FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

LA CONTABILIDAD CREATIVA

Autor: Ana Nogués Alguacil
Director: Laura Lazcano Benito

Madrid
Febrero 2108

LA CONTABILIDAD CREATIVA

Ana
Nogués
Alguacil

Índice

Resumen, Palabras clave, Abstract, Key words ---- 3

Capítulo 1: Introducción ---- 4

1.1 Objetivos ---- 4

1.2 Justificación del trabajo ---- 4

1.3 Metodología ---- 4

1.4 Estructura ---- 5

Capítulo 2: La contabilidad creativa ---- 6

2.1 ¿En qué consiste la contabilidad creativa? ---- 6

2.2 Definiciones de la contabilidad creativa ---- 6

2.3 Diferentes tipologías de la contabilidad creativa ---- 7

2.4 ¿Cuáles son las prácticas de la contabilidad creativa? ---- 8

Capítulo 3: Causas y subjetividad de la contabilidad creativa ---- 11

3.1 Factores externos que potencian la contabilidad creativa ---- 11

3.2 Factores internos que potencian la contabilidad creativa ---- 12

3.3 Autores y sus puntos de vista ---- 13

3.4 Subjetividad dentro del Plan General Contable que promueve la contabilidad creativa ---- 14

Capítulo 4: Consecuencias de la contabilidad creativa ---- 16

4.1 Marco general ---- 16

4.2 Consecuencias contables ---- 16

4.3 Consecuencias económicas ---- 17

4.4 Consecuencias de la detección de la manipulación ---- 18

Capítulo 5: La contabilidad creativa y el fraude contable ---- 20

5.1 Marco general ---- 20

5.2 Definiciones de fraude y fraude contable ---- 21

5.3 Responsables de fraudes contables ---- 22

5.4 Casos históricos de fraudes contables ---- 22

Capítulo 6: Detección y soluciones contra la contabilidad creativa ---- 24

6.1 Cómo detectar casos de contabilidad creativa ---- 24

6.2 Detección de las manipulaciones contables ---- 24

6.3 Medidas contra la manipulación del resultado ---------- 26

Capítulo 7: Casos reales y conclusión de la contabilidad creativa ---------- 29

7.1 Casos reales ---------- 29

7.2 Últimas ideas y conclusión ---------- 33

Bibliografía ---------- 35

Resumen

La contabilidad creativa siempre ha estado presente en las investigaciones de expertos y estudiosos de la contabilidad. Sin embargo, recientemente ha despertado curiosidad más allá de zona de confort. Por tanto, con este trabajo se pretende conocer en profundidad el fenómeno de la manipulación contable, que comienza debido al grado de subjetividad presente en el mundo contable. Con ello también se analizarán las causas que derivan en alteraciones contables y las consecuencias que éstas acarrean. Finalmente, se buscará reforzar la imagen fiel, con cuentas reales, de las empresas mediante distintas alternativas.

Palabras clave

Contabilidad creativa, manipulación, subjetividad, imagen fiel, legalidad, fraude contable, auditoría, incremento y disminución.

Abstract

Creative accounting has always been present in… However, it has recently awakened the curiosity of others beyond its comfort zone. As a result, the idea is to get to know in depth the phenomenon of accounting manipulation, which is triggered by the degree of subjectivity prevailing in the accounting world. Furthermore, we will analyse the aspects that lead to accounting alterations and the consequences that these bring. Finally, we will seek to reinforce the true and fair image of companies through different alternatives.

Key words

Creative accounting, manipulation, subjectivity, true and fair image, legality, accounting fraud, audit, increase and decrease.

Capítulo 1: Introducción

1.1 Objetivos

El objetivo primordial de este trabajo es analizar el concepto de contabilidad creativa, examinando los principales trabajos que han sido publicados sobre este tema. Además, se estudiarán casos reales de contabilidad creativa clasificando los mismos en base a las malas prácticas contables realizadas.

Además, como objetivos secundarios, el trabajo pretende exponer las diferentes causas y consecuencias relacionadas con el tema en cuestión y una serie de soluciones posibles para combatirlo. Con todo ello, se busca que los lectores obtengan una imagen básica pero clara sobre la contabilidad creativa y lo que la rodea ya que es un tema con una presencia cada vez mayor y con un impacto destacable para los diferentes agentes económicos.

1.2 Justificación del trabajo

La elección de este tema se debe a que, como ya se ha mencionado en el punto anterior, la contabilidad creativa es un concepto cada vez más presente y popular entre las empresas.

El origen de éste se remonta a que muchas empresas cuentan con la ayuda de inversores para desarrollarse y crecer. Ahora bien, si la imagen que dichas empresas presentan es pobre y sin ventajas, los inversores no querrán depositar su dinero en ellas. Por tanto, el tener que destacar siempre y estar a punto para el mercado se convierte en una labor difícil y costosa que lleva a las empresas a maquillar y manipular sus cuentas, es decir, a hacer uso de una contabilidad creativa.

Además, dicha contabilidad creativa se ve favorecida por el hecho de que la normativa contable cuenta con vacíos y un alto grado de subjetividad. Así, surgen distintas interpretaciones que permiten alterar y obtener unos resultados más favorables para las empresas de cara a su público.

Como consecuencia, el objetivo de este trabajo es ayudar a los usuarios de la contabilidad a ser más conscientes de la existencia de manipulaciones contables dentro de empresas para no ser engañados a la hora de tratar con ellas. También, se presentan una serie de soluciones para combatir esta situación y así elaborar unos métodos y regulaciones más rigurosas.

1.3 Metodología

El trabajo radicará en un ensayo descriptivo, es decir, en el conocimiento de las características de un problema concreto, en este caso la contabilidad creativa, que llevará a la búsqueda de sus conclusiones.

Para ello, la idea es realizar una revisión de los libros, artículos y textos más relevantes de la contabilidad creativa. Además, este tema, al estar tan presente en el mundo actual,

cuenta con abundantes recursos de investigación. Así, tratando los distintos aspectos relacionados (concepto, causas, consecuencias, fraude, etc.) y las diferentes observaciones de los profesionales, podremos, finalmente, intentar limitar este tipo de manipulación creciente.

Por último, el trabajo se centrará en España y, por tanto, hará referencia a todo lo relacionado con la normativa contable española. Además, se tendrán en cuenta las últimas décadas como periodo cronológico ya que es cuando más repunte ha tenido el tema escogido.

1.4 Estructura

El presente trabajo cuenta con siete capítulos. En este primero se busca introducir el tema en cuestión y los objetivos que se pretenden alcanzar con la elección del mismo.

En el segundo capítulo se pretende contextualizar la contabilidad creativa, explicando en qué consiste. Además, se incluirán sus distintas definiciones, tipologías y prácticas.

Más adelante, en el tercer capítulo se hace referencia a las causas que llevan a la práctica de la contabilidad creativa, tanto los factores internos como los externos. Después, en el cuarto capítulo aparecen mencionadas las consecuencias de la misma desde un punto de vista contable, económico y de detección de la manipulación.

En el quinto capítulo se menciona la contabilidad creativa y su relación con el fraude contable, es decir, el marco legal del tema en cuestión. Además, se hace referencia a los responsables de dicho fraude. Para terminar, se enumeran algunos casos reales de empresas involucradas en fraudes contables.

En el sexto capítulo aparecen las formas para detectar y solucionar los casos de contabilidad creativa, haciendo especial hincapié en la relación existente entre ésta y los auditores.

Finalmente, en el séptimo capítulo se encontrarán una serie de casos prácticos para relacionar todo lo anterior con el mundo real y una conclusión para resumir todo lo que se ha expuesto en capítulos anteriores.

Capítulo 2: La contabilidad creativa

2.1 ¿En qué consiste la contabilidad creativa?

La contabilidad creativa es un concepto que ha avivado la curiosidad de expertos y estudiosos de la contabilidad desde hace varias décadas. Esta tendencia comenzó en 1953 con el trabajo de Hepworth (1953).
Sin embargo, según Cano (2002) su popularidad se ha ido extendiendo a lo largo de los años más allá de su área de confort, llegando a llamar la atención entre miembros de la autoridad, de la información contable y de la auditoría.

Desde un punto de vista general, Amat y Blake (2002) comentan que la característica principal de la contabilidad creativa es manipular la información contable para tomar ventaja sobre los vacíos presentes en la normativa existente; y sobre las posibles elecciones entre las distintas prácticas de valoración que esta normativa promete.
Como consecuencia, los que están a cargo de las cuentas anuales, las presentan a su gusto, es decir, las modifican para así obtener los resultados contables que les benefician. De este modo queda escondida la naturaleza real y razonable de los resultados que, para ellos, no es favorecedora.

Esta manipulación que explica Figuera (2016), para sorpresa de algunos, es un ejercicio bastante practicado en nuestro país. Además, se extiende no solo por las grandes sino también por las pequeñas compañías. Así, las empresas de menor tamaño también hacen uso de la contabilidad creativa para, por ejemplo, disminuir el pago de impuestos, normalmente el de sociedades. Esto, que recibe el nombre de ingeniería fiscal, supone un delito al estar relacionado con el resultado contable y se puede apreciar en fraudes contables como el de Gowex o Pescanova.

Según González (2011), lo dicho hasta aquí, por tanto, da lugar a un conflicto entre qué se encuentra dentro y qué se encuentra fuera del límite de la legalidad. El contable, como miembro de su empresa, busca que ésta sobreviva y refleje su mejor imagen. Por tanto, podemos entender que se busque, bajo la legalidad y la utilización del conocimiento de las normas, una modificación más positiva de nuestro negocio. Sin embargo, al no presentar la naturaleza exacta de la empresa ¿se podría considerar como un acto fuera del marco legal?
Toda esta situación dudosa trae como consecuencia una confusión en cuanto a dónde se delimita la diferencia entre los conceptos de contabilidad creativa y fraude contable. A su vez, también podemos hacer referencia al desconcierto creado en torno a cómo valorar éticamente este escenario.

