

LA PRÁCTICA CREATIVA EMPRESARIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONTROL EXTERNO

Martha Ríos Manríquez
Universidad de Guanajuato (México)

RESUMEN:

Es común que las empresas contraten los servicios de profesionistas independientes para que avalen su desempeño económico-financiero, a fin de enterar a sus diferentes usuarios de su posición económica. Este profesionista llamado "Control externo" se le imputa parte de la responsabilidad de aplicar tácticas creativas, al emitir su opinión sobre la información financiera de la empresa que asesora. Este trabajo es bajo un enfoque descriptivo y tiene por objetivo conocer acerca del uso de la práctica creativa en las empresas del estado de Guanajuato que asesora el control externo; bajo que nombre se conoce y su involucramiento en el uso cotidiano de prácticas creativas. De acuerdo a una muestra de 69 Contadores Públicos Certificados por el gobierno para dictaminar estados financieros a empresas mexicanas. Concluyendo que las prácticas creativas se conocen con el término de planeación fiscal o contabilidad creativa, siendo una práctica común en las empresas del estado de Guanajuato, así como por el control externo que las asesora. Utilizada como un medio para manipular las cifras de los estados financieros aprovechando las lagunas que tienen las leyes mexicanas en beneficio de sus clientes y permitida por las empresas.

PALABRAS CLAVE: Contabilidad creativa; Planeación fiscal; Información financiera; Control externo; Normas de información financiera; Empresa; México.

ABSTRACT

It is a common practice for the enterprises to hire independent professionals whose job is to verify their financial and economic performance in order to inform what's their economic position. This professional, often called "external control", gets also the responsibility of applying creative tactics when they are giving their opinion about the company financial information. The main focus of this paper is to give a descriptive idea of the use of the creative practices in companies at the Mexican state of Guanajuato that are audited by external control; under which name is known and their involvement on the daily use of creative practices. This information is based on a sample of sixty-nine government certified auditors to resolve financial statements in Mexican enterprises. Concluding that the creative practices are also known with the term of tax planning or creative accounting, being a very common practice among the companies at the Mexican state of Guanajuato, and the external control that advice them. And it is also used as a way to manipulate the numbers on the financial statement thanks to the loopholes in the Mexican laws in order to benefit their clients and it is allowed by the companies.

KEY WORDS: Creative accounting; Tax planning; Financial information; External control; Financial information regulations; Enterprises; Mexico.

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas deben mostrar la posición y desempeño financiero de la entidad, con el objetivo esencial, de que esta información sea útil en la toma de decisiones de sus usuarios. Por ello es responsabilidad del profesional que elabora los estados financieros de la empresa, del control interno que revisa cada uno de los procesos contables-financieros, de los gestores de las empresas, así como del control externo que proporciona su opinión profesional de la realidad de la organización, conducirse con ética y transparencia independientemente de los intereses de los administradores o dueños de las entidades.

Sin embargo la realidad empresarial que se está viviendo alrededor del mundo es otra muy diferente, pues es práctica común que las empresas manipulen la información financiera para modificar sus resultados y presentar una imagen fiel de su situación económica y financiera, según le convenga a sus intereses. Las razones para esta actuación son diversas como: la presión a la que se ven sometida por la globalización y su necesidad de permanecer en el mercado, problemas financieros, imagen, lagunas en la ley, o simplemente por la obtención de beneficios sin importar si son lícitos o no.

Frente a la globalización, las empresas se ven sometidas a la competencia del mercado y obligadas a ser cada vez más rentables, por ello buscan varias verdades de su situación financiera, sustentadas en la protección de vacíos de la ley, como una práctica cotidiana, lo cual hace que la información financiera se aparte de la imagen fiel.

El problema de la inclusión de prácticas creativas en la información financiera se agrava debido a que éstas no son siempre evidentes, sino por el contrario se encuentran escondidas detrás de tecnicismos contables, que hacen para el usuario casi imposible, su identificación y esto limita y condiciona su toma de decisiones dejándolo en desventaja informativa.

Este trabajo se justifica en el hecho de que actualmente en México la práctica de la contabilidad creativa es un campo poco explorado y por lo tanto es una oportunidad para encontrar respuestas a muchas interrogantes, que hoy en día prevalecen en las organizaciones relacionadas con la manipulación de la información financiera y una manera de concientizar a quienes asesoran a las empresas sobre su responsabilidad ante la sociedad de permitir o realizar prácticas creativas.

Analizando bajo qué término el control externo conoce las prácticas de la contabilidad creativa, sí es una práctica común en las empresas del estado de Guanajuato, así como los diferentes aspectos de contabilidad creativa, practicadas por las empresas que asesora el control externo guanajuatense. Especial énfasis requiere el analizar por qué al perseguir la imagen fiel de una entidad económica, supone en muchos casos la práctica creativa de quien elabora la información financiera a favor de un término que está al servicio de quien lo utiliza, para mostrar la imagen que desea mostrar y no la que debería ser. En el mismo se analiza su aplicación, así como, porque en México se ha cambiado el concepto de “imagen fiel”, por “presentación razonable” como base fundamental en la aplicación de normas de información financiera (NIF).

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Contabilidad Creativa

En la literatura se encontraron diversas las definiciones, realizando un compendio de las mismas con la finalidad de tener un concepto amplio del término y analizar las similitudes que hay entre sí; encontrando que los términos que predominan son: normativa contable, manipulación de cifras, estados financieros, flexibilidad e imagen. De los diferentes conceptos de contabilidad creativa expuestos en la Tabla 1, la definición que se considera más completa es la de Laínez y Callao (1999:20).

Entendiendo entonces que contabilidad creativa es la modificación de datos históricos con la finalidad de mostrar una realidad de acuerdo a la conveniencia de un ente económico. El término de contabilidad creativa es aplicado en el mundo empresarial de forma consciente, llamándola como tal o inconsciente, con la convicción de que están haciendo las cosas correctas pero de acuerdo a su perspectiva e intereses.

