. Éste iría acompañado de sanciones a quienes la aplican de tal modo que se alcance una reducción importante de su aplicación.

En relación con el control interno, podemos hacer referencia al denominado COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway*) que incorpora las exigencias de la ley Sarbanes Oxley. Ésta surge como respuesta a los escándalos por fraude, conflictos de interés y a la mala práctica de los profesionales que violaron los códigos de ética, engañando a socios, empleados y demás grupos de interés. Esta ley regula las funciones financieras, contables y de auditoría y las penaliza severamente.

COSO está formada por representantes de cinco organizaciones del sector privado en Estados Unidos para hacer frente a problemáticas en temas de gestión del riesgo empresarial, control interno y disuasión del fraude. Es en la última versión, COSO III, que se le pone mayor énfasis a la gestión del riesgo de los posibles eventos que puedan afectar a la empresa. Ésta es una versión mejorada, pero no reemplaza a las anteriores versiones COSO I y COSO II.

Por su parte, Amat y Oliveras (2004) describen algunas medidas a implementar para combatir la contabilidad creativa:

- 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 NIIF.
- Los organismos reguladores no deberían autorizar a determinadas empresas tratamientos específicos al margen de la normativa contable.
- 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.

Otro aspecto esencial para combatir la contabilidad creativa es la formación en ética y valores que de manera profesional marca la diferencia entre el bien común basado en la verdad y no el camuflado "bien común" basado en intereses personales, políticos o sociales. Aun cuando una parte del factor ético no se pueda controlar, porque sobre él versan circunstancias y situaciones que escapan de lo controlable, la ética debe ser una variable clave que debe imperar en todas las etapas de la formación profesional.

5. Conclusiones

El uso de la contabilidad creativa mantiene diferentes opiniones, pero todas ellas coinciden en que no se puede negar el efecto perjudicial que tiene para la empresa. A

pesar de que muchos profesionales están de acuerdo con su aplicación y la defienden en sus diferentes niveles de complejidad, enmarcados en el empleo de diferentes marcos legales que usan para su conveniencia, sin salirse de la ley, esta práctica tiene que ser erradicada.

Como se explicó, esta práctica perjudica de manera importante a la empresa. Si bien satisface necesidades a corto plazo, a largo plazo origina el deterioro de su imagen y puede conducir a la quiebra y liquidación de grandes compañías.

El uso de la contabilidad creativa es responsabilidad de algunos de los usuarios al presionar a los encargados de la información financiera con los niveles de gestión que debe lograr la compañía. Así mismo, los encargados de la administración también tienen responsabilidad al 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. También, en algunos casos, los auditores tienen que ver con el fraude pues son acusados de complicidad con la gerencia al diseñar estrategias contables para sus clientes cuando prestaban servicios de consultoría paralelos al de auditoría. Es importante dejar claro que el nivel de responsabilidad del auditor frente a estas prácticas aún no está claro y es tema de discusión en la profesión contable por lo complicado de su análisis.

Sin duda, la moral y la ética son fundamentales para evitar sucumbir ante la aplicación de las prácticas creativas. Se debe reforzar la formación en valores que mantengan lo ético-moral alejado de las violaciones contra lo establecido.

La regulación contable debe introducir ciertas modificaciones con el objetivo de poner fin a los vacíos y subjetividades que permiten su aprovechamiento con fines de obtener el resultado preferido en lugar del real.

REFERENCIAS

- Amat, O. y Blake, J. (1999). *Naturaleza de la contabilidad creativa*. *Contabilidad Creativa*. Madrid: Gestión.
- Amat, O. y Oliveras, E. (2004). Propuestas para combatir la contabilidad creativa. *Redalyc*, (1), 10-17. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43300101.pdf>
- Blasco, J. (1998). De la contabilidad creativa al delito contable. *Partida doble*, 2(85), 33-39.
- Griffiths, I. (1998). *Contabilidad creativa*. Barcelona: Ed. Deusto.
- Guevara, I. y Cosenza, J. (2004). Los auditores independientes y la contabilidad creativa: estudio empírico comparativo. *Redalyc*, 6(12), 5-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/880/88001201.pdf>
- Guevara, I. y Cosenza, J. (2006). Principales causas que motivan la contabilidad creativa en Venezuela: La gerencia y sus herramientas de manipulación. *Redalyc*, 9(16), 5-31. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/880/88001602.pdf>
- Jameson, M. (1998). *A Practical Guide to Creative Accounting*. Londres: Kogan Page Limited.
- Huber, G. (1999). *Contabilidad Creativa: Una aproximación empírica*. Buenos Aires: Centro de publicaciones de la Universidad Nacional del Litoral.
- Laínez, J. y Callao, S. (1999). *Qué es y por qué existe la Contabilidad Creativa*. *Contabilidad Creativa*. Madrid: Civitas Ediciones.
- Naser, K. (1993). *Creative Financial Accounting: Its Nature and Use*. Londres: Prentice Hall International.
- Pirela, W. (2009). *La contabilidad creativa: un "maquillaje" a los estados financieros*. Santa Fe: El Cid Editor Argentina. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/uaehsp/Doc?id=10316779&ppg=5>.
- Ruiz, G. (2008). Las Normas internacionales de contabilidad y la contabilidad creativa. *Dialnet*, 9(24), 51-301. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5971961>
- Santos, C. (2016). La contabilidad creativa, el directivo y la ética organizacional. *Scielo*, 10(2), 46-67. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n2/rdir04216.pdf>