2.2 Definiciones de la contabilidad creativa

El concepto de contabilidad creativa se puede definir de distintas maneras. Así presentamos algunos ejemplos:

- Griffiths (1986) establece que “todas las empresas del país están escondiendo sus beneficios. Las cuentas anuales se basan en libros que han sido tranquilamente

"cocinados" o "completamente asados". Las partidas que se muestran dos veces al año al público inversor han sido todas cambiadas para proteger al culpable (esconder la culpa). Es el mayor engaño desde el caballo de Troya (…) De hecho este fraude es completamente legítimo. Es la contabilidad creativa." (pág. 1)

- Jameson (1988) afirma que "el proceso contable consiste en tratar con diferentes tipos de opinión y en resolver conflictos entre aproximaciones diferentes, para la presentación de los resultados de los hechos y transacciones financieras" (pág. 7) "esta flexibilidad facilita la manipulación, engaño y tergiversación. Estas actividades -practicadas por los elementos menos escrupulosos de la profesión contable- empiezan a ser conocidas como contabilidad creativa" (pág. 8)

- Naser (1993) testifica que "la contabilidad creativa es la transformación de las cifras de la contabilidad financiera de lo que son actualmente a lo que se desea que sean, aprovechando las normas existentes y/o ignorando algunas de ellas." (pág. 2)

En resumen, podemos apreciar que cada autor presenta el concepto de contabilidad creativa con su propia definición, incluyendo puntos de vista y opiniones personales. Sin embargo, al final todas estas definiciones acaban centrándose en el mismo punto: la contabilidad creativa es un proceso contable mediante el cual las empresas transforman y manipulan cifras y hacen uso, o no, de las normas contables de la manera más conveniente posible para, finalmente, alcanzar el resultado querido.

2.3 Diferentes tipologías de la contabilidad creativa

Dentro del ámbito de la contabilidad creativa podemos distinguir tres tipos: políticas contables agresivas, políticas contables conservadoras y alisamiento del beneficio (Monterrey, 1998, p. 447).

Según Cano (2002), el objetivo principal de la política contable agresiva es obtener, en una fecha específica, el nivel más alto de resultados posibles. De esta forma, se busca aumentar el resultado del ejercicio con el que se esté tratando. Para ello, la idea es evitar hasta el último momento el reconocimiento de los gastos y, por el contrario, anticipar todo lo posible el registro de los ingresos de la compañía.
Como consecuencia, se obtiene un nuevo resultado que ayudará a conseguir una mayor tasa de rentabilidad anual y, a su vez, un incremento de fondos propios de la empresa. Por tanto, se consigue aumentar la solvencia del negocio a largo plazo en relación con los acreedores.
Para nivelar este cambio, se realiza un incremento del activo fijo; un desarrollo del activo circulante; o una disminución del pasivo circulante. La primera opción ayudará también en ese aumento de la solvencia a largo plazo. Sin embargo, la segunda y la tercera supondrán una mayor liquidez para la empresa.
Finalmente, podemos concluir que una política contable agresiva nos permite conseguir una mayor rentabilidad o, por otro lado, una mayor solvencia de cara a los acreedores, tanto a largo como a corto plazo.

El segundo tipo de contabilidad creativa mencionada por Cano (2002), la política contable conservadora, está relacionada con el beneficio. Su idea es que el número de beneficios sea el mínimo posible. Para ello, al contrario que con la política contable agresiva, esta tipología procura evitar hasta el último momento el reconocimiento de los ingresos y adelantar todo lo posible el registro de los gastos de la empresa.
Con todo ello, la idea es que la compañía cuente con una imagen deteriorada y así muestre una rentabilidad y capacidad menores para enfrentarse a las deudas concebidas por el negocio. En definitiva, este modelo presenta unas características totalmente opuestas al anterior.

Por último, Cano (2002) establece que el alisamiento del beneficio nos permite dispersar lo mínimo posible los resultados obtenidos a lo largo del tiempo. Debajo de esta imagen encontramos la idea de que la empresa cuenta con un nivel de beneficio considerado normal. Además, alrededor de éste encontramos el verdadero resultado del beneficio, el cual oscila aleatoriamente.
El objetivo es que, mediante este alisamiento, la oscilación aleatoria se pueda disminuir y, como consecuencia, se obtiene una serie histórica de resultados más constante. Esto dará lugar, por tanto, a un negocio con un perfil de riesgo menor.
Para finalizar esta actividad, el alisamiento del beneficio incluye en su procedimiento las dos tipologías anteriores ya que si la cifra obtenida es mucho mayor que el nivel normal de beneficios se aplica una política contable conservadora. Por el contrario, si el resultado es mucho menor en comparación con el normal, se emplea una política contable agresiva.

Así, en la siguiente tabla podemos encontrar un resumen sobre los tipos de contabilidad creativa anteriores, junto con el propósito que busca cada uno de ellos y los beneficios que dichos propósitos traerían:

Tabla I. Tipos de manipulación contable según su efecto sobre el resultado.

Tipo de manipulación	*Objetivo perseguido*	*Consecuencias deseadas*
Contabilidad agresiva o expansiva	Incrementar el resultado del ejercicio	Mayores ratios de rentabilidad, solvencia y liquidez
Contabilidad conservadora	Disminuir el resultado del ejercicio	Menores ratios de rentabilidad, solvencia y liquidez
Alisamiento del resultado de la empresa	Reducir el perfil del riesgo de los resultados	Menor varianza temporal

Fuente: Cano (2002)

2.4 ¿Cuáles son las prácticas de la contabilidad creativa?

Una ventaja de la contabilidad creativa es que cuenta con distintas alternativas y opciones para su realización. Por tanto, dependiendo de cuál sea el objetivo buscado y el grado de manipulación que se quiera implementar, se pueden seguir diferentes caminos. Así, se conseguirá, finalmente, alcanzar un resultado más subjetivo y ajustado con los deseos de la empresa.

Estas alternativas son las distintas prácticas, que vienen expuestas por Amat y Blake (2002) en la siguiente lista:

1. Incremento o disminución de gastos: la contabilidad cuenta con unas normas que permiten cierto margen de maniobra en cuanto a la cuantificación en un ciclo de gastos o ingresos. Las tablas de amortización, por ejemplo, ayudan a decidir entre incrementar el beneficio para amortizar más o al revés ya que ofrecen la oportunidad de escoger un porcentaje de amortización anual comprendido entre un límite máximo y uno mínimo.
   Por otro lado, ejemplos como el fondo de comercio dan lugar a un resultado u otro dependiendo de la cantidad que se amortice. Esto se debe a que la normativa contable sólo ofrece información sobre la cantidad máxima de años en la que el fondo se debe amortizar.
   Finalmente, también podemos aumentar o reducir gastos, como los gastos de investigación y desarrollo. Esto se realiza mediante la activación o no de los gastos y, en caso de activarlos, mediante la velocidad de amortización de los mismos dentro del plazo establecido por la norma.

2. Incremento o disminución de ingresos: este fin se puede alcanzar mediante la aplicación de principios contables como, entre otros, el de prudencia o el criterio de reconocimiento. Esto permite demorar o avanzar el reconocimiento de los ingresos.

3. Incremento o disminución de los activos: como se ha mencionado antes, la contabilidad cuenta con unas normas que permiten cierto margen de maniobra en cuanto a la cuantificación en un ciclo de gastos o ingresos. Como consecuencia, se tiene la opción de incrementar el valor neto de los activos relacionados, afectando así a las existencias, al inmovilizado y a algunas partidas de inversiones financieras o deudores.
   Además, estas existencias se pueden estimar siguiendo métodos distintos. Por tanto, los resultados obtenidos pueden variar dependiendo del método escogido.
   Así, las variaciones darán lugar a distintas proporciones entre activos y pasivos fijos. A su vez, también afectarán a la relación entre los activos y pasivos circulantes. Finalmente, toda esta cadena de sucesos podrá alterar el resultado de indicadores como, por ejemplo, la liquidez.

4. Incremento o disminución de fondos propios: la contabilidad creativa nos permite modificar el equilibrio entre deudas y fondos propios, incluyendo las consecuencias sobre los indicadores de endeudamiento. Esto, por tanto, se obtiene mediante la alteración de los ingresos o gastos, la cual lleva a la modificación de pérdidas y ganancias y, finalmente, a un cambio en las reservas del negocio.

5. Incremento o disminución de deudas: las normas de la contabilidad, entre otras cosas, cuentan con un abanico de alternativas entre las que elegir. Por ejemplo, dan la opción de regularizar la deuda presente en los fondos de pensiones en un periodo de entre siete y quince años. Así, si un negocio busca incrementar su beneficio cuenta con la posibilidad de retrasar todo lo posible la regularización total de la deuda existente en concepto de planes de pensiones.

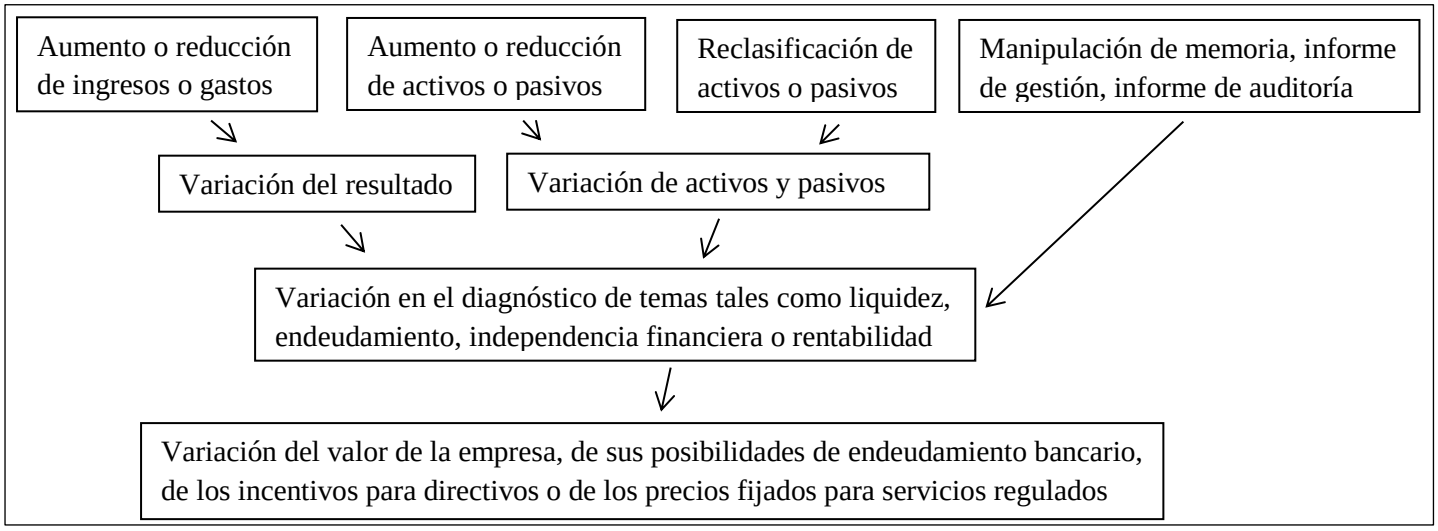
6. Reordenación de activos o pasivos: en algunas situaciones existe cierta libertad para clasificar un elemento en una masa patrimonial o en otra. Como consecuencia, puede haber cambios en las relaciones entre las distintas masas patrimoniales. A su vez, esto afectaría a los ratios, que presentan información sobre conceptos como la liquidez, o al importe de partidas como, por ejemplo, el fondo de maniobra.