Tabla 1. Definición de Contabilidad Creativa

Autor	Año	Concepto de Contabilidad Creativa
Vaisberg	2004	<i>“Cumplir con las metas, distraer la atención o retardar noticias no deseadas, pagar menos impuestos y manejar los ingresos”.</i>
Calvo	2004	<i>“Es maquillar gradualmente los estados financieros para dar una presentación más clara de los renglones y cifras que se plasman en dichos estados financiero, utilizando todas las alternativas contables y fiscales que permitan una exposición más atractiva hacia los fines para los que se están dando a conocer”.</i>
Vidal	2002	<i>“Corresponde a las actuaciones realizadas por la dirección de la empresa en el marco total y cumplimiento de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, encaminadas a ofrecer la situación deseada en un momento determinado, aprovechando la flexibilidad permitida en la normativa contable”.</i>
Cano	2001	<i>“Consiste en aprovechar las lagunas legales y la discrecionalidad del gerente en la elección de un criterio contable permitido por las normas, con la finalidad de que la imagen que se revele a los usuario, a partir de los datos contables, sea favorable para la consecución de determinados objetivos personales del gerente y/o de la empresa”.</i>
Laínez y Callao	1999, 2002	<i>“Es la que aprovecha las posibilidades que ofrecen las normas (opcionalidad, subjetividad y vacíos de regulación) para presentar estados financieros que reflejen la imagen deseada y no necesariamente la que en realidad es”.</i>
Laínez y Callao	2000	<i>“Es una estrategia frente a las dificultades financieras en las empresas, entendiéndose, que, a través de estas, se persigue presentar una imagen económica alineada con los planes de la organización”.</i>
Amat y Blake	1997, 1999	<i>“Proceso mediante el cual los contadores utilizan el conocimiento de las normas para manipular las cifras incluidas en las cuentas de una empresa”.</i>
Blasco	1998	<i>“Es el producto de la manipulación de la contabilidad, valiéndose de la flexibilidad, imprecisión o inexistencia de las normas contables que son utilizadas, individualmente o en conjunto, para obtener y presentar valores deseado”.</i>
Jameson	1988	<i>“Es el proceso de usar las reglas, la flexibilidad proporcionada por ellas y las omisiones dentro de éstas”.</i>
Griffiths	1988	<i>“Son artimañas o artilugios que no infringen las reglas del juego o normas contables, otorgándole cierta connotación de legitimidad y legalidad”.</i>
Rojo	1993	<i>“Es un sistema de contabilidad moldeado por y para las necesidades de imagen de la empresa y es causada por el pensamiento especulativo a corto plazo”.</i>
Naser	1993	<i>“Es el proceso de manipular la contabilidad aprovechándose de las reglas y las opciones de valuación y revelación práctica para transformar los estados financieros de lo que son a lo deben ser”.</i>

Fuente: Elaboración propia con base en la literatura encontrada

2.2. Aspectos que Facilitan la existencia de prácticas creativas

En la práctica de la contabilidad creativa es necesario tener conocimientos de la normativa para manipular la realidad de la información a lo deseado y siempre bajo la perspectiva de lo que se

considere ética profesional y transparencia de la información. Mostrando distintos tipos de opinión, solucionando conflictos entre aproximaciones diferentes, manipulando las cifras de los Estados financieros Jameson (1988:7-8). Por su parte Griffiths (1986) afirma que las empresas manipulan sus beneficios basados en el maquillaje en libros y que este tipo de prácticas es totalmente legítimo. Desde una perspectiva anglosajona Pijper (1993:32), manifiesta que la contabilidad puede ser una herramienta para distorsionar la realidad a la vista de los usuarios de los Estados financieros. Otras razones que motivan a las empresas en incurrir en prácticas creativas son:

- Utilizarla deliberadamente porque así lo quieren, quienes elaboran las cuentas anuales (Cano, 2001:9, Laínez y Callao, 1999:27).
- Por los vacíos en las normas contables (Laínez y Callao, 1999:27).
- Estabilidad en las cifras de las cuentas anuales, imagen, financiamiento, presión de los inversores y demás usuarios como acreedores, fisco, sindicatos, gobierno, etc. (Amat, Blake y Farran, 1996:18, Naser, 1993:62, Monterrey, 1997:7, Zeff, 1978:56, Healey y Wahlen, 1998).
- Por adquisición de empresas o en defensa de ser adquiridas (Griffiths, 1988:17).

2.3. Planeación Fiscal

En la literatura es posible encontrar diversas definiciones de planeación fiscal, como eficientar los recursos de una empresa mediante la disminución de los beneficios, sin incurrir en ilícitos buscando no transgredir la ley (Sánchez, 1998). También se define como la elección de los contribuyentes (término que utilizan las leyes mexicanas para referirse a las empresas o personas físicas que realizan actividades de negocios) de utilizar la ley lícitamente en sus actividades al menor costo fiscal, aseverando que los contribuyentes buscan la manera de no causar impuestos cuidando lo que indica la ley, por medio de simulación para disminuir la carga tributaria, pero finalmente quebrantando la ley (Torres, 2002). Otra definición es “La optimización de las obligaciones sustantivas y colaterales a que está obligado el contribuyente, apegada a derecho” (Funes, 2007:3).

Para Morán (2008), la Planeación fiscal procura orientar al contribuyente para que cumpla con sus obligaciones ante el gobierno, persiguiendo los siguientes objetivos: reducir la carga fiscal, disminuir el impacto de las disposiciones fiscales e inferir en el pago de impuestos de manera lícita con la finalidad de obtener beneficios financieros.

La planeación fiscal es vista, como su nombre lo indica, desde una perspectiva fiscal, es decir, servirse de la ley para disminuir la carga tributaria que las empresas están obligadas a enterar al gobierno, a través de la planeación y manipulación de la información financiera.

2.4. Imagen fiel y la información financiera

A pesar de los intentos de autores como: Gabás, Castro y Gonzalo (1985: 80); Rodríguez-Vilariño (1998:547); Gay (1999:98), tratadistas u organismos por definir la imagen fiel, no existe una definición que la precise, en cambio existen vacíos que sirven para realizar prácticas creativas. En esos intentos han dejado claro que es una pieza fundamental en el resultado de aplicar la normatividad contable.

