

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMAGEN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA CONTABILIDAD CREATIVA EN LAS EMPRESAS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS FIRMAS DE AUDITORÍA EN EL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

En éste capítulo se expone la investigación de campo realizada en las firmas de auditoría ubicados en el área metropolitana de San Salvador, con la finalidad de determinar el grado de conocimiento que tienen los integrantes de las firmas sobre la contabilidad creativa; se utilizaron herramientas metodológicas idóneas y prácticas para conocer acerca del tema en mención.

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

En la investigación sobre el citado tema se utilizó dos tipos de investigación:



a) Investigación Descriptiva:

Para lo cual se tomo como: base las fuentes primarias de información tales como textos, revistas, documentos recopilados en periódicos y páginas web, con el propósito de obtener la información para adaptarla a la temática a investigar. Ello permitió un mejor entendimiento sobre el tema, ya que en el medio se desconoce con el nombre de contabilidad creativa.

2.1.2 UNIDADES DE ANÁLISIS

Para fines del presente estudio las unidades de análisis lo constituyen las firmas de auditoría con representaciones nacionales e internacionales ubicadas en el área metropolitana de San Salvador, inscritas en el “Consejo de Vigilancia de la Profesión de la Contaduría Pública y Auditoría”.¹

2.1.3 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO

¹ Diario Oficial Nº 5, 09 enero, Art.13 Ley Reguladora del Ejercicio de la Contaduría Pública, El Salvador, San Salvador, 2002. Tomo Nº 354.



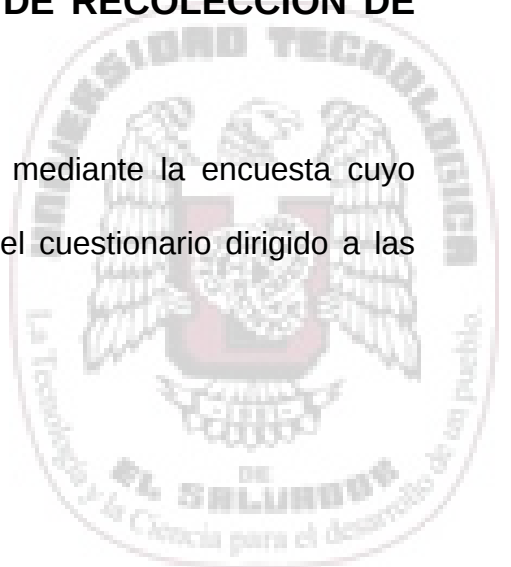
El universo de la investigación se basa en el listado de los despachos de auditoría ubicados en el área metropolitana de San Salvador, con personería jurídica debidamente inscritos en el Consejo de Vigilancia de la Profesión de la Contaduría Pública y Auditoría. El universo está constituido por 158 despachos de auditoría autorizados para ejercer la Auditoría externa al 30 de septiembre 2001. (Anexo N°1).

2.1.4 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

En la investigación de campo se tomo una muestra de quince firmas de auditoría con representación nacional e internacional y que están debidamente inscritos en el Consejo de Vigilancia de la Profesión de la Contaduría Pública y Auditoría al 30 septiembre del 2001; de los cuales solamente nueve tienen representación internacional. (Anexo N°2).

2.1.5 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La presente investigación se realizó mediante la encuesta cuyo instrumento de recolección de datos fue el cuestionario dirigido a las firmas de auditoría de personería jurídica.



2.2 TABULACIÓN Y ANALISIS DE RESULTADOS

Una vez recopilada la información se procedió a cada una de las preguntas formulando su objetivo y a la vez se hizo su respectivo análisis, cuyo resultado se presenta de la siguiente manera:

1. Pregunta
2. Objetivo
3. Tabulación
4. Gráfica
5. Análisis



Pregunta N° 1

¿Conoce el personal de la firma de auditoría el término Contabilidad Creativa?