7. Información presente en la memoria, en el informe de gestión y en el informe de auditoría: existen apartados del informe de gestión y de la memoria donde se puede añadir información que lleva a posibles efectos para desprenderse de los mismos. Por otro lado, dentro del informe de auditoría, hay situaciones en las que las salvedades o los párrafos de énfasis se pueden formular de una determinada forma para llegar a una interpretación distinta de los mismos.

8. Exposición de la información: otra práctica de la contabilidad creativa está relacionada con la forma en la que se expone la información. Por ejemplo, los datos presentes en una tabla pueden ofrecer una imagen distinta dependiendo de la escala utilizada en los ejes horizontal o vertical de la misma.

Finalmente, para poder apreciar de una forma más visual todas estas prácticas contables, y los resultados que acarrean, contamos con la siguiente tabla:

Tabla II. Prácticas de contabilidad creativa y efectos que producen



Fuente: Amat y Blake (2002)

Capítulo 3: Causas y subjetividad de la contabilidad creativa

3.1 Factores externos que potencian la contabilidad creativa

Basándonos en las ideas de Laínez y Callao (1999), podríamos decir que la contabilidad creativa deriva de los siguientes aspectos:

- La asimetría de la información contable que se transmite entre quienes la elaboran y los que la reciben.

  Según Monterrey (1997), la desigualdad de información entre los creadores de la contabilidad y los usuarios de la misma beneficia la aparición de estas prácticas, al ser casi imperceptible para los posibles usuarios. Esto se debe a que no cuentan con muchos más datos y, por tanto, conciben los estados financieros como la fuente de información más fiable a la que pueden acudir a la hora de, por ejemplo, valorar la posible inversión en una sociedad. Así, no se plantean que esta información haya podido llegar a ser parcialmente transformada para incitar a que los usuarios reaccionen de una determinada manera a la hora de tomar una decisión.

  Así, éste se puede considerar como uno de los pilares principales que dan lugar a la contabilidad creativa ya que la relevancia de la contabilidad es cada vez mayor y, por tanto, mucha gente recae en ella a la hora de barajar opciones.

- Los factores del entorno que rodean al individuo y, por tanto, determinan su comportamiento. Ejemplos de estos pueden ser la personalidad, los valores culturales o la competencia del entorno.

  Este último factor, de acuerdo con González (2011), tiene gran relevancia ya que la contabilidad creativa gira en torno a obtener la mejor imagen de la empresa. Así, se puede relacionar con la idea de competitividad, la cual consiste en luchar por destacar por encima del resto, por alcanzar el mejor resultado, es decir, la mejor imagen de empresa.

  El problema es que el concepto de contabilidad creativa plantea que para alcanzar ese resultado cualquier medio o camino está permitido y que, por tanto, los resultados se pueden manipular y maquillar.

- Las características de la normativa contable. La contabilidad, según González (2011), en si no es considerada una ciencia exacta y neutral ya que el mundo económico cuenta con muchas fluctuaciones y vacíos. Además, cualquier operación, para ser valorada y reconocida, implica la utilización de razones que dan lugar a conflictos de interés. Esto se debe a que muchas operaciones incluyen normas contables que arrastran subjetividad. Por tanto, esta situación lleva a los negocios a aprovechar el uso de las técnicas de la contabilidad creativa ya que cuanto más borroso sea el marco contable más fácil será manipular los datos sin infringir la normativa.

En suma, la aparición de manipulaciones contables cuenta con una gran influencia del contexto en el que se encuentra la empresa; los miembros de la misma; y la contabilidad que éstos manejan. Por tanto, si el entorno en el que se desarrolla la actividad de un negocio no es el adecuado, las probabilidades de que se desarrollen casos de contabilidad creativa serán más altas.

3.2 Factores internos que potencian la contabilidad creativa

Las compañías también pueden contar con una serie de factores internos que dan pie a la aparición de alteraciones contables. Si un negocio considera que de cara al público no está mostrando una imagen adecuada, hará todo lo posible por cambiar y mejorar su situación. Esto se debe a que el desarrollo y éxito de éste depende de su público externo y, por tanto, debe ganarse su interés. Consecuentemente, la solución consiste en cambiar y manipular todo aquello dentro de la empresa que no le permite destacar de forma positiva y atraer a sus interesados. Algunas opciones para ello son las siguientes:

- Perfeccionar la imagen presentada

González (2011) afirma que según pasan los años las empresas incrementan su asiduidad en los mercados de valores con el fin de obtener financiación. Sin embargo, debido al alto interés de las compañías, los inversores de estos mercados también presentan unos criterios de financiación más estrictos. Por ejemplo, exigen a los negocios un mayor nivel de rentabilidad y patrimonio. También, es necesario que éstos ofrezcan una previsión prometedora en cuanto a su futuro financiero. Por tanto, las empresas tienden a manipular y disimular sus resultados contables para poder alcanzar estos requisitos y agradar a los inversores.

Otro aspecto relacionado con mejorar la calidad de la empresa es la entrega de dividendos. La idea principal de esta política es repartir dividendos entre los inversores como agradecimiento por su financiación. Sin embargo, algunas empresas le dan un giro a esta situación y aprovechan, mediante la contabilidad creativa, un abultado dividendo para mantener el precio de las acciones a un buen nivel. Finalmente, esto da pie a que los bancos evalúen la capacidad de solvencia y endeudamiento de las empresas y decidan si financiarlas o no.

- Asegurar la imagen presentada

Una vez alterada la imagen de la empresa, González (2011) testifica que, mediante el uso de la contabilidad creativa, la idea es prolongarla en el tiempo para evitar cambios radicales en el resultado. Para ello, se cuenta con la técnica del alisamiento de resultados (*income smoothing*), la cual se lleva poniendo en práctica en Estados Unidos desde la década de los cincuenta.

Este objetivo es perseguido por muchas compañías ya que los mercados suelen ser más reacios a empresas con un historial de subidas y bajadas en su contabilidad. La constancia en cuanto a resultados suele ser más atrayente para los inversores ya que, como se mencionó anteriormente, transmite una mejor imagen.

- Debilitar la imagen presentada

Por otro lado, una opción totalmente opuesta que presenta González (2011) consiste en empeorar la imagen de la empresa. El fin buscado es pagar un menor Impuesto de Sociedades, cuya base se calcula a través del resultado del ejercicio. Por tanto, la idea es reducir los beneficios obtenidos y así reducir el Impuesto de Sociedades. La causa de esto puede ser un problema de liquidez o el deseo de no querer llegar a una cifra marcada para así autofinanciarse con el resultado de las Reservas.

3.3 Autores y sus puntos de vista

Al igual que existen diversas definiciones de contabilidad creativa también podemos encontrar, dependiendo del autor, distintas causas para la realización de la misma.

Según Amat y Blake (1996), la razón principal de esta práctica es la influencia que tiene sobre las decisiones de los inversores en bolsa. Así, se llevan a cabo acciones como estabilizar los ingresos; manipular el precio de las acciones; atrasar la llegada de información al mercado; etc.

Por otro lado, Naser (1993) opina que el factor fundamental es la subjetividad de las normas contables. Además, también considera que influyen la pobreza presente en los órganos de administración; la distorsión de la información; o la presión de los inversores a la hora de proporcionar financiación.

Finalmente, Monterrey (1997) considera que las causas que derivan en la contabilidad creativa se pueden clasificar en tres tipos de incentivos: incentivos para aumentar, para alisar o para reducir la cifra de resultados.

De los tres puntos de vista podríamos destacar el primero y profundizar, desde el punto de vista de Amat y Blake (2002), sobre las distintas acciones:

- Estabilización de los ingresos. Como se ha comentado anteriormente, las empresas buscan reflejar una imagen estable sin subidas y bajadas a lo largo de los años. Para ello optan por crear un colchón falso de provisiones en el lado del pasivo. Su realización se lleva a cabo durante los años buenos del negocio y así durante los años malos se hace uso de las provisiones para que la bajada de ingresos no sea tan brusca.
  Otra opción que a veces se lleva a cabo para reparar la imagen de la empresa consiste en maximizar el mal resultado de un año de manera que los años venideros parezcan mejores.
  En contra de todo esto se argumenta que, si un negocio cuenta con resultados volátiles, los inversores tienen derecho a saberlo. Además, la tendencia del beneficio se puede ver afectada a largo plazo si se ocultan cambios en los resultados de la empresa.
- Manipulación del precio de las acciones. A la hora de cambiar el precio de las acciones se pueden seguir diferentes caminos. El primero consiste en disminuir los supuestos niveles de endeudamiento para, así, dar a entender que la compañía cuenta con un riesgo menor al real. Por otro lado, se puede optar por manipular las cifras haciendo que el negocio presente una buena tendencia de ingresos.

El resultado obtenido ayuda a la empresa a la hora de conseguir financiación de nuevos accionistas; de ofrecer sus propias acciones en ofertas públicas de adquisición; de resistir las opas de otras compañías; etc.

- Llegada de la información. Los directivos relacionados con las acciones de las operaciones internas pueden hacer uso de la contabilidad creativa para atrasar la llegada de la información al mercado. La ventaja de esto es poder beneficiarse de la información privilegiada (*insider trading*).