La pretensión en este sentido sería que el marco normativo estableciera las bases que garantizaran al usuario de la información financiera, cierta certeza de que puede confiar en la información proporcionada por la empresa para tomar sus decisiones. A este respecto Laínez y Callao (1999: 31) mencionan dos medidas fundamentales: 1) Establecer mecanismos de control que sean un obstáculo para la manipulación de las cuentas anuales y 2) Establecer una normativa contable más detallada y concreta donde se utilice una terminología clara y establezca con precisión los criterios a aplicar, dificultando el ejercicio de la creatividad.

Por su parte Cordobés y Molina (2000:95) aportan otras medidas consistentes en la obligatoriedad de que en las notas a los estados financieros (o memoria) se anoten todos aquellos datos por los cuales no se llega a la realidad o proporcionar información sobre cada uno de los criterios tomados para llegar a esa imagen fiel y así disuadir la aparición de prácticas creativas. Y para concluir Amat, Blake y Moya (1997:30) menciona que las soluciones para la erradicar de la contabilidad creativa son: 1) Reducir la elección permitida por el sistema contable y 2) Reducir el campo de las estimaciones.

2.5. Juicio de valor

Al igual que el concepto de “imagen fiel”, es tan difícil de encontrar un significado para el concepto de “juicio de valor”. Los filósofos y especialistas en las ciencias sociales han realizado amplios ensayos al respecto sin haber logrado homogeneizar dicho concepto, sin embargo es necesario hacer un acercamiento al mismo.

Kluckhohn (1951) establece que los juicios de valor implican creencias distintivas de un grupo de profesionales o usuarios, de las condiciones deseables para influir sus decisiones y percepciones, proporcionando una explicación de ésta clase de asociación.

Es importante tener en cuenta que los juicios de valor forman parte de nuestra actividad cotidiana, en este sentido Meehan (1970:46) establece que: *“toda acción humana, incluido el hecho de no hacer nada (que frecuentemente constituye la más compleja de las elecciones), implica un juicio de valor, independientemente de que el individuo se dé cuenta o no de ello, e incluso aunque la persona piense que no ha formulado juicio alguno”*.

2.6. Normas de Información Financiera, imagen fiel y juicio de valor en México

La estructura normativa en México, hasta el 31 de diciembre de 2005 se basaba en los “Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados” y a partir del 01 de enero de 2006 se sustituyen por la acepción de “Normas de Información Financiera” (NIF), en la búsqueda de enfatizar el carácter normativo y por ende obligatorio, de las reglas aplicables a la elaboración de información financiera, además para ubicar a México en armonía con la tendencia internacional, dado que los emisores de normas contables, han removido el término *principio* de sus pronunciamientos, sustituyéndolo por el de *norma* para reafirmar la adopción de un planteamiento lógico deductivo en el desarrollo de su normatividad.

El Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera (CINIF) es un organismo independiente encargado del desarrollo de la normatividad contable aplicable en México (hasta el 30 de mayo de 2004 era Instituto Mexicano de Contadores Públicos), el cual emite las Normas de Información Financiera que sirven de base para que las entidades elaboren información financiera que satisfaga las necesidades comunes de una gran variedad de usuarios. Por su parte el Gobierno se encarga de emitir las formalidades jurídicas que obligan a las entidades a la observación y seguimiento de las NIF (Berri, et. al 2002:4).

En las Normas de Información Financiera prevalecen cambios importantes, algunos de ellos son los siguientes (Herrera, 2007):

- Se sustituye el término de “principios de contabilidad generalmente aceptados” por “Normas de Información Financiera”.
- Se define el concepto de “juicio profesional”, considerándolo como un elemento esencial en la aplicación de las NIF, el cual incluye el “criterio prudencial”.
- Se mantienen como postulados básicos: entidad económica, negocio en marcha, consistencia y dualidad económica.

- Los principios de realización, periodo contable, y valor histórico original ahora se denominan: devengación contable, asociación de costos y gastos con ingresos, y valuación, respectivamente.
- Los principios de importancia relativa y revelación suficiente se convierten en características cualitativas de los estados financieros. Se eleva a calidad de postulado la característica denominada sustancia económica.
- Las características de la información financiera se presentan clasificadas en primarias y secundarias, siendo las primarias: confiabilidad, comparabilidad, comprensibilidad y relevancia.
- Se establece la obligación de presentar los estados financieros de forma comparativa, por lo menos con el periodo precedente.
- Un cambio propuesto en el 2004 fue eliminar el término “imagen fiel” (concluido en el 2005) para la presentación de estados financieros, cambiándolo por “presentación razonable” en la NIF A-8 Supletoriedad (antes NIF A-9). Por lo cual el concepto de “imagen fiel no se incorpora al texto de la NIF A-4 “Características cuantitativas de la información financiera” prevaleciendo el término “presentación razonable”.

Por su parte en las Normas Internacionales de Contabilidad, nos menciona en las características cualitativas de los estados financieros, que estos deben mostrar una imagen fiel o una presentación razonable de la información, por consecuencia aunque en las normas financieras mexicanas se cambie el término por “presentación razonable”, ambos términos tiene relación en común.

2.7. El control externo en México

Las empresas contratan los servicios de un equipo de profesionistas que les apoyen con el control contable-financiero- fiscal, que culmina con la elaboración de estados financieros (o cuentas anuales), además de especialistas que supervisen (llamados control interno) la labor de los primeros y de profesionistas que dictaminen o avalen (llamados control externo) la posición y desempeño financiero de la entidad, con el objetivo esencial, de que esta información sea útil en la toma de decisiones de sus usuarios. En México estos especialistas tienen la carrera de Contadores Públicos.

Es entonces que el control externo es el profesionista con cédula de Contador Público o equivalente obtenida ante la Secretaría de Educación Pública (SEP) y es quién emite una opinión profesional sobre los estados financieros en un documento denominado dictamen.

Para poder dictaminar o avalar los estados financieros de cualquier empresa, el control externo debe ser miembro activo de un colegio profesional reconocido por la Secretaría de Educación Pública como el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, además debe ser autorizado y registrado por el Servicio de Administración Tributaria ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en la Administración General de Auditoría Fiscal Federal (AGAFF), que es el organismo que certifica sus competencias técnicas (SHCP, 2013), emitiendo el título de Contador público Certificado (CPC).