Objetivo:

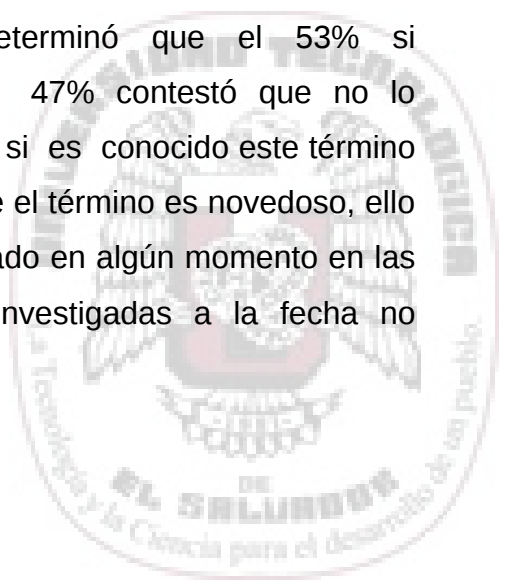
Evaluar si el personal de las firmas de auditoría conocen sobre el término Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	8	53
NO	7	47
TOTALES	15	100



Análisis:

De 15 firmas de auditoría encuestadas, se determinó que el 53% si conocen el término Contabilidad Creativa, el 47% contestó que no lo conocen, lo que significa que en alguna medida si es conocido este término en el ámbito contable. Si bien es bien cierto que el término es novedoso, ello no quiere decir que el mismo no haya sido aplicado en algún momento en las compañías, cabe mencionar que los firmas investigadas a la fecha no manejan el término objeto de investigación.



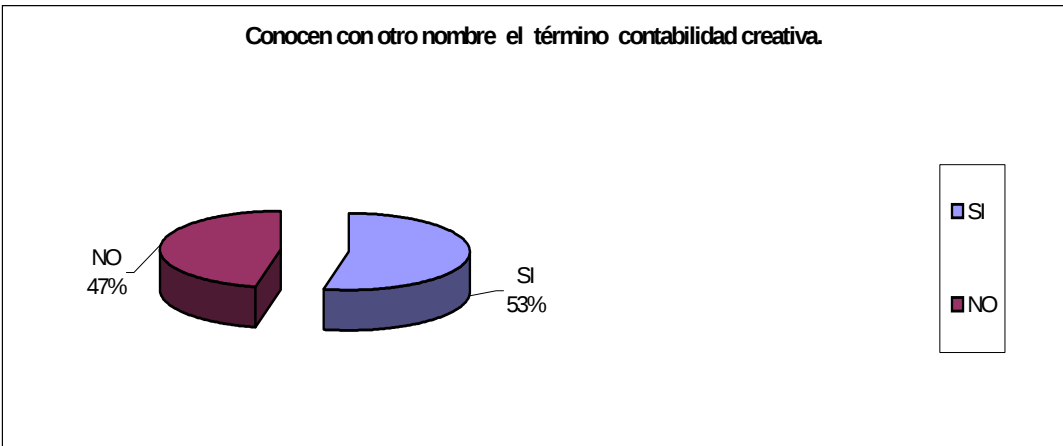
Pregunta N° 2

¿Conoce con otro nombre el término Contabilidad Creativa?

Objetivo:

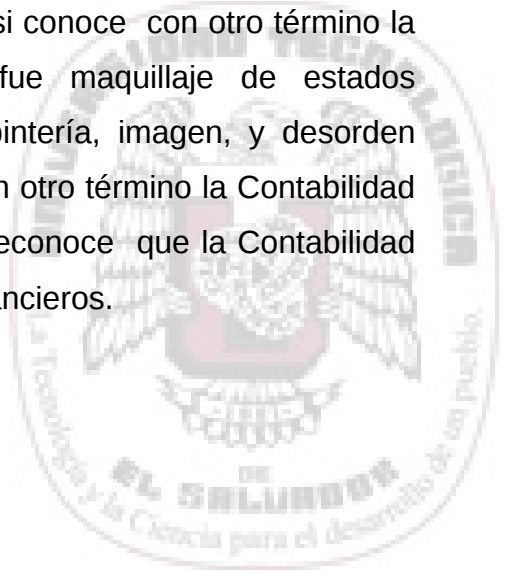
Evaluar si la Contabilidad Creativa es conocida con otro nombre.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	8	53
NO	7	47
TOTALES	15	100