3.4 Subjetividad dentro del Plan General Contable que promueve la contabilidad creativa

Dentro del Plan General Contable existen ciertas irregularidades relacionadas con sus elementos que dan lugar a escenarios cargados de subjetividad y, por tanto, a diversas interpretaciones. Esto, por tanto, es aprovechado para adecuar los elementos contables a la situación más positiva buscada por una empresa. Consecuentemente, contamos con la presencia de manipulaciones contables.

Inicialmente, Amat (2008) se centra en los principios contables de imagen fiel, uniformidad e importancia relativa. En cuanto a la idea de imagen fiel, ésta no queda precisada dentro del marco contable. Por tanto, puede derivar en grandes confusiones. Por ejemplo, si se entiende imagen fiel como concepto de realidad, a la hora de contabilizar los inmuebles, según el PGC, se utilizaría el precio de adquisición. Sin embargo, esta cifra no se corresponde con la realidad. Consecuentemente, esto puede llevar a creer que la imagen fiel de los inmuebles se corresponde con su valor de mercado.

En segundo lugar, la subjetividad presente en el principio de uniformidad ofrece a las compañías la oportunidad de variar sus criterios anualmente. Eso sí, éstas deben reflejar sus acciones en la memoria.

Finalmente, en cuanto al último principio, el PGC cuenta con el inconveniente de no tener ningún elemento para cuantificar si un tema es importante o no. Por tanto, el principio de importancia relativa da lugar a subjetividad y a diferentes interpretaciones ya que lo que alguien puede considerar importante otro puede no hacerlo.

El siguiente elemento que Amat (2008) menciona es la obtención del valor razonable, dentro del grupo de criterios de valoración. Éste señala que, a veces, el valor razonable de ciertos activos y pasivos se puede conseguir a través de distintos procesos (cotización en un mercado activo, media de nuevas transacciones, descuento de flujos de caja, etc.). Así, esto supone un nuevo caso de subjetividad con diferentes interpretaciones.

Por último, el grupo contable definitivo que Amat (2008) clasifica como susceptible de ser afectado por manipulaciones es el de las normas de valoración. Dentro de éste encontramos:

- Inmovilizado material

Según Amat (2008) podemos encontrar varios casos de subjetividad en la relación entre el inmovilizado material y las normas de valoración de éste ya que a la hora de contabilizarlo dentro del PGC se puede elegir entre distintas opciones. Como ejemplos de inmovilizado material aparecen los costes indirectos presentes en el inmovilizado, las amortizaciones y el deterioro.

- Inmovilizado intangible

Los gastos de I+D y los programas de ordenador son algunos ejemplos cuya interpretación puede generar distintos puntos de vista y, por tanto, facilitar la aparición de alteraciones.

- Instrumentos financieros

Amat (2008) pone de manifiesto que la introducción de instrumentos financieros en cartera de negociación y disponibles para la venta puede generar subjetividad. Además, los ajustes por valoración de la primera categoría irían a la cuenta de resultados y en cuanto a la segunda se utilizaría el patrimonio neto. También, dentro de préstamos y partidas a cobrar permitiría a la compañía contar con la oportunidad de valorar las operaciones por debajo de un año por su valor nominal.

- Existencias

Dentro de las existencias, Amat (2008) menciona que la estimación de sus costes indirectos y su correspondiente método de valoración también se podrían interpretar de distintas formas generando, por tanto, subjetividad.

- Ingresos por ventas y prestación de servicios

Como con los préstamos y partidas a cobrar, la compañía cuenta con la oportunidad de, dentro de un periodo de doce meses, contener los intereses dentro de las operaciones. Esto, según Amat (2008), conllevaría una serie de alteraciones contables.

- Provisiones, pasivos por retribuciones al personal a largo plazo, y combinaciones de negocios

Todos estos elementos, por sus características, cuentan con una alta proporción de subjetividad y, por tanto, con grandes probabilidades de ser manipulados contablemente.

En definitiva, como hemos mencionado anteriormente entre los factores que impulsan la aparición de la contabilidad creativa, el Plan General Contable cuenta con un alto grado de subjetividad entre sus elementos. Por tanto, esto propicia que, dependiendo de sus intereses y objetivos, las empresas interpreten la normativa contable desde distintos puntos de vista y, por ello, hagan uso de la contabilidad creativa.

Capítulo 4: Consecuencias de la contabilidad creativa

4.1 Marco general

Según Cano (2002), el acto de manipular las cifras contables puede dar lugar a distintas derivaciones negativas. Por un lado, la información presente en futuros estados contables puede variar de forma incorrecta. También, puede haber secuelas dentro del marco económico como, por ejemplo, en la naturaleza de contratos o en los precios de las acciones. Ahora bien, dentro de los efectos provocados en el marco económico, distinguimos entre las mejorías económicas para la empresa obtenidas mediante la manipulación; y los efectos que pueden dar lugar a que se descubra dicha manipulación. Finalmente, las sanciones y reputaciones negativas que puede cargar la empresa después de una manipulación contable son de gran magnitud.

A continuación, se analizarán los distintos tipos de consecuencias que pueden surgir debido a una manipulación contable dentro de las compañías.

4.2 Consecuencias contables

Cano (2002) afirma que la contabilidad creativa, por mucho que permita variar resultados contables dentro de la legalidad, no cuenta con las herramientas para poder mejorar la situación económico-financiera de una empresa que cuenta con ciertos apuros.

Por tanto, de acuerdo con Laínez y Callao (1999), la aplicación de la contabilidad creativa supondría echar una falsa cortina por un periodo de tiempo que al final acabaría revelando la difícil etapa por la que pasa la empresa. Además, esta cortina solo se podría mantener de forma continua recurriendo al fraude contable, opción que se sale de la legalidad.

Así, Cano (2002) concluye que la manipulación contable solo es válida para arreglar problemas puntuales ya que de no ser así daríamos lugar a una imagen falsa a largo plazo y, por tanto, saldríamos del marco legal contable.

El hecho de que esta manipulación solo sea válida para ejercicios de corto plazo se debe al siguiente razonamiento: la contabilidad creativa permite adelantar o atrasar el reconocimiento de los ingresos o los gastos de una compañía. Sin embargo, aunque este muro temporal permita dar un poco de ventaja, tarde o temprano los ingresos y gastos tendrán que ser contabilizados. Por tanto, este margen básicamente permite presentar hoy una imagen mejor en cuanto a resultados a costa de presentar una peor en el futuro o viceversa.

Cano (2002) ejemplifica este escenario en la siguiente tabla:

Tabla III: Repercusión de una política contable agresiva en el resultado de ejercicios futuros.

Instrumento para aumentar el resultado en este ejercicio	**Efecto en el resultado de los ejercicios futuros**

Avanzar el reconocimiento de ingresos que serían contabilizados en el próximo ejercicio	No se contabilizarán los ingresos adelantados → **disminuye el beneficio**
Demorar el reconocimiento de gastos que serían contabilizados en este ejercicio	Se contabilizarán los gastos cuyo reconocimiento se ha aplazado → **disminuye el beneficio**
Activar todos los gastos susceptibles de ello (gastos de I+D, gastos de formalización de deudas, coste de producción de activos…)	Es obligatorio amortizar los gastos activados → **disminuye el beneficio**
No dotar provisiones	No se aplicarán las provisiones dotadas en el ejercicio previo ni se crearán excesos de provisiones → **disminuye el beneficio**
Valorar las existencias minimizando el valor del consumo	Existencias iniciales del ejercicio siguiente altamente valoradas y por tanto elevado consumo futuro → **disminuye el beneficio**
Reducir las amortizaciones	Inmovilizado altamente valorado. Cuando se enajene, se adquirirán mayores pérdidas/menores ganancias → **disminuye el beneficio**

Fuente: Cano (2002)

Como conclusión, Cano (2002) comenta que hay que tener en mente que llevar a cabo una política contable agresiva tendrá consecuencias conservadoras en el futuro. Por el contrario, una política contable conservadora permitirá aumentar los resultados a largo plazo.

4.3 Consecuencias económicas

Cano (2002) ya expuso anteriormente que los negocios buscan la alteración de cifras para obtener ciertas ventajas económicas. Sin embargo, existen ciertas ocasiones en las que la relación obtenida entre el beneficio alterado y el resultado económico es indirecta. Por tanto, puede ocurrir que la manipulación no produzca ningún resultado buscado. Esto ocurre sobre todo cuando se busca mejorar la imagen de la compañía o influir en el mercado de capitales.

En cuanto al último punto de influir sobre el mercado de capitales existen distintos puntos de vista de cara a su efectividad. Así, algunos autores argumentan que esta efectividad cuenta con una influencia insuficiente al ser una situación fácil de detectar y que, por tanto, permite evitar que afecte a la toma de decisiones.

Wahlen (1994) hace referencia a un ejemplo en el que a pesar de conseguir un incremento de resultados, la presencia de pequeñas provisiones en los bancos se relaciona con una disminución de las acciones en el mercado. También, Shivakumar

(1998) menciona como, tras la manipulación de los resultados en una compañía y su posterior descubrimiento, las cotizaciones de sus títulos disminuyeron.
Básicamente, podemos concluir que con estas prácticas no solo no se consigue llevar a cabo una manipulación sin ser descubierto sino que, además, esto puede arrastrar consecuencias negativas en forma de castigo para las empresas.

Ahora bien, existe otro grupo de autores que opina de manera totalmente opuesta en cuanto a lo expuesto anteriormente. Estos afirman que a veces se pueden obtener los resultados deseados mediante la manipulación. Según Dechow (1994), por ejemplo, existen ocasiones en las que los resultados contables, a pesar presentar una fiabilidad insuficiente, parecen más explicativos para los inversores que los flujos de caja. También, continuando con el punto anterior, Rangan (1998) establece que en ocasiones se ha obtenido un aumento en el precio de las acciones antes de la oferta pública de las mismas.

En definitiva, de acuerdo con Cano (2002), no hay un enfoque claro sobre si la manipulación contable se puede llevar a cabo a costa de los inversores o no ya que en algunos ejemplos la misión ha sido positiva y, sin embargo, en otros casos ha dado lugar al fracaso. Ahora bien, la clave de esto es que no se sabe que es lo que permite los distintos desenlaces, es decir, qué ocurre para que a veces los inversores detecten dicha alteración del resultado y otras veces no.