3. MEDIOS Y MÉTODO

La investigación puede catalogarse como una investigación no experimental, puesto que se realiza el estudio de una situación ya existente en las organizaciones. Obedece a un diseño descriptivo, en éste sentido la investigación pretende realizar un diagnóstico acerca de la utilización de prácticas creativas, así como, de la percepción del control externo en el estado de Guanajuato sobre la práctica de la contabilidad creativa en México.

La estructura de este trabajo es bajo la perspectiva del control externo, responde a un diseño cuantitativo y cualitativo, recabadas sus consideraciones en la aplicación de cuestionarios por correo electrónico y presencial.

3.1. Sujetos de investigación

El instrumento se aplicó al control externo que es el profesionista autorizado a dictaminar o avalar los estados financieros por el Servicio de Administración Tributaria, y registrado ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en México. Desde su ejercicio profesional como asesor empresarial independiente.

3.2. Muestra

Se considera un muestreo probabilístico, pues es aplicado sobre la base de datos de la SHCP (Secretaría de Hacienda y Crédito Público) que tiene registrados a 544 Contadores Públicos Certificados (Controles externos), donde todos los individuos tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos (Hernández, Fernández y Baptista, 1998:210). Obteniendo una muestra de 69 Contadores Públicos Certificados o controles externos, en 19 de los 46 municipios que constituyen el estado de Guanajuato, lo cual corresponde al 41% del estado (ver Tabla 2).

Tabla 2. Tamaño de la muestra

	Municipio	Muestra	Porcentaje
1	Acámbaro	1	1,45%
2	Apaseo el Alto	2	2,90%
3	Apaseo el Grande	1	1,45%
4	Celaya	23	33,33%
5	Comonfort	6	8,70%
6	Cortazar	1	1,45%
7	Dolores Hidalgo	4	5,80%
8	Guanajuato	4	5,80%
9	Irapuato	3	4,35%
10	Jaral del Progreso	1	1,45%
11	Jerécuaro	1	1,45%
12	Juventino Rosas	1	1,45%
13	León	11	15,94%
14	Pénjamo	1	1,45%
15	Salamanca	1	1,45%
16	Salvatierra	2	2,90%
17	San Luis de la Paz	1	1,45%
18	San Miguel de Allende	4	5,80%
19	Valle de Santiago	1	1,45%
	Total	69	100,00%

Fuente: elaboración propia

3.3. Instrumento de recolección de datos

La construcción del instrumento de evaluación consistió en 15 preguntas de las cuales doce cuestionamientos fueron de opción múltiple dos fueron preguntas abiertas. Dentro de las doce preguntas, nueve se aplicaron con base en una escala tipo Likert. El instrumento aplicado fue en base

al trabajo realizado en España por Amat, Blake y Moya (1996) al cual se le realizaron modificaciones de acuerdo con los objetivos específicos del presente estudio, así como también se sometió al escrutinio de tres contadores públicos; lo anterior con la finalidad de asegurar las adecuaciones necesarias para una redacción equivalente al lenguaje comúnmente utilizado en México y que al mismo tiempo se utilizaran palabras entendibles para todos los participantes.

Se realizó un análisis de fiabilidad del instrumento obteniendo un alfa de combrach de 0,722. Considerando que es válido de acuerdo a Nunnally (1978:245-246), que menciona que el índice de fiabilidad debe tener un valor mínimo de 0,700 y por su parte Pfeifeer, Heslin y Jones (1976), indican que un alfa de cronbach de 0,850 en instrumentos donde se van a tomar decisiones sobre individuos y de 0,600 para otros usos.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Empresas asesoradas fiscalmente y ejercicio profesional del control externo

Un aspecto que se consideró importante fue analizar los años que el control externo o Contador Público Certificado encuestado lleva en el ejercicio de su profesión. En la Tabla 3, se observa que el 43,5% de los controles externos del estado de Guanajuato tienen entre 1 a 3 años de experiencia, seguido del 20,3% hasta con 6 años, el 17,4% entre 9.1 a 12 años, el 5,8% de los encuestados hasta 15 años de experiencia y solo el 7,2% tienen más de 15 años de experiencia.

Tabla 3. Años de experiencia del control externo en el Estado de Guanajuato

Años de experiencia	Frecuencia	Porcentaje
1-3	30	43,5
3,1-6	14	20,3
6,1-9	4	5,8
9,1-12	12	17,4
12,1-15	4	5,8
15,1 en adelante	5	7,2
Total	69	100,0

Fuente: elaboración propia

Se puede considerar que los Contadores Públicos Certificados (control externo) que respondieron el instrumento tienen suficiente experiencia profesional, obteniendo una media de 2,43 con una desviación de 1,649 (ver Tabla 4). Se considera suficiente porque el control externo encuestado, es el profesionalista que en México para poder dictaminar o avalar estados financieros debe ser autorizado por la Servicio de Administración Tributaria, y registrado ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Tabla 4. Promedio de años ejercidos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Años Ejercidos	69	1	6	2,43	1,649
N válido (según lista)	69				

Fuente: elaboración propia

Otro aspecto relevante fue conocer el número de empresas que el control externo asesora, a fin de medir el posible impacto del trabajo del control externo en cuanto al volumen de empresas que

presta sus servicios, en donde el 50,7% asesora de 1 a 3 empresas, seguido del 20,3% entre 4 y 6, y el 14,5% a más de 16 empresas (ver Tabla 5). De un total de 165 empresas asesoradas por el control externo.