Análisis:

Es esta pregunta se determino que el 53%, si conoce con otro término la Contabilidad Creativa y la mayor respuesta fue maquillaje de estados financieros y otras respuestas fueron carpintería, imagen, y desorden contable, el 47% contesto que no conocen con otro término la Contabilidad Creativa, lo que significa que la mayoría si reconoce que la Contabilidad Creativa podría ser un maquillaje de estados financieros.



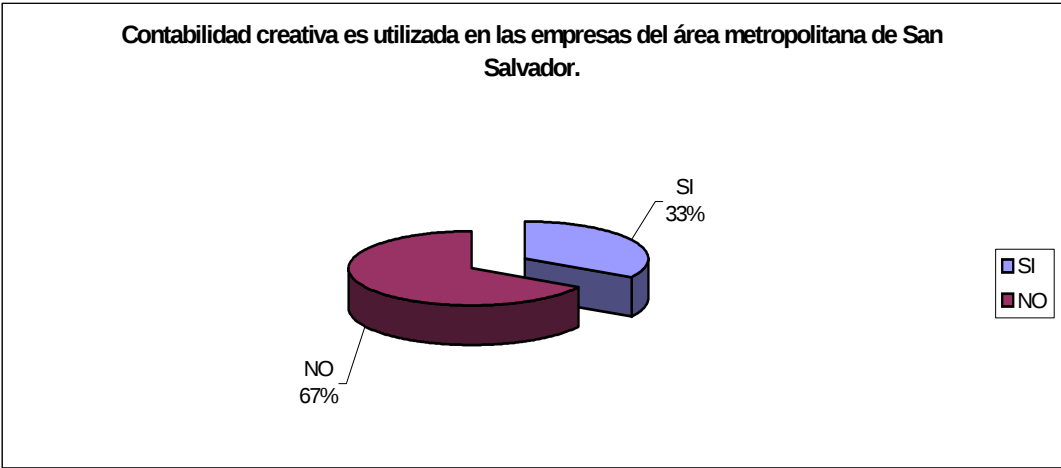
Pregunta N° 3

¿Tiene algún conocimiento de que la Contabilidad Creativa es utilizada en algunas empresas ubicadas en el área metropolitana de San Salvador?

Objetivo:

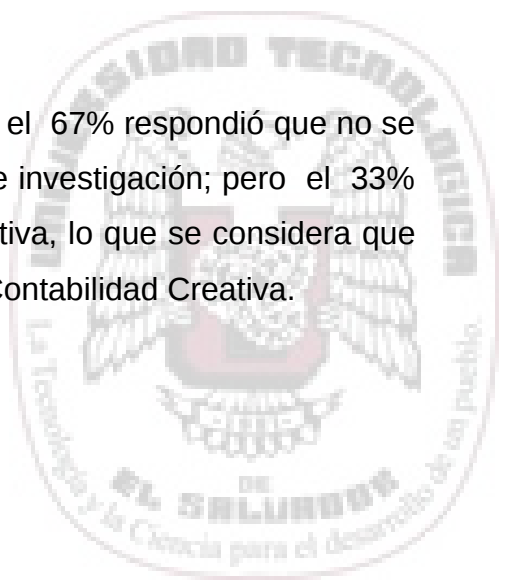
Evaluar si la Contabilidad Creativa ha sido utilizada como herramienta administrativa y/o financiera.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	5	33
NO	10	67
TOTALES	15	100



Análisis:

En la gráfica anterior, se puede observar que el 67% respondió que no se utiliza Contabilidad Creativa en la zona objeto de investigación; pero el 33% respondió que si se utiliza la Contabilidad Creativa, lo que se considera que aunque en un porcentaje pequeño utilizan la Contabilidad Creativa.