4.4 Consecuencias de la detección de la manipulación

Para terminar, Cano (2002) hace referencia a las consecuencias que puede sufrir una compañía si los inversores descubren que ésta ha hecho uso de manipulaciones contables. En otras palabras, las consecuencias que sufriría desde el punto de vista de costes políticos.

Al contrario que con las consecuencias económicas, en este apartado la mayoría de autores coinciden en cuanto a las acciones que se llevarían a cabo en caso de descubrir, o incluso sospechar, una alteración en el ejercicio contable. De esta forma, autores como Foster (1979) descubrieron que una vez un negocio era acusado de manipulación por la prensa, sus precios sufrían repercusiones, como una caída de 8% en el día de la publicación. También, Dechow et al. (1996) mencionaron que aquellas compañías que se encontraban bajo investigación por la SEC sufrían una caída del 9% en las cotizaciones en el momento en el que se denunciaban los casos de manipulación contable. En resumen, los mercados de capitales contraatacan las alteraciones contables con fuertes sanciones.

En definitiva, Cano (2002) establece que si se detectan prácticas de contabilidad creativa las compañías sufren no solo una sanción económica por parte del mercado de capitales sino también una reputación dañada por una mala imagen. Además, estas prácticas quedan plasmadas dentro del artículo 290 del Código Penal español bajo el nombre de “falseamiento de las cuentas anuales” según afirma Blasco (1998).

Así, Cano (2002) añade que no hay que olvidar que, aunque la contabilidad creativa de primeras pueda traer ciertas ventajas para la empresa, al final ésta acaba incurriendo en importantes costes. Por un lado, alterar las cuentas contables supondrá que en el futuro obtendremos unos estados financieros con un resultado opuesto al de la alteración. Si se aplica una política contable agresiva, el beneficio futuro se reducirá. Contrariamente, si se aplica una política contable conservadora, el beneficio futuro aumentará. Por tanto, la contabilidad creativa es útil solo si se utiliza para solventar problemas excepcionales y de corto plazo.

Finalmente, otra idea que hay que tener en cuenta según Cano (2002) es el riesgo que arrastra la alteración de figuras contables. Como se ha mencionado anteriormente, los mercados financieros sancionan severamente a aquellos negocios de los que sospechan o saben que han llevado a cabo algún tipo de manipulación contable. Además, la autoridad o el poder de un directivo pasa a ser difícil de medir después de que éste haya llevado a cabo algún tipo de alteración contable para engañar a sus accionistas. Las acciones del pasado de una empresa tendrán repercusiones negativas sobre el futuro desarrollo de la misma.

Capítulo 5: La contabilidad creativa y el fraude contable

5.1 Marco general

Según Amat (2008), los inversores y directivos de cualquier compañía deben hacer uso de la información contable a la hora de tomar cualquier decisión. Por lo tanto, ésta debe ser ante todo fiable y, como consecuencia, útil. Así, estos requisitos deben encontrarse en cualquier empresa suponiendo que se refleja una imagen fiel de las mismas.

Otro autor, que hace referencia a esta idea de imagen fiel es Lee (1981), quien la define de la siguiente forma: "significa una presentación de las cuentas, realizada de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados, presentándolas de forma que reflejen, dentro de los límites de la práctica contable actual, una fotografía libre de sesgos intencionados, distorsiones, manipulación, encubrimiento u ocultación de hechos. En otras palabras, ha de tenerse en cuenta el espíritu de la ley y, por tanto, el contenido ha de primar sobre la forma". En resumen, las empresas deberían presentar una imagen fiel y, como consecuencia, la garantía de unas cuentas fiables.

Sin embargo, esta situación no suele presentarse siempre ya que a veces pueden aparecer casos de alteraciones contables. Éstos pueden ser legales o ilegales. Dentro del primer grupo encontramos la contabilidad creativa, que surge gracias a que la subjetividad presente en la contabilidad da lugar a un abanico de escenarios. Sin embargo, esta subjetividad puede estirarse demasiado y crear casos ilegales al alterar las normas existentes.

Por tanto, según Amat y Oliveras (2004), podemos clasificar la legalidad de los maquillajes contables según la siguiente tabla:

Tabla IV. Clasificación de prácticas que persiguen la manipulación de las cuentas

	MAQUILLAJES CONTABLES	**TRANSACCIONES REALES**
LEGALES	Contabilidad creativa (maquillajes que aprovechan los vacíos legales, las alternativas previstas en la legislación y las posibilidades de efectuar estimaciones más o menos optimistas)	Efectuar operaciones reales que afectan a las cuentas de las empresas (por ejemplo, adelantar o retrasar una transacción)
ILEGALES	Maquillajes contables contrarios a la legislación (por ejemplo, ocultar ventas, gastos o ingresos)	Operaciones reales que no están autorizadas por la legislación vigente

Fuente: Amat y Oliveras (2004)

Podemos observar que la contabilidad creativa se encuentra dentro del marco legal. Sin embargo, como hemos comentado anteriormente, si forzamos este maquillaje contable acabamos incluyendo factores contrarios a la legislación contable y, por tanto, entramos dentro de un marco ilegal dando paso al fraude contable.

5.2 Definiciones de fraude y fraude contable

De acuerdo con la Real Academia Española de la lengua, fraude significa engaño, inexactitud consciente, abuso de confianza que prepara o produce un daño.

Según The Institute of Internal Auditors (2012), el fraude es: "*Todo acto ilegal caracterizado por engaño, ocultación o abuso de confianza. Son actos que no dependen de amenazas, de violencia ni de fuerza física. Los fraudes son cometidos por personas y organizaciones para obtener dinero, bienes o servicios para evitar el pago o la pérdida de servicios, para obtener una ventaja personal o comercial*." (Pág. 4).

Para Rodríguez y Prat (2001), los objetivos principales de la contabilidad son ofrecer utilidad financiera e información interna. Sin embargo, también cuenta con fines como proteger los intereses públicos de la ciudadanía y los privados de accionistas, trabajadores, acreedores y el resto de clientes involucrados con la compañía.

Todo esto parece muy claro. Ahora bien, a la hora de estimar la objetividad de la contabilidad surgen dudas que derivan en subjetividad y, como consecuencia, en fraude. Esto, por tanto, se intenta evitar mediante la creación de unas normas de valoración que agrupen los criterios de los distintos negocios.

Los responsables de los fraudes cuentan con que:

- Suelen ser personas con un alto cargo dentro de la empresa y, además, el tamaño de sus fraudes contables suele ser de gran envergadura.
- Las consecuencias de sus actos pueden tener un alto número de víctimas, como empleados, accionistas, clientes, proveedores, el estado, etc.

Finalmente, de acuerdo con Pérez-Carballo Veiga (2007), la aparición del fraude surge por un simple mecanismo que tiene como fin crear valor para un accionista y hacer a los administradores partícipes de ello. Este mecanismo comienza con el gestor, el cual cuenta con la oportunidad de incrementar sus ganancias al elevar el valor de las cotizaciones por encima del salario fijo. Como consecuencia, puede ocurrir que el gestor aproveche esto para optimizar los beneficios manipulando los criterios contables a través de la contabilidad creativa o de alguna práctica ilegal.

Este autor también distingue diversos tipos de fraude según sean:

1. Hacia adentro de la empresa:
    a. Fraude gerencial:
        i. Falsificación de cheques
        ii. Invención de robos falsos
        iii. Compras innecesarias a determinados acreedores
        iv. Declaración de compras inexistentes o mucho mayores a las realizadas
    b. Fraude de empleados:
        i. Falsificación de cheques
        ii. Robos o declaración de que algo "se ha perdido"
2. Hacia afuera de la empresa:
    a. En relación con otras empresas

b. En relación con el consumidor
c. En relación con el Estado (fraude fiscal)

Podemos concluir, por tanto, que, al igual que la contabilidad creativa, el concepto de fraude cuenta con distintas definiciones dependiendo del punto de vista del autor. Ahora bien, todos coinciden en que el fraude es una práctica de carácter y con aplicaciones muy negativas. Además, se lleva a cabo con el objetivo de complacer los intereses de sus manipuladores, que, por lo general antes o después, producen daños a la empresa.

5.3 Responsables de fraudes contables

El hecho de que las directivas desconozcan o conozcan una organización puede dar lugar a resultados con una gran influencia sobre el negocio según afirman Sánchez et al. (2016).

La primera opción supone que, al no tener conocimiento de las principales operaciones, se encomienden responsabilidades a cargos medios o bajos de dicho negocio. Así, se les entrega un poder que pueden usar de forma incorrecta, es decir, llevar a cabo prácticas ilegales y, por tanto, perjudicar a la empresa. En definitiva, la falta de información sobre quien actúa y cómo dentro de una empresa lleva a situar en las manos incorrectas una gran cantidad de responsabilidades cuya errónea manipulación resulta en consecuencias negativas para la misma.

El segundo escenario, por el contrario, se relaciona con los miembros de altos cargos de la empresa. Además, incluye un exceso de conocimiento del negocio y unas funciones poco divididas dentro del mismo. Esto, como consecuencia, genera una alta confianza entre los miembros de dichas funciones y, por tanto, facilita la realización de un fraude. Finalmente, también se cuenta con la facilidad de sobrepasar los controles internos de la compañía. Por tanto, en este caso el problema surge cuando todo el poder se concentra en manos de muy pocos. Además, a esto se le añade que esos pocos, ya de por sí, tienen un alto cargo dentro de la empresa y, por tanto, creen que un extra de poder les permite elevarse y aislarse aún más del resto de la compañía y actuar según les convenga.

5.4 Casos históricos de fraudes contables

A lo largo de la historia contable nos hemos podido encontrar con numerosos ejemplos de fraude en los que se ha hecho un uso inadecuado y, por tanto, ilegal de la contabilidad. Por ello, haremos mención a algunos de los desastres más recientes dentro del mundo económico:

- Pescanova

En el año 2013 la empresa pesquera Pescanova, con actividad en al menos veinte países, fue descubierta, según Encinas (2016), con una deuda financiera casi cuatro veces mayor de la que realmente reconocía. Además, donde admitía poseer grandes activos en realidad presentaba un inmenso agujero contable, que había sido arrastrado durante años.