Tabla 5. Empresas asesoradas

	Frecuencia	Porcentaje
1-3	35	50,7
4-6	14	20,3
7-9	1	1,4
10-12	6	8,7
13-15	3	4,3
16 en adelante	10	14,5
Total	69	100,0

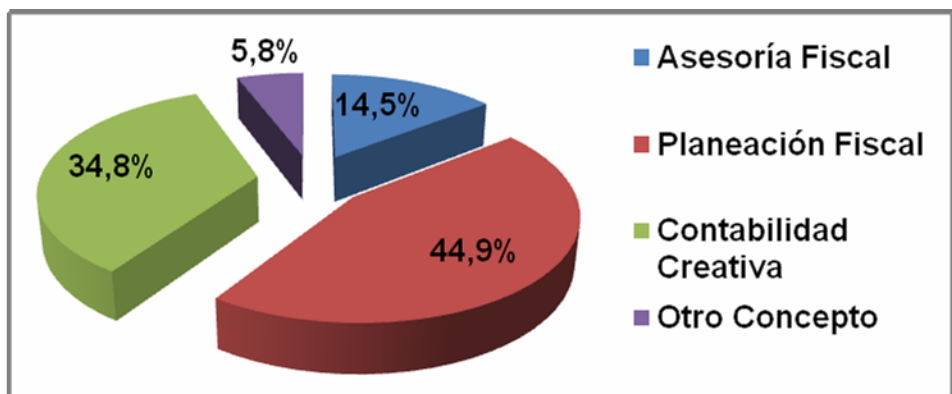
Fuente: elaboración propia

4.2. Concepto bajo el que se conoce en México las prácticas creativas

A fin de establecer bajo que concepto conocen los Contadores Públicos Certificados (control externo) del estado de Guanajuato “Las prácticas creativas”, que para efectos de este trabajo han sido definidas operacionalmente como el conocimiento de las Normas de Información Financiera (NIF) y la ley, para manipular las cifras de los estados financieros que realizan en las empresas que asesoran fiscalmente, los resultados no arrojan un entendimiento común del concepto, dado que existen diversas perspectivas que son reconocidas por los entrevistados, a pesar de ello 44,9% de los encuestados lo identifican con el concepto de planeación fiscal, seguido de contabilidad creativa 34,8%, lo que indica que ambos términos son equivalentes, el 14,5% como asesoría fiscal y sólo 5,8% como maquillaje de cifras (ver figura 1). En México es notorio que la mayor parte de los controles externos la conocen como planeación fiscal. Siendo común que la visualice como parte fundamental del conocimiento que tiene que gestionar durante su carrera profesional, de acuerdo a lo comentado por los respondientes.

Es importante mencionar que la Planeación fiscal es un término referido al entero de sus cuentas anuales ante el gobierno mexicano, sin embargo, el control externo del Estado de Guanajuato la considera como un medio para asesorar en general a las empresas, referida a todos los usuarios de la información financiera.

Figura 1. Concepto de “Prácticas Creativas”



Fuente: elaboración propia

4.3. Perspectiva del control externo sobre las prácticas creativas en México

Los resultados reflejan que a pesar de la diferencia de concepto expresada por la mayoría de los participantes en cuanto al conocimiento de las prácticas creativas, desde la perspectiva del control externo que asesora a las empresas, estos consideran que es un tema importante en México (99%) y solo el 1% no lo considera importante, opinión que corresponde a un control externo de sexo masculino con 11 años de ejercicio profesional y que asesora a 5 empresas. Otro aspecto relevante es la importancia que le dan los respondientes con menos ejercicio profesional (de 1 a 3 años) a las prácticas creativas en México (35%) comparado con los de más experiencia profesional (más de 15,1 años) 0,07% (ver Tabla 6).

Tabla 6. Importancia de las prácticas creativas en México

	Años Ejercidos						Total
	1 a 3	3,1 a 6	6,1 a 9	9,1 a 12	12,1 a 15	15,1 en adelante	
Totalmente de acuerdo	24	14	4	11	4	5	62
De acuerdo	6	0	0	0	0	0	6
En desacuerdo	0	0	0	1	0	0	1
Total	30	14	4	12	4	5	69

Fuente: elaboración propia

4.4. La Planeación fiscal o contabilidad creativa como instrumento legítimo en los negocios

A los controles externos se les cuestionó la validez legal de la denominada planeación fiscal por ello se les preguntó si consideran el uso de la contabilidad creativa como una herramienta legítima en México, conocidos por la mayoría de los encuestados como planeación fiscal. El 81,1% de los respondientes están de acuerdo en que es una herramienta legítima, observando en la tabla 7, una media de 2,06, con una desviación estándar de 1,083.

Tabla 7. Uso de la Planeación fiscal o contabilidad creativa como negocio legítimo

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Uso de la Planeación fiscal o Contabilidad Creativa como instrumento de negocios legítimo	69	1	5	2,06	1,083
N válido (según lista)	69				

Fuente: elaboración propia

Por consiguiente se determina que la mayor proporción de los controles externos consideran que las empresas utilizan las prácticas creativas como un instrumento legítimo, mientras que el 17,4% la utiliza pero están conscientes de que no es correcto. Otro dato importante es que los profesionistas encuestados reconocen a la contabilidad creativa como planeación fiscal, y es para ellos una práctica legítima más no como una práctica ética.

4.5. Erradicación de las prácticas creativas en los negocios

El cuarto cuestionamiento fue conocer la opinión acerca de si consideraban o no, que el uso de la contabilidad creativa es una herramienta que será eliminada o erradicada en las organizaciones. A

este respecto el 81,2% considera que nunca será erradicada, mientras que el 13% opina lo contrario y el 5,8% no quisieron opinar al respecto.

4.6. Uso de la planeación fiscal o contabilidad creativa en empresas ubicadas en Guanajuato

Para evaluar el uso de la contabilidad creativa o planeación fiscal en las empresas se utilizaron tres cuestionamientos, obteniendo las medias mostradas en la tabla 8. En la misma se observa que las empresas que con mayor frecuencia utilizan prácticas creativas son las pymes seguido de las empresas que cotizan en la bolsa mexicana de valores.

Tabla 8. Utilización de prácticas creativas en las empresas de Guanajuato

	Media	N	Desv. típ.
La práctica creativa es más frecuente cuando la empresa cotiza en Bolsa	2,74	69	1,208
La práctica creativa es más común en empresas grandes que en pymes	2,42	69	1,253
La práctica creativa es más común en pymes que en empresas grandes	2,97	69	,870
La práctica creativa es más común en empresas grandes y pymes que en micro empresas	2,55	69	1,266

Fuente: elaboración propia

4.7. Factores determinantes que motivan a una empresa para adoptar prácticas creativas para la presentación de sus estados financieros

Para evaluar el uso de la planeación fiscal como medio para hacer prácticas creativas en las empresas del estado de Guanajuato, se les cuestiono a los controles externos las causas sobre las cuales las empresas que asesoran adoptaban prácticas creativas. En la tabla 9 se observa que la gran mayoría consideran que para las empresas es muy importante el uso de la contabilidad creativa para evitar exigencias salariales, seguido de ocultar beneficios, contrario a lo que se pudiese pensar en referencia a que los empresarios mexicanos buscan asesoría para reducir impuestos, siendo el motivo al que le dan menos importancia. Otro aspecto relevante es el endeudamiento, lo cual indica que estas empresas tratan de ocultar este aspecto para parecer atractivos ante posibles inversionistas o instituciones de crédito.