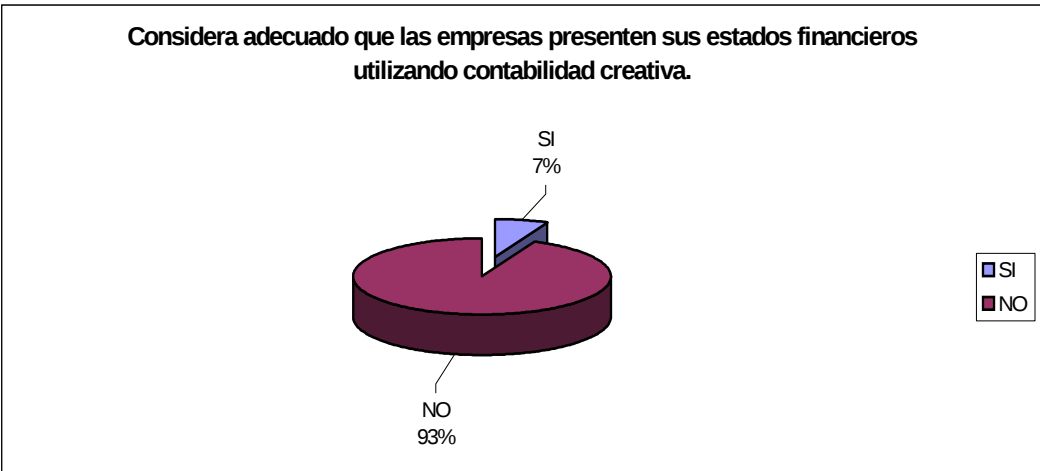
Pregunta N° 4

¿Considera adecuado que las empresas presenten sus estados financieros utilizando Contabilidad Creativa?

Objetivo:

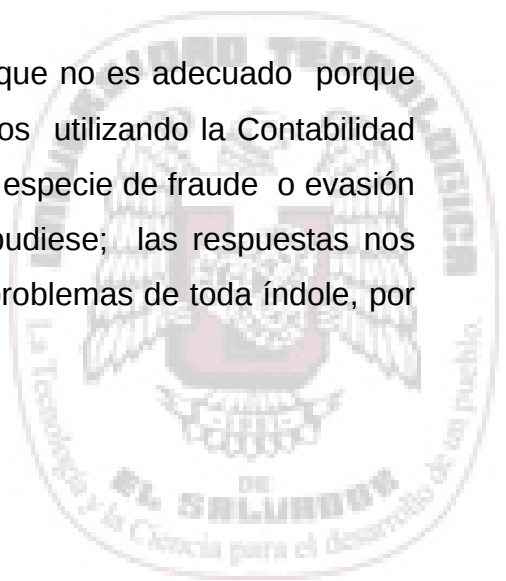
Conocer si algunas empresas presentan sus estados financieros utilizando Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	1	7
NO	14	93
TOTALES	15	100



Análisis:

Según la gráfica anterior, el 93% considera que no es adecuado porque las empresas presenten sus estados financieros utilizando la Contabilidad Creativa, por la razón que podrían caer en una especie de fraude o evasión de impuestos y el 7% respondió que si pudiese; las respuestas nos conllevan a deducir que lo más lógico es evitar problemas de toda índole, por el tipo de repercusiones.