- Gowex

Dentro del Mercado Alternativo Bursátil (MAB) encontramos la empresa de wifi Gowex. En el 2014, según señala Madariaga (2014), ésta fue descubierta con unas cuentas que, desde hace al menos cuatro años, no reflejaban su imagen fiel al contar con unos beneficios falsos y una capitalización muy por encima de la real. En definitiva, el negocio de dicha empresa no era más que un gran montaje y realmente su valor podía reducirse a cero.

- Volkswagen

Otro protagonista dentro de la historia del fraude contable fue Volkswagen. En el año 2015, de acuerdo con Garberí (2016), se descubrió que esta popular empresa se dedicaba a manipular y falsear las cantidades de gases que sus coches emitían. Así, se declaraban cifras que podían estar hasta cuarenta veces por debajo del nivel real. En resumen, éste es un ejemplo de fraude en el que se mintió a la Administración Pública para conseguir un tipo de ayuda y se trastornó el orden socioeconómico.

Capítulo 6: Detección y soluciones contra la contabilidad creativa

6.1 Cómo detectar casos de contabilidad creativa

A la hora de buscar cualquier indicio de contabilidad creativa, como comentan Amat y Blake (2002), es esencial comenzar echando un vistazo a los apuntes contables presentes en las cuentas anuales ya que nos permiten obtener información fiscal de las declaraciones de impuestos. También dentro de éstas es de ayuda leer algunos aspectos de la memoria como, por ejemplo:

- Cómo se atribuyen ingresos, que sobrepasan el ejercicio económico, en contratos a largo plazo.
- Cuáles son los métodos de imputación de costes que se deben implementar cuando, dentro de la normativa contable, existen varias alternativas.

Otra pista que comenta Figuera (2016) y que nos permite detectar aspectos de la contabilidad creativa es un conjunto de términos como, por ejemplo, activación, capitalización, diferimiento, reestructuración, cambio de criterio contable, etc.

Por otro lado, el Estado de flujos de efectivo es un estado contable que también cuenta con un papel importante a la hora de detectar manipulaciones contables según Figuera (2016). En otras palabras, la tesorería, la caja y el efectivo de una compañía en banco no suele mentir. Por tanto, si nos fijamos en estos factores y encontramos saldos de liquidez mínimos junto a elevadas cifras de ingresos y resultados, estaremos recibiendo señales de alteración contable.

Finalmente, como ya se ha mencionado en capítulos anteriores, Figuera (2016) afirma que la contabilidad creativa genera un pago de impuestos más elevado y, por tanto, da lugar a una descapitalización de la compañía. Consecuentemente, esto genera graves problemas financieros cuya única forma de ser solventados es mediante un endeudamiento con proveedores y bancos, a corto y largo plazo respectivamente.

6.2 Detección de las manipulaciones contables

Cano (2002) comenta, como se ha expuesto anteriormente, que un analista externo no cuenta con la información suficiente para saber si las cuentas anuales de una empresa son fiables o no. La única forma de comprobar esto sería comparando la información obtenida con los resultados que surgirían de unas prácticas objetivas. Sin embargo, el analista no cuenta con acceso a esos estados contables objetivos para compararlos con los de la compañía. Por tanto, lo único con lo que puede trabajar el analista es con indicadores que muestren sospechas sobre el uso de manipulaciones contables.

Aparte de los indicadores mencionados anteriormente, Cano (2002) cita otros nuevos que, a su parecer, son cruciales para detectar alteraciones contables.

- El informe de auditoría

El papel de los auditores es comparar la información contable presente en las cuentas anuales con la realidad económica y financiera de un negocio. Por tanto, si aparecen diferencias entre ambos conceptos se obtiene una pista en cuanto a la presencia de manipulación contable. Así, el informe de auditoría trabaja como un gran utensilio para detectar anomalías contables.

Ahora bien, no todo son ventajas ya que dicho informe cuenta con ciertas limitaciones:

- Existen numerosas pequeñas y medianas compañías que no cuentan con la obligación de tener que auditar. Esto se debe a que no alcanzan los requisitos mínimos legales establecidos. Por tanto, en estos casos no se cuenta con un informe de auditoría sobre las empresas.
- La información recogida en un informe de auditoría es la presente en las cuentas anuales, es decir, parte de la información financiera no aparece en el informe. De este modo, datos que pueden ser de gran interés para el analista pueden quedar fuera de dicho informe.
- La confianza hacía los informes de auditoría ha ido decreciendo con los años debido al creciente número de casos en los que informes de auditoría "limpios" iban ligados a empresas con casos de escándalos financieros. Por tanto, los analistas no ven estos informes con los mismos ojos.

- El análisis de los ajustes por devengo

Otra herramienta muy útil para detectar alteraciones contables es la variable de los ajustes por devengo. Ésta se define como "*la diferencia existente entre el resultado del período y los flujos de caja operativos producidos en el mismo.*" (DeAngelo, p. 17)

Si hacemos un análisis más profundo, de acuerdo con Cano (2002), podemos dividir estos ajustes por devengo en tres unidades:

1. Nivel de resultados extraordinarios alcanzado por la compañía.
2. Asimetría entre los ingresos del ejercicio no cobrados y los cobros no realizados por ingresos operativos del ejercicio.
3. Asimetría entre los gastos operativos del ejercicio no pagados y los pagos operativos no originados por gastos del ejercicio.

Así, según Cano (2002), las manipulaciones de tipo contable no alteran las corrientes de cobros y pagos operativos, pero si las corrientes de la renta, es decir, los ingresos y gastos de la empresa. Consecuentemente, los ajustes por devengo sufren cambios por dichas manipulaciones.

También, podemos centrarnos en la relación entre los ajustes por devengo y los tipos de contabilidad creativa. Cano (2002) afirma que la aplicación de una política contable agresiva desembocaría en un aumento del resultado, pero manteniendo el mismo flujo de caja. Así, se incrementaría el nivel de ajustes por devengo. Por otro lado, una política contable conservadora daría lugar al efecto contrario ya que reduciría el resultado y el nivel de ajustes por devengo. Por tanto, este estudio de anomalías también podría ser de gran ayuda para detectar algún tipo de manipulación contable. Podemos ver como se llevaría a cabo aplicado a la política contable agresiva con la siguiente tabla:

Tabla V: Efectos de una política contable agresiva en el nivel de ajustes por devengo

Procedimiento	**Elemento dañado**	**Efecto en el elemento dañado**	**Efecto en el nivel de ajustes**
Adelantar el reconocimiento de las ventas	Cuentas a cobrar	Incrementa	Incrementa
Aplazar el reconocimiento de los gastos	Acreedores y proveedores	Reduce	Incrementa
Activación de gastos	Activación neta	Incrementa	Incrementa

	de gastos		
Disminuir las provisiones	Variación de provisiones	Reduce	Incrementa
Disminuir las amortizaciones	Amortizaciones	Reduce	Incrementa
Usar el criterio de valoración de existencias que disminuya el consumo	Variación de existencias	Incrementa	Incrementa

Fuente: Cano (2002)

- Variables cualitativas a tener en cuenta

El último método que menciona Cano (2002) para detectar alteraciones contables consiste en expandir el conocimiento sobre la información de la compañía, es decir, no centrarse solo en la información cuantitativa presente en las cuentas anuales de ésta sino, también, en su información cualitativa. Así, Wiedman (1999) divide dicha información en tres grupos:

1. Características de la dirección: a veces la realización de acciones poco fieles, como manipulaciones contables, puede venir de la mano de directivos empresariales cuya personalidad les lleva a alcanzar objetivos cueste lo que cueste, es decir, a través de prácticas poco ortodoxas.
   Ejemplos de ello pueden ser, según AICPA (1997), un excesivo interés por mantener o incrementar el precio de las acciones; o la existencia de un único administrador o un grupo reducido en el consejo de administración junto con la falta de órganos que vigilen su actividad.

2. Circunstancias de la industria: como se mencionó en capítulos anteriores, a veces la industria en la que se trabaja puede influir en una empresa para que ésta lleve a cabo alteraciones contables. Algunas circunstancias para ello pueden ser, como afirma AICPA (1997), un gran nivel de competencia o saturación del mercado junto con una disminución en los márgenes obtenidos. También, puede tratarse de una decadencia de la industria asociada a una bajada de la demanda.

3. Marco económico-financiero de la compañía: algunos ejemplos, de acuerdo con AICPA (1997), pueden ser un alto requisito de financiación para conservar una posición competitiva; o un desarrollo inesperadamente rápido de la compañía en comparación con el resto dentro de la industria.

Como conclusión, Cano (2002) afirma que, si a la hora de analizar una empresa nos encontramos simultáneamente con alteraciones en su información cuantitativa, en este caso en los ajustes por devengo, y con alteraciones en su información cualitativa, es muy probable que nos encontremos frente a un caso de manipulación contable.

6.3 Medidas contra la manipulación del resultado

Cano (2002) pone de manifiesto que existen distintas alternativas para impedir la alteración de las cuentas contables. La primera de ellas consiste en elaborar una legislación menos permisiva. Actualmente, de acuerdo con Monterrey (2002), se cuenta

con normas contables muy ambiguas, sin claridad ni precisión. Por lo tanto, pierden autoridad frente a las alteraciones contables. Así, se pretende disminuir la opcionalidad contable y, como consecuencia, reducir el número de casos en los que haya que juzgar las acciones de los gerentes empresariales. Por ello, Amat y Oliveras (2004) testifican que el ICAC (Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas), junto con los organismos reguladores de otros países, está coaccionando al IASB (*International Accounting Standards Board*, organismo emisor de las NIC) para que las normas contables sean menos permisivas y así haya menos posibilidad de maniobra.

Ahora bien, Cano (2002) afirma que esta opción cuenta con ciertas limitaciones ya que, por ejemplo, el uso de datos más objetivos puede desembocar en la presentación de una información que cuente con menor exactitud. Desde un punto de vista práctico, esta situación se puede aplicar, por ejemplo, al principio del precio de adquisición. Éste disminuye la habilidad de los directivos para alterar el valor de sus activos. Sin embargo, también los presenta valorados muchas veces en términos obsoletos debido al resultado de la inflación.