Tabla 9. Causas por las cuales las empresas practican contabilidad creativa

	N	Media	Desv. típ.
Reducir impuestos	69	1,84	,901
Endeudamiento	69	2,07	,960
Beneficios sostenidos	69	2,12	1,078
Controlar dividendos	69	2,13	,906
Ocultar grandes beneficios	69	2,35	,952
Evitar exigencias salariales	69	2,36	1,000
N válido (según lista)	69		

Fuente: elaboración propia

4.8. Razones por las cuales las empresas realizan prácticas creativas

Se les cuestionó a los controles externos que mencionaran bajo su experiencia las razones que motivaban a las empresas que asesora a utilizar prácticas creativas, observando en la tabla 10 que más de cuatro empresas de las cuales asesoran los controles externos realizan prácticas creativas (entre el 4,3% al 14%), mencionando que entre las razones empresariales para realizar prácticas creativas esta la conversión en moneda extranjera (23,2%), seguido de Arrendamiento financiero y fondo de comercio en un 21,74%, la capitalización de intereses y otros costos relacionados con activos fijos (18,84%) al igual que los costos de investigación y desarrollo y provisión de pensiones. Cabe mencionar que aunque más del 50% menciona que el uso de la planeación fiscal o contabilidad creativa es común. Al plantearles cuantas de las empresas que asesora la utiliza en todos los aspectos planteados, más del 40% menciona que ninguna. Pudiendo concluir que entre el 40,58% al 63,87% no quiso comprometerse o quiso dejar claro que ellos no asesoran a empresas que utilizan prácticas creativas, a pesar que la consideran un instrumento de negocios legítimo.

Tabla 10. Razones empresariales para utilizar prácticas creativas en el estado de Guanajuato

	Número de empresas					Total
	Ninguna	1	2	3	más de 4	
Costos de investigación y desarrollo	60,87%	18,84%	11,59%	4,35%	4,35%	100%
Fondo de Comercio	56,52%	21,74%	11,59%	5,80%	4,35%	100%
Arrendamientos financieros	40,58%	21,74%	18,84%	8,70%	10,14%	100%
Capitalización de Intereses y otros costos relacionados con activos fijos	47,83%	18,84%	7,25%	11,59%	14,49%	100%
Valoración de stocks	60,87%	15,94%	11,59%	5,80%	5,80%	100%
Provisión de Insolvencia	63,77%	13,04%	13,04%	4,35%	5,80%	100%
Empleo Contabilidad de fusiones	57,97%	15,94%	11,59%	7,25%	7,25%	100%
Conversión en Moneda extranjera	55,07%	23,19%	10,14%	4,35%	7,25%	100%
Provisión de Pensiones	57,97%	18,84%	11,59%	4,35%	7,25%	100%

Fuente: elaboración propia

4.9. Los Contadores Públicos Certificados o controles externos del estado de Guanajuato utilizan prácticas creativas

Un aspecto relevante en la práctica profesional del control externo fue conocer si ellos hacen uso de prácticas creativas, resultando que un 52% contestó que sí. Al cuestionarle las razones por las cuales realizan prácticas creativa, un 29,0% de los respondientes dijo que lo hace para aprovechar las lagunas de la ley en beneficio del contribuyente, mientras que el 13% contestó que lo hace a petición del contribuyente ya que en ocasiones éste le condiciona para ser contratado, y a este respecto el 1,4% lo menciona explícitamente. Es importante observar que el 30,4% de los controles externos no quiso responder (ver Tabla 11).

Tabla 11. Razones por las cuáles el control externo realiza prácticas creativas

	Frecuencia	Porcentaje
Aprovechar las lagunas de la ley en beneficio del contribuyente	20	29,0
A petición del cliente	9	13,0
Parecer atractivo a las Instituciones Financieras	5	7,2
Reducir impuestos	3	4,3
Para mejorar el entendimiento de la empresa	3	4,3
Es una rutina común	3	4,3
Planear fiscalmente la información financiera	2	2,9
Financiamiento	1	1,4
Contratación	1	1,4
Aumentar el margen de utilidad de las empresas	1	1,4
No quiso opinar	21	30,4
Total	69	100,0

Fuente: elaboración propia

4.10. Presión que ejercen los clientes sobre el control externo para la utilización de prácticas creativas

Un aspecto a considerar en el uso de la práctica creativa es la presión que los clientes ejercen en el control externo, observando que el 78,3% de los encuestados manifestó que no son influenciados por sus clientes, mientras que el 21,7% se deja presionar por los clientes que asesora. Por último a fin de establecer la responsabilidad del control externo que son condicionados por sus clientes en el uso de prácticas creativas para seguir trabajando con ellos, se les cuestiono que si hacen del conocimiento a sus clientes de las consecuencias que implica, así como de los riesgos por no acatar las normas de información financiera y la ley, observando que el 94,2% hace del conocimiento a sus clientes de las consecuencias y riesgos que implica utilizar prácticas creativas, mientras que el 5,8% no lo hace.

4.11. Conocimiento del término Imagen fiel y Juicio de valor

Un dato importante en esta investigación fue constatar si el control externo en México conoce o no el término de “imagen fiel” y que concepto tienen de él, donde el 60,8% contestó que desconoce el término, es decir más de la mitad de nuestros respondientes no conocen ni han oído hablar de imagen fiel, el 30,5% la relacionan con la realidad de los estados financieros que deben mostrar las empresas, el 2,9% mencionan que la información financiera debe presentarse con ética y el 5,8% dice que la imagen fiel es una aspiración o ideal que se refiere a la fiabilidad de los estados financieros. El último cuestionamiento fue que entienden por juicio de valor, donde el 39,1% de los respondientes no opinó al respecto, mientras que el 30,4% contestó que es una opinión personal cierta o falsa de un aspecto concreto, el 8,8% lo relaciona con el principio de importancia relativa, un 17,4% opina que es una acción fundamentada en la ética profesional y sólo un 4,3% dice que es la interpretación que se le da a la ley.