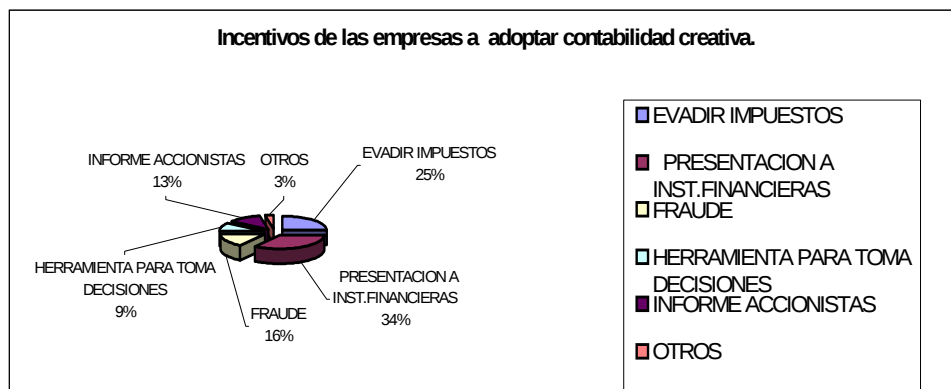
Pregunta N° 5

¿Desde su punto de vista, que incentiva a las empresas a adoptar Contabilidad Creativa?

Objetivo:

Conocer que incentiva a las empresas a adoptar Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
EVADIR IMPUESTOS	8	25
PRESENTACION A INST.FINANCIERAS	11	34
FRAUDE	5	16
HERRAMIENTA PARA TOMA DECISIONES	3	9
INFORME ACCIONISTAS	4	13
OTROS	1	3
TOTALES	32	100



Análisis:

La pregunta anterior es de opción múltiple debido a ello se presentan 32 respuestas, ya que los encuestados seleccionaron más de una alternativa; lo que representa a la gráfica es que el 34% según las firmas de auditoría lo que incentiva a las empresas a utilizar Contabilidad Creativa es la presentación de estados financieros a Instituciones Financieras, con el objeto de obtener créditos, y un 25% opina que lo hace para evadir impuestos, el 16% lo hace para fraude, seguido por 13% y el 9% lo utilizan para presentar mejores informes a los accionistas y herramienta para la toma de decisiones.

Pregunta N° 6

¿Pueden manipularse cuentas contables en forma legal?

Objetivo:

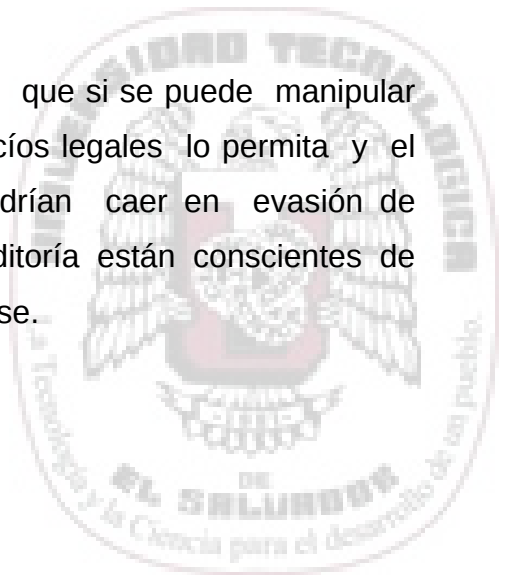
Evaluar si pueden manipularse las cuentas en forma legal.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	9	60
NO	6	40
TOTALES	15	100



Análisis:

El 60% de las firmas de auditoría consideran que si se puede manipular las cuentas en forma legal siempre que los vacíos legales lo permita y el 40% considera que no, debido a que podrían caer en evasión de impuestos. Esto denota que las firmas de auditoría están conscientes de dichos vacíos legales existentes y pueden utilizarse.