Además, la legislación no puede cubrir todos los puntos de la contabilidad creativa ya que el ritmo al que se desarrollan los negocios es mucho mayor que el de las regulaciones que se les aplican. Por tanto, no se podría controlar la aparición de nuevos ejemplos de transacciones económicas que no contasen con regulaciones contables y que, consecuentemente, dieran lugar a nuevos casos de contabilidad creativa.

La segunda solución propuesta por Cano (2002) tiene que ver con los auditores, que revisan que la información contable coincida o se adapte adecuadamente al contexto real de una compañía en cuanto a su patrimonio y sus resultados. Últimamente, sin embargo, los auditores no han sido muy eficientes a la hora de cumplir sus requisitos debido a que la detección de manipulaciones contables resulta complicada. Éstos deben estar mucho más implicados en el tema de la contabilidad creativa ya que resulta ser muy subjetivo porque, como mencionamos en capítulos anteriores, ésta se puede considerar legal o ilegal.

Monterrey (2002) también apoya esta medida y la complementa con la introducción, como ya se ha hecho en otros países, de los comités de auditoría, que proporcionan un mecanismo extra de monitorización y control. También, junto con estos comités, se incluirían unos consejeros externos, que al ser personas independientes ayudarían a disminuir el número de alteraciones contables.

Finalmente, la tercera propuesta de Cano (2002), apoyada por Monterrey (2002), consiste en hacer públicas las prácticas creativas de las empresas cuya publicación no traiga costes asociados como, por ejemplo, los *cash flows* de las operaciones. Las compañías le suelen dar mucha importancia a la imagen fiel, a la imagen que presentan. Por tanto, si esta imagen se diera a conocer al público, las compañías tendrían mucho cuidado con sus actividades y reducirían considerablemente el número de alteraciones ya que sino una denuncia por parte del público en general y de los inversores en particular conllevaría gravísimas consecuencias para los beneficios de las mismas.

Monterrey (2002) también incluye otras dos propuestas para erradicar la contabilidad creativa. Primero, basándose en los conocimientos de Cea (1994), invita a eliminar las transacciones potenciales y los sucesos contingentes del cálculo del resultado ya que así se evita la aparición de elementos creativos en su determinación.

Por otro lado, teniendo en cuenta las aportaciones de Naser (1993), plantea reducir todo lo posible las responsabilidades de los gerentes en cuanto al tema de elección contable como solución para reducir las prácticas contables creativas. Sin embargo, parece una medida un poco compleja de implementar ya que se tiene que luchar contra el argumento de que el gerente es quien mejor conoce la empresa y, por tanto, debe encargarse de elaborar los procedimientos contables que mejor manifiesten las circunstancias económicas y financieras de la compañía.

La idea final, mencionada por Amat y Oliveras (2004), es que es muy importante implantar todas las medidas anteriores y dirigirse hacia la dirección correcta. Si no, sobre todo en los periodos de crisis económica, se producirán más y más casos de manipulación contable, disminuyendo así la creencia de la contabilidad y la auditoría. Ahora bien, también es verdad que las últimas cifras muestran resultados positivos que hacen creer que se está tomando el camino correcto.

Capítulo 7: Casos reales y conclusión de la contabilidad creativa

7.1 Casos reales

Todo lo visto hasta ahora a lo largo del trabajo cuenta con una gran carga teórica sobre el concepto de contabilidad creativa y todo lo que la rodea. Por tanto, la idea de este último capítulo es relacionar todo lo expuesto previamente con casos reales de manipulaciones contables que han tenido lugar durante la última década en conocidas empresas, como Pescanova, Deutsche Bank, McDonald's, etc. Así, se pretende ofrecer una visión más práctica y cercana de lo que es la contabilidad creativa.

- Saludcoop

Salucoop es una empresa de origen colombiano que se creó a principios de la década de los noventa con el objetivo de ofrecer servicios de la salud. Durante los siguientes años su éxito aumentó y, por tanto, llevó a la empresa a alcanzar grandes cifras. Sin embargo, según Arévalo (2015), la empresa no supo lidiar con tanta popularidad ya que entre los años 2000 y 2010 hizo un uso inadecuado del dinero que llegaba a sus manos por parte del Gobierno. Ejemplos de ello fueron usarlo para intereses fuera de su objeto social o invertirlo fuera de control y, por tanto, deber grandes cantidades a proveedores. Así, en el 2011 el fraude salió a la luz y destapó la situación de Saludcoop.

- HSBC

HSBC es una empresa británica de presencia global que ofrece servicios bancarios y financieros. Ahora bien, dentro de su multitud de filiales destaca la suiza debido a su involucración en un fraude financiero. Éste, de acuerdo con Ryle et al. (2015), tuvo lugar en 2012 y consistió en ofrecer ayuda a los clientes más ricos de dicha filial para que pudieran ocultar grandes cantidades de dinero y así evadir impuestos y, en algunos casos, encubrir las cuentas no declaradas de sus países. Esta situación finalmente se hizo pública gracias al Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación.

Siwei

En el año 2012 la empresa Caterpillar, una de las más populares para la producción de maquinaria pesada, decidió adquirir como filial a la empresa Siwei, dedicada a la elaboración de soportes de techos hidráulicos para la seguridad de minas en la industria carbonera, ya que presentaba unas cifras muy satisfactorias. El problema, que señala Montlake (2013), fue que un año más tarde se descubrió que la imagen presentada por Siwei para atraer a sus compradores era falsa. Todas sus ganancias e ingresos habían sido inflados, incluyendo el reconocimiento de ingresos prematuros e injustificados, para parecer una empresa sana y fuerte. Sin embargo, la realidad era totalmente opuesta y había generado en Caterpillar importantes pérdidas.

Pescanova

Pescanova es una empresa pesquera que, fundada en Galicia en los años sesenta, actualmente cuenta con actividad en al menos veinte países. Además, su éxito se centra

en la captura, industrialización y exportación de pescados. Sin embargo, en el año 2013 este éxito se vio dañado por el descubrimiento de, según Encinas (2016), una deuda financiera casi cuatro veces mayor a la que la empresa realmente reconocía. Además, donde admitía poseer grandes activos en realidad presentaba un inmenso agujero contable, que había sido arrastrado durante años.

Gowex

Dentro del sector tecnológico encontramos a la empresa Gowex dedicada a ofrecer wifi de forma gratuita en lugares de uso público, como parques, estaciones de tren, quioscos, etc. Su origen se remonta a 1999 y su entrada en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) a 2010. Además, su escándalo financiero se corresponde con el año 2014 cuando, según testifica Madariaga (2014), Gowex fue descubierta con unas cuentas que, desde hace al menos cuatro años, no reflejaban su imagen fiel al contar con unos beneficios falsos y una capitalización muy por encima de la real. En definitiva, el negocio de dicha empresa no era más que un gran montaje y realmente su valor podía reducirse a cero.

Volkswagen

Volkswagen es una empresa alemana con presencia global dedicada a la fabricación de automóviles cuyo éxito disminuyó al ser la protagonista de un caso de fraude. Ahora bien, Garberí (2016) cita que en el año 2015 se descubrió que esta popular empresa se dedicaba a manipular y falsear las cantidades de gases que sus coches emitían al llevar éstos instalado un programa informático que detectaba cuando se estaba realizando un test de emisión de gases y, por tanto, se encendía para manipular los niveles. Así, se declaraban cifras que podían estar hasta cuarenta veces por debajo del nivel real.

Deutsche Bank

La siguiente empresa multinacional incluida en un escándalo financiero es Deutsche Bank. Ésta es de origen alemán y se encarga de ofrecer servicios bancarios y financieros. Según Reuters (2015), las autoridades americanas y británicas descubrieron en 2015 que el banco alemán había estado alterando las tasas de referencia interbancarias, como los tipos de interés líbor y euríbor, durante el periodo del 2005 al 2010. Además, en dichas operaciones había implicados empleados que alteraban las cifras desde distintos puntos del globo.

Toshiba

La gran multinacional japonesa, dedicada a la producción y venta de todo tipo de aparatos eléctricos y electrónicos, protagonizó en 2015 un caso de manipulación contable ilegal de gran envergadura, según Chamnbers (2015). Éste consistió en inflar y exagerar los ingresos de la compañía entre 2007 y 2014 y, también, sobreestimar su resultado operativo. Como resultado, Toshiba incurrió en grandes pérdidas de cifras monetarias y de personal. Todo ello, además, desembocó en una reestructuración de la empresa.

McDonald's

McDonald's es una empresa americana mundialmente conocida por sus restaurantes de comida rápida (hamburguesas, patatas fritas, refrescos, etc.). Sin embargo, parece que en el año 2016 esta empresa pasó a formar parte de la lista de empresas fraudulentas ya que, de acuerdo con EPSU (2016), McDonald's hizo uso de su sociedad luxemburguesa para evadir fiscalmente sus beneficios. Así, la razón por la que se eligió a Luxemburgo como escena del crimen es porque este país es popularmente conocido por contar con condiciones fiscales especialmente favorables.

Grupo IUSA

Esta empresa mexicana, creada en los años cuarenta, se encarga de investigar, desarrollar, producir y vender productos para diversas industrias, como las de construcción, salud, telecomunicaciones, etc. Sin embargo, EP (2017) cita que en el 2017 se descubrió que el grupo cambió su rumbo de actividad. La compañía había llevado a cabo un fraude en el que creaba empresas, dentro de las cuales había trabajadores del mismo Grupo IUSA, que simulaban actuar como competidores. El objetivo detrás de toda esta farsa era conseguir obtener contratos gubernamentales.