5. CONCLUSIONES

Las prácticas creativas son una táctica común de las empresas del estado de Guanajuato, manipulando las cifras de los estados financieros para reducir de impuestos, por cuestiones de endeudamiento, para demostrar beneficios sostenidos, controlar dividendos, ocultar grandes beneficios y evitar exigencias salariales. Esto es posible por la flexibilidad en las normas contables y vacíos de la Ley que permiten la opcionalidad de criterios, dejando a un lado la objetividad en pro de una imagen

fiel a la conveniencia de las empresas y de quiénes la asesoran, olvidando la ética empresarial y profesional.

En México, el término “imagen fiel” es sustituido por “presentación razonable”, pero independientemente del término, estos son utilizados para mostrar diferentes realidades basados en los vacíos que los juristas dejan en la ley, para convertir la contabilidad en un instrumento de creatividad, confiando en su equipo de trabajo o buscando asesoría externa a fin de aprovechar dichos vacíos a favor de la empresa y siempre bajo la tutela del principio de importancia relativa, emitiendo los procedimientos a seguir para el ejercicio fiscal de que se trate.

La “contabilidad creativa” es un concepto cada vez más popular en México, sin embargo la mayoría de los controles externos que fueron encuestados la conciben como “planeación fiscal” y la idea de su utilización está orientada hacia la forma de encontrar vacíos legales para mejorar el entendimiento de las empresas.

En este trabajo de investigación, desvelamos los siguientes aspectos relevantes:

- Desde la perspectiva del control externo, el 81,1% de las empresas que asesoran consideran las prácticas creativas como una herramienta legítima para realizar planeación fiscal o contabilidad creativa o asesoría fiscal o maquillaje de cifras.
- La experiencia del control externo es de una media de 2.43 años, lo que indica que tiene suficientes conocimientos para poder decidir si realiza prácticas creativas, basados en el hecho de que para poder dictaminar estados financieros debe ser autorizado por la SHCP. Otorgando un certificado que garantiza la experiencia del Contador Público, que en México es el profesionista con las competencias profesionales necesarias para dictaminar o avalar estados financieros.
- Las empresas en el estado de Guanajuato que utilizan en mayor proporción prácticas creativas son las empresas pequeñas y medianas seguida de las empresas que cotizan en la Bolsa mexicana de valores.
- El control externo que asesora a las empresas y dictamina o avala los estados financieros menciona en el 52% de los casos que realiza prácticas creativas aprovechando las lagunas de la Ley en beneficio de la empresa, con la finalidad de hacer atractivos los resultados a los diferentes usuarios de la información financiera o simplemente porque es una rutina común de su quehacer profesional. Este resultado es preocupante porque no es la presión de sus clientes (78,3%) lo que lleva al control externo a realizar prácticas creativas, sino que lo considera parte de sus actividades de asesoría, bajo el amparo de la planeación fiscal, considerándola una herramienta legítima.
- Otro dato relevante es que el control externo en la mayoría de los casos no tienen certeza del significado de los términos imagen fiel y juicio de valor, lo que ocasiona la falta de escrúpulos para manipular las cifras de la información financiera.

Aún cuando el uso de prácticas creativas es una realidad en las empresas mexicanas, existe una falta de información relacionada con su utilización, considerando que es necesario explorar en futuros estudios un análisis a nivel de país para cerrar el ciclo: empresa, control interno, control externo y futuros profesionistas, de forma tal que se tenga una visión integral del uso de las prácticas creativas en México.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ADAM, A.A. (2002): “Enron-Andersen. Un caso para análisis y reflexión”. Revista Contaduría y Administración, n° 207. Octubre-diciembre: 31-37.
- AMAT, S.O.; BLAKE, J. (1997): *Contabilidad Creativa*, Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000.
- AMAT, S.O.; BLAKE, J. (1999): *Contabilidad Creativa*, 3ª Ed., España: Gestión 2000

- AMAT, S.O.; BLAKE, J.; FARRAN, E. (1996): "La contabilidad creativa", Harvard-Deusto Finanzas & Contabilidad, nº 10, marzo-abril: 14-18.
- AMAT, S.O.; BLAKE, J.; MOYA, G.S. (1996): "La contabilidad creativa en España y en el Reino Unido. Un caso de estudio comparativo", Management Review, Barcelona, nº 3: 68-75.
- AMAT, S. O.; BLAKE, J.; MOYA, G.S. (1997): "La contabilidad creativa", Partida Doble, Vol. 79, nº 8, junio: 24-32.
- BACKOVER, A. (2003): "Clash brews over Qwest restatement", (consultada el 3 de febrero de 2011), http://www.usatoday.com/money/industries/telecom/2003-05-08-qwest-andersen_x.htm
- BLASCO, L.J.J. (1998): "De la contabilidad creativa al delito contable", Partida Doble, Vol. 85, nº 8, enero: 33-39.
- CALVO, L.C. (2004): "*Contabilidad creativa necesaria o fraudulenta*", México, D.F., editorial PAC.
- CANO, M. (2001): "*Análisis de la fiabilidad de la información contable: La contabilidad creativa*", Prentice Hall, Madrid.
- CORDOBÉS, M.M.; Molina, S.H. (2000): "Algunas reflexiones sobre la contabilidad creativa", Técnica Contable, Vol. 52, nº 614, febrero: 89-110.
- DE LA TORRE, I. (2009): "El primer gran escándalo contable de la crisis", (consultada el 12 de noviembre de 2012) http://www.cotizalia.com/cache/2009/01/14/opinion_29_enron_indio_siguiente_escandalo_contable.html
- EL MUNDO (2002): "Se abrirá una investigación el escándalo financiero de WorlCom pone a Bush ante un nuevo caso Enron AFP" (Consultada el 20 de junio de 2012) <http://www.elmundo.es>
- FUNES, C.J. (2007): *Planeación Fiscal, 100 estrategias fiscales*. Editorial Gasca Sicco. México.
- GABÁS, T.F.; Castro, N.E.; Gonzalo, A.J.A. (1985): "Los principios contables fundamentales en la actualidad", VII Congreso de Censores Jurados de Cuentas de España, marzo: 80.
- GAY, S.J.M. (1999): "El perfil fiscal de la contabilidad creativa: ¿Magia financiera o brujería contable?", Partida Doble, Vol. 9, nº 98, marzo: 98-107.
- GRIFFITHS, I. (1986): *Creative Accounting*, Londres: Sidgwick & Jackson.
- GRIFFITHS, I. (1988): *Contabilidad Creativa*. Madrid: Deusto D.L.
- HEALEY, P.; WAHLEN, J. (1998): "A review of the earnings management literature and its implications for Standard setting, Working paper", Indiana University, November, USA.
- HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAUTISTA (1998): "*Metodología de la Investigación*", 1ª Edición.
- INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS (2008): "*Normas de Información Financiera*", Editorial CINIF.
- JAMESON, M. (1988): "A Practical Guide to Creative Accounting" (Londres: Kogan Page).
- KLUCKHOHN, C. (1951): "Values and Value-orientations in the Theory of Action: An Exploration in Definition and Classification". *Toward A General Theory of Action*. Eds. Talcott Parsons and Edward. A. Shils. Cambridge MA: Harvard University Press.
- LAÍNEZ, G.J.A.; CALLAO, G.S. (1999): "*Contabilidad Creativa*", España: Civitas Ed.
- LAÍNEZ, G.J.A.; CALLAO, G.S. (2000): "*La Contabilidad Creativa, y su auditoría*". Instituto de Auditores-Censores jurados de cuentas de España, Madrid.
- LAÍNEZ, G.J.A.; CALLAO, G.S. (2002): "La información contable como herramienta corporativa", *Economistas*, nº 93: 85-92.
- MEEHAN, E.J. (1970): "Juicios de Valor y ciencia social", A. Redondo Editor, Barcelona.
- MENA, R. (2009): "Opinión: credibilidad de auditores", Noticias financieras. (consultada el 9 de noviembre de 2012) <http://0-proquest.umi.com.millennium.itesm.mx/pqdweb?index=2&did=1625250071&SrchMode=2&sid=1&Fmt=3&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1239480805&clientId=236>
- MONTERREY, J. (1997): "Entre la Contabilidad Creativa y el delito contable: La visión de la Contabilidad privada". Trabajo presentado en el V Seminario Carlos Cubillo, U. Autónoma de Madrid.
- MORÁN, M.E. (2008): *La administración fiscal de un negocio*, Editorial Tax, editores, 6ª. Edición.
- NASER, K. (1993): *Creative Financial Accounting: Its nature and use*, Londres, Prentice Hall.
- NUNNALLY, J.C. (1978): *Psychometric Theory*, New York, McGraw-Hill.

- PARLAMENTO EUROPEO (2004): “Resolución del Parlamento Europeo sobre la crisis de Parmalat y la gobernanza empresarial”, (consultada el 2 de agosto de 2012) <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+MOTION+B5-2004-0057+0+DOC+XML+V0//ES>
- PFEIFFER, J.W.; HESLIN, R.; JONES, J.E. (1976): “Instrumentation in Human Relations Training”. La Jolla, Ca.: University Associates.
- PIJPER, T. (1993): “*Creative Accounting*”. Ed. MacMillan Publishers Ltd. 1º ed. United Kingdom.
- RÍOS, M.M.; FERRER, G.J.; TELLEZ, R.M.R. (2009): “La práctica de la contabilidad creativa”, *Panorama Administrativo*, enero-junio, 3(6):5-26.
- RODRÍGUEZ-VILARIÑO, M.L. (1998): “Imagen fiel versus contabilidad creativa”, *Técnica Contable*, Vol. 50, nº 565, julio: 546-550.
- ROJO, L.A. (1993): “Tendencias de contabilidad y contabilidad creativa”, *Boletín AECA*, nº 36:4-7.
- RUIZ, O.A. (2013): “Dictamen sobre el marco de información financiera. Imagen Fiel o de Cumplimiento”. *Revista Contaduría Pública*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos, (consultada el 1 de junio de 2013) <http://contaduriapublica.org.mx/?p=3757>
- SÁNCHEZ, M.A. (1998): “La optimización de los costos fiscales”. *El economista, Análisis Económico*.
- SECRETARIA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO (2013): “Solicitud de registro de Contador Público en papel”. (Consultada el 12 de mayo de 2013) http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informacion_fiscal/tramites_fiscales/registro_t/101_1172_4.html
- TORRES, R.A. (2002): Reflexiones en torno a la planeación fiscal, el abuso del derecho y la defraudación fiscal en México. *El Foro* (en línea). Tomo XV nº 2 (consultada el 09 de mayo de 2013) <http://www.bma.org.mx/publicaciones/elforo/2002/2Sem/reflexiones.doc>
- VAISBERG, B. (2004): “La contabilidad creativa”, (consultada el 17 de enero de 2013) http://www.degerencia.com/articulo/la_contabilidad_creativa.
- VIDAL, M. (2002): “Reflexiones en torno a la contabilidad creativa”. *Revista Técnica Contable*, 54 (647): 833-845.
- ZEFF, S. (1978): “The rise of economic consequences”, *Journal of Accountancy*, december. London.

Martha Ríos Manríquez



Doctor en Contabilidad y Auditoría por la Universidad Complutense de Madrid y Contador Público por la Universidad de Guanajuato. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I, Profesor Investigador en la Universidad de Guanajuato, imparte asignaturas de Contabilidad, Costos y Metodología de la Investigación. Certificada por la Asociación Nacional de Facultades de Comercio y Administración y reconocimiento de Perfil Promep, sus línea de investigación se relaciona con nuevas tendencias de gestión en la organización, uso de la TIC's y la responsabilidad social empresarial, su experiencia profesional se encuentra relacionada con la administración de costos, autora de libros, capítulos de libros, artículos en revistas arbitradas e indexadas y participado en diversos congresos nacionales e internacionales.