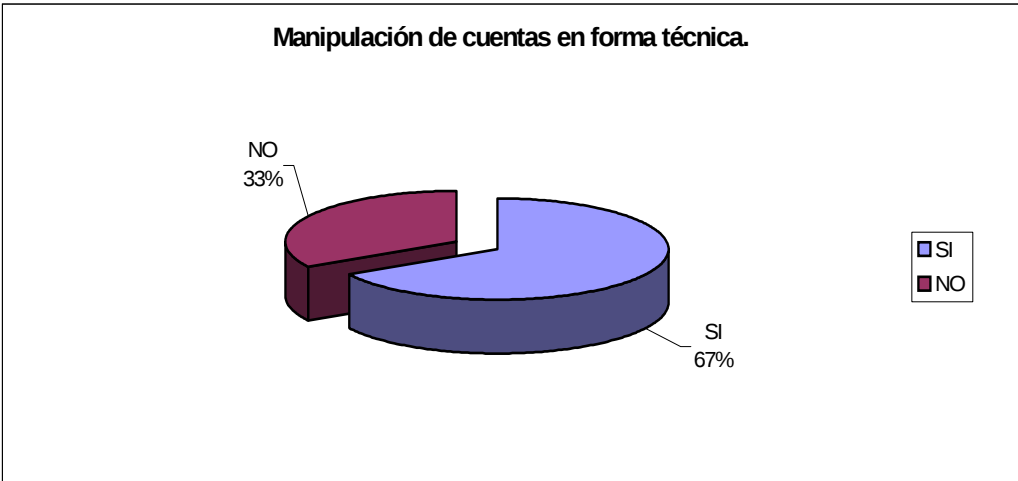
Pregunta N° 7

¿Pueden manipularse cuentas contables en forma técnica?

Objetivo:

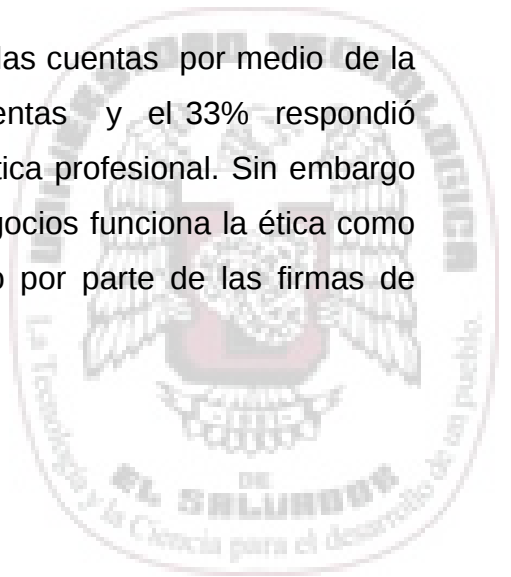
Evaluar si pueden manipularse las cuentas contables en forma técnica.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	10	67
NO	5	33
TOTALES	15	100



Análisis:

El 67% respondió que si se puede manipular las cuentas por medio de la técnica contable, por ejemplo: reclasificando cuentas y el 33% respondió que no se puede debido a que se viola la ética profesional. Sin embargo había que pensar si en el mundo real de los negocios funciona la ética como valor fundamental tanto en el empresario como por parte de las firmas de auditoría.



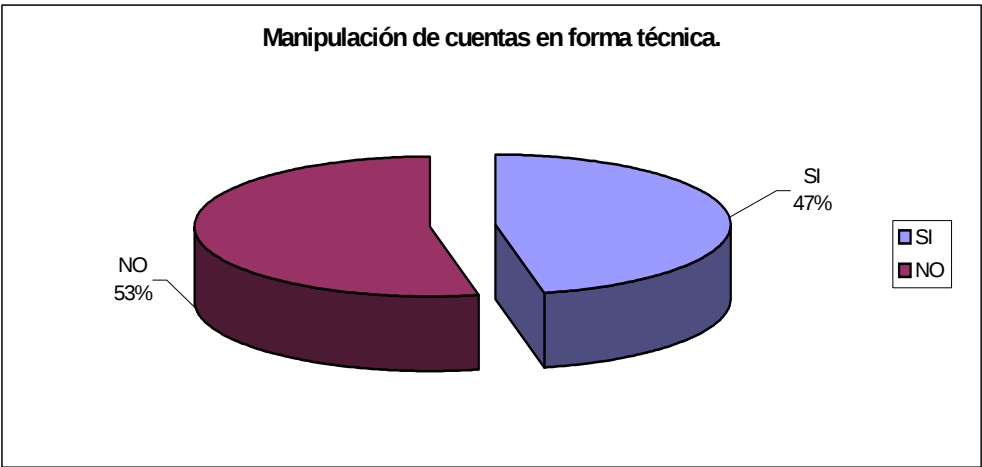
Pregunta N° 8

¿Considera que el uso de la Contabilidad Creativa es una herramienta para mejorar la imagen del negocio?

Objetivo:

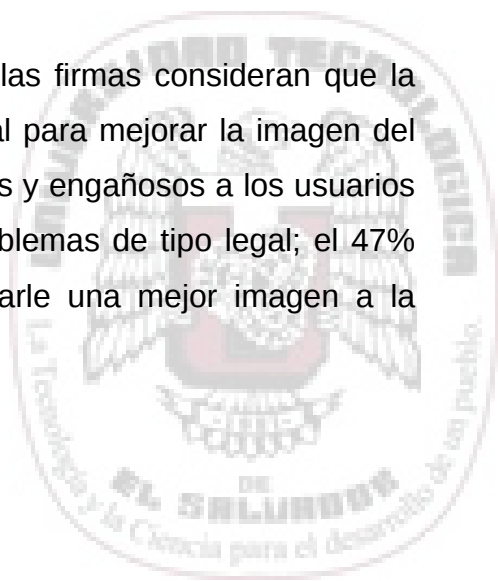
Conocer si el uso de la Contabilidad Creativa sirve como una herramienta para mejorar la imagen del negocio.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	7	47
NO	8	53
TOTALES	15	100



Análisis:

La gráfica anterior nos muestra que el 53% de las firmas consideran que la contabilidad creativa no es una herramienta ideal para mejorar la imagen del negocio y se debe a que al presentar datos falsos y engañosos a los usuarios de los estados financieros podría caerse en problemas de tipo legal; el 47% consideran que si pueden ser utilizado para darle una mejor imagen a la empresa siempre que no se salga de sus límites.



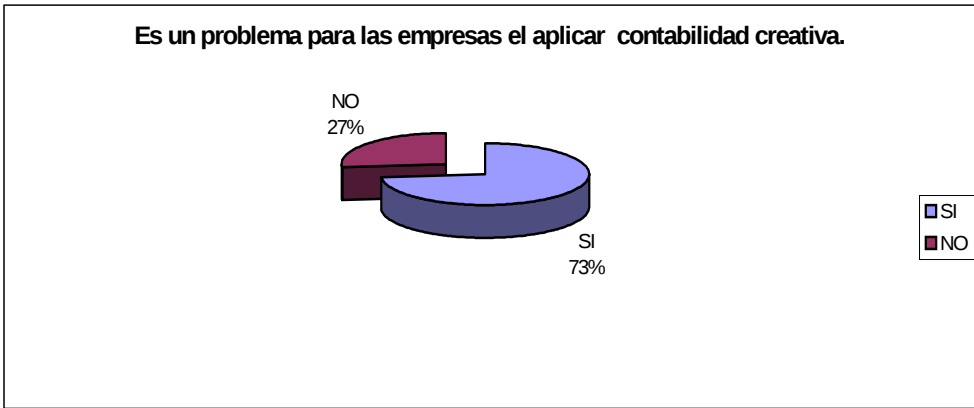
Pregunta N° 9

¿Cree usted que al aplicar la Contabilidad Creativa podría provocar problemas para empresas?

Objetivo:

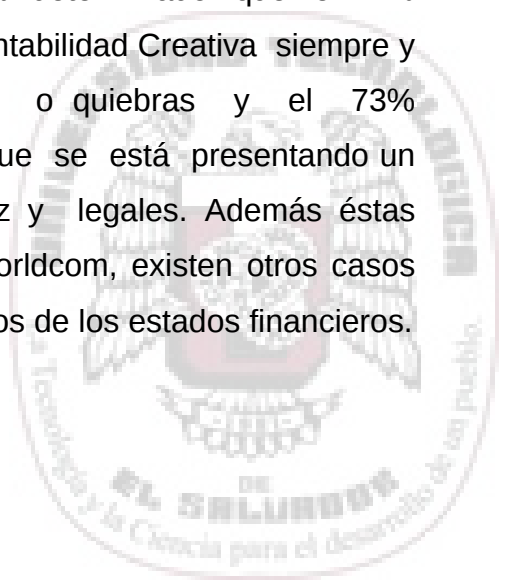
Conocer si el uso de la Contabilidad Creativa es un problema para las empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	11	73
NO	4	27
TOTALES	15	100



Análisis:

De los encuestados en esta pregunta se ha determinado que el 27% considera que no es un problema el aplicar Contabilidad Creativa siempre y cuando no caiga en problemas de fraude o quiebras y el 73% respondieron que si es problema, debido a que se está presentando un engaño y puede crear problemas de liquidez y legales. Además éstas últimas han hecho referencia al caso Enron, Worldcom, existen otros casos que son ejemplos claros de engaños a los usuarios de los estados financieros.



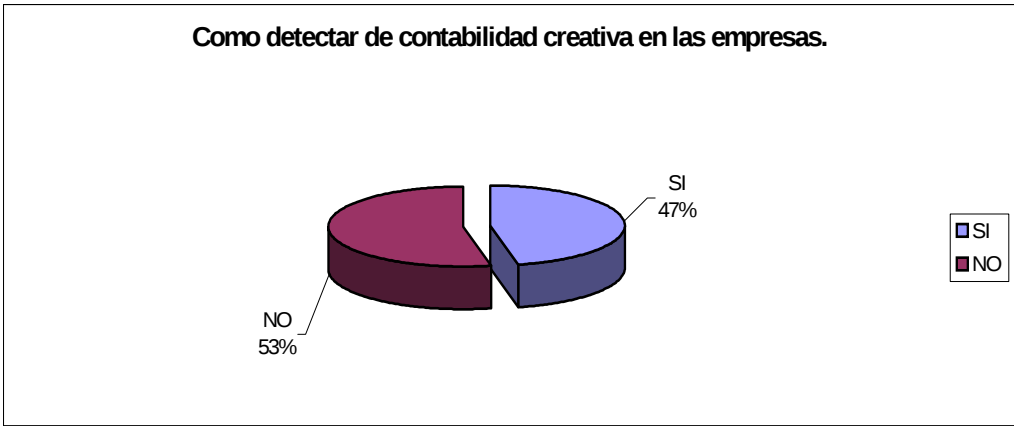
Pregunta N° 10

¿Tiene conocimiento de como detectar la aplicación de la Contabilidad Creativa en las empresas?

Objetivo:

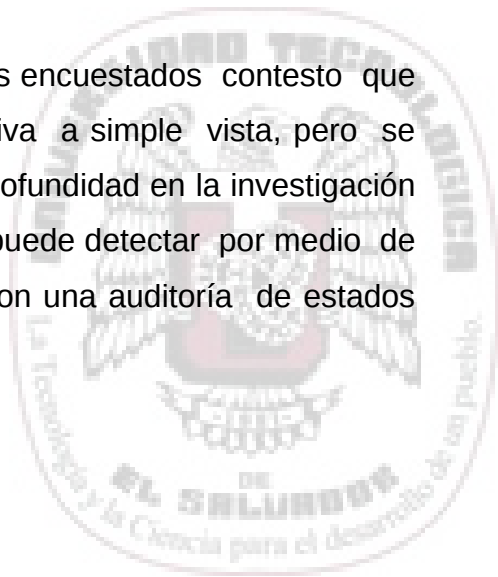
Evaluar si las firmas de auditoría tienen conocimiento de como detectar el uso y aplicación de la Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	7	47
NO	8	53
TOTALES	15	100



Análisis:

El gráfico anterior muestra que el 53% de los encuestados contesto que no se puede detectar la Contabilidad Creativa a simple vista, pero se necesita de mucha experiencia en el campo y profundidad en la investigación para determinarlo y el 47% contesto que si se puede detectar por medio de un análisis profundo de las cifras cambiando con una auditoría de estados financieros.