Para obtener una visión más clara toda la información presentada anteriormente, ésta queda recogida y resumida en la siguiente tabla:

Tabla VI: Casos reales de contabilidad creativa:

EMPRESA	**PAÍS**	**AÑO**	**DESCRIPCIÓN**	**TIPO DE FRAUDE**	**FUENTE**
Saludcoop	Colombia	2011	Dedicada a ofrecer servicios para la salud.	Uso de dinero público para inversiones ajenas al objeto social. También, grandes deudas hacia proveedores y falsas inversiones en activos fijos.	Arévalo, H., 2015. *Descripción de las normas de aseguramiento de la información frente al fraude aplicadas a los estados financieros en el "Caso Saludcoop"*. Granada.
HSBC	Suiza	2012	Dedicada a la banca y los servicios financieros.	Ofrecimiento de ayuda a poderosos clientes para ocultar grandes cantidades de dinero y, así, evadir impuestos.	Ryle, G. y otros, 2015. *International Consortium of Investigative Journalists.* Disponible en: https://www.icij.org/investigations/swiss-leaks/banking-giant-hsbc-sheltered-murky-cash-linked-dictators-and-arms-dealers/
Siwei	China	2013	Empresa	Creación de alteraciones	Montlake, S., 2013.

			productora de equipos para aumentar la seguridad de las minas.	contables para inflar ganancias y así atraer a comprador.	*Forbes.* Disponible en: https://www.forbes.com/sites/simonmontlake/2013/01/21/alleged-fraud-at-caterpillars-chinese-acquisition-puts-spotlight-on-u-s-principals/
Pescanova	España	2013	Dedicada a la captura, industrialización y exportación de pescados.	Descubrimiento de deuda financiera y un inmenso agujero contable.	Encinas, A., 2016. Pescanova: más allá de la deuda económica. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y culturas*, Número 24, pp. 26-28.
Gowex	España	2014	Dedicada a instalar wifi de forma gratuita en lugares de uso público.	Cuentas que reflejaban beneficios falsos y una capitalización muy por encima de la real.	Madariaga, J., 2014. El caso Gowex. *Business Review.*
Volkswagen	Alemania	2015	Dedicada a la fabricación y venta de automóviles.	Manipulación y falsificación de las cantidades de gases emitidas por sus coches.	Garberí, A., 2016. Volkswagen y su responsabilidad penal en España: ¿cantos de sirenas? *Visto para sentencia.*
Deutsche Bank	Alemania	2015	Dedicada a la banca y los servicios financieros.	Trabajadores dedicados a alterar las tasas de referencia interbancarias.	Reuters, 2015. Multan a Deutsche Bank por manipular tasas de interés. *El Observador*, 23 Abril.
Toshiba	Japón	2015	Dedicada a la fabricación y venta de aparatos eléctricos y electrónicos.	Exageración de ingresos y sobreestimación del resultado operativo.	Chamnbers, R., 2015. *Asociación de Auditores Externos*. Disponible en: http://aechile.cl/2015/07/28/lecciones-de-toshiba-cuando-los-escandalos-corporativos-implican-a-auditoria-interna/
McDonald's	EE. UU.	2016	Cadena de restaurantes de comida rápida.	Uso de la sociedad luxemburguesa para la evasión fiscal de beneficios.	EPSU, 2016. *Unhappy Meal: Prácticas de McDonald's para evitar pagar impuestos en Europa*. Bruselas.
Grupo IUSA	México	2017	Dedicada a investigar,	Obtención de contratos gubernamentales mediante	EP, 2017. Cofece investiga a Grupo IUSA

			desarrollar, producir y vender productos para diversas industrias.	la creación de empresas que simulaban ser competidores.	y CONYMED por presuntas prácticas monopólicas. *Regeneración*, 25 Octubre.

Fuente: Elaboración propia

A la hora de analizar esta tabla podemos observar, a primera vista, que los distintos casos de contabilidad creativa no se concentran solo en España, sino que tienen una presencia global alrededor de distintos continentes. Esto se debe a que, como ya se ha mencionado otras veces, el concepto de contabilidad creativa es cada vez más popular entre compañías. Por tanto, es lógico que se vaya expandiendo alrededor del globo. Además, algunas empresas son multinacionales, lo que significa que arrastran sus actividades contables a través de los distintos países en los que operan.

Otro punto a tener en cuenta es que los casos de fraude contable no cuentan con un periodo concreto de mayor auge ya que todos los años podemos encontrar algún ejemplo de ello. Este trabajo se centra en la última década para poder analizar los casos más recientes. Sin embargo, podríamos remontarnos a años anteriores como el 2001 con el caso Enron o al 2002 con el caso WorldCom. Así, se puede apreciar que da igual el año escogido ya que algún fraude, por muy pequeño que sea, habrá tenido lugar.

Finalmente, también se aprecia que la mayoría de prácticas desarrolladas consisten en ofrecer al público una imagen positiva de las cuentas y los beneficios generados por la empresa. Sin embargo, la realidad se encuentra bastante lejos de lo ofrecido ya que, en estos casos, realmente la empresa solo arrastra pérdidas y deudas. La idea de atraer a inversores lleva a las compañías a maquillar sus resultados para ofrecer algo atractivo por lo que arriesgarse. Sin embargo, la consecuencia final de tales manipulaciones es que éstas acaban siendo descubiertas y el precio a pagar es mucho mayor.

7.2 Últimas ideas y conclusión

A lo largo de este trabajo se han expuesto las características y consecuencias de las alteraciones contables llevadas a cabo por empresas. El hecho de que esto ocurra o no se ve influenciado por el entorno que rodea a dicha compañía y por las personas que la compone. Así, el objetivo principal de dicha alteración es maquillar a la empresa de tal forma que de cara al público parezca mucho más atractiva y positiva.

Ahora bien, como expusieron Laínez y Callao (1999), las manipulaciones contables solo esconden, pero no mejoran, la difícil situación a la que se enfrenta una empresa. Por tanto, en el largo plazo las alteraciones acabarían siendo visibles y con ellas se destaparían los actos ilegales llevados a cabo por dicha compañía. Ejemplo de ello son todos los casos desarrollados al principio de este capítulo.

Así, como comentó Cano (2002), esta barrera solo protege temporalmente ya que al final las cifras deben ser contabilizadas. Por tanto, la idea de presentar hoy una imagen mejor deriva en presentar una peor, normalmente la verdadera, en el futuro. Como último punto, este fraude no se convierte en un caso aislado, sino que las consecuencias

negativas de sus actos se extienden a las personas u organismos que han invertido en la empresa, como inversores, proveedores, la Administración Pública, etc., y a los clientes que han comprado sus productos o han hecho uso de sus servicios.

Por tanto, la idea final es que cualquier acto llevado a cabo fuera de la legalidad termina saliendo a la luz y se cobra caro. Sin embargo, parece ser que esto no llega a intimidar a las empresas ya que año tras año se descubren nuevos casos de fraude. Es por ello que, según Monterrey (2002) la normativa contable de las empresas debe ir actualizándose para reducir todo lo posible su grado de subjetividad y así no poder ser interpretada desde distintos puntos de vista. También, Cano (2002) propone reforzar e introducir medidas contra la contabilidad creativa para detectarla y erradicarla todo lo posible, las cuales han sido analizadas detalladamente a lo largo del trabajo. Así, finalmente, se conseguirá ir aumentando el número de empresas que realmente reflejen una imagen fiel de su situación actual.

Bibliografía

AICPA, 1997. Consideration of fraud in a financial statement audit. *Statement on Auditing Standards (SAS)*. Issue 82.

Amat, O., 2008. *Análisis integral de empresas*. Tercera ed. s.l.:Profit.

Amat, O., 2008. *Comprender el nuevo PGC*. Barcelona: Gestión 2000.

Amat, O. & Blake, J., 2002. *Contabilidad Creativa*. Cuarta ed. Barcelona: Gestión 2000, SA.

Amat, O. & Oliveras, E., 2004. Propuestas para combatir la contabilidad creativa. *Universia Business Review*, pp. 10-17.

Anon., 2012. *The Institute of Internal Auditors*. [En línea] Disponible en: https://na.theiia.org/Pages/IIAHome.aspx

Cano Rodríguez, M., 2002. *Análisis de la fiabilidad de la información contable: La contabilidad creativa*. Primera ed. Madrid: Prentice Hall.

DeAngelo, L. E., 1988. Managerial competition, information costs and corporate governance: the use of accounting performance measures in proxy contests. *Journal of Accounting and Economics*, nº 10, pp. 3-36.

Dechow, P. M., 1994. Accounting earnings and cash flows as measures of firm performance. The role of accounting accruals. *Journal of Accounting and Economics*, Volumen XVIII, pp. 3-42.

Dechow, P. M., Sloan, R. G. & Sweeney, A. P., 1996. Causes and consequences of earnings manipulation: an analysis of firms subject to enforcement actions by the SEC. *Contemporary accounting research*, Volumen XIII, pp. 1-36.

Encinas, A., 2016. Pescanova: más allá de la deuda económica. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y culturas*, Número 24, pp. 26-28.

Figuera, M., 2016. *Emprendedores y Negocios*. [En línea] Disponible en: http://www.emprendedoresynegocios.es/la-contabilidad-creativa-en-espana-definicion-y-ejemplos/

Foster, G., 1979. Briloff and the capital market. *Journal of Accounting Research*, pp. 262-274.

Garberí, A., 2016. Volkswagen y su responsabilidad penal en España: ¿cantos de sirenas? *Visto para sentencia.*

González, S. B., 2011. *La contabilidad creativa*. AECA 94, pp. 34-36.

Huber, G., 1999. *Contabilidad creativa: una aproximación empírica*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.

Laínez, G.J.A. & Callao, G.S., 1999. *Contabilidad Creativa*. Madrid: Civitas Ediciones.

Madariaga, J., 2014. El caso Gowex. *Business Review*.

Monterrey, J., 2002. Entre la contabilidad creativa y el delito contable. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, pp. 117-138.

Pérez-Carballo Veiga, J. F., 2007. *¿Qué es crear valor para el accionista?* Madrid: ESIC Editorial.

Rangan, S., 1998. Earnings management and the performance of seasoned equity offerings. *Journal of Financial Economics*, Issue 50, pp. 101-122.

Rodríguez, A. M. & Prat, M., 2001. *Ética Financiera*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Sánchez, Á. S., Valencia, D. C. & Saldarriaga, V., 2016. *Acercamiento a fraudes contables y sus principales efectos*, s.l.: s.n.

Shivakumar, L. (1998). Market reaction to seasoned equity offering announcements and earnings management. *Working paper*. London Business School.

Wahlen, J., 1994. The nature of information in commercial bank loan loss disclosures. *The Accounting Review*, pp. 455-478

Wiedman, C. I., 1999. Instructional case: detecting earnings manipulation. *Issues in Accounting Education*, pp. 145-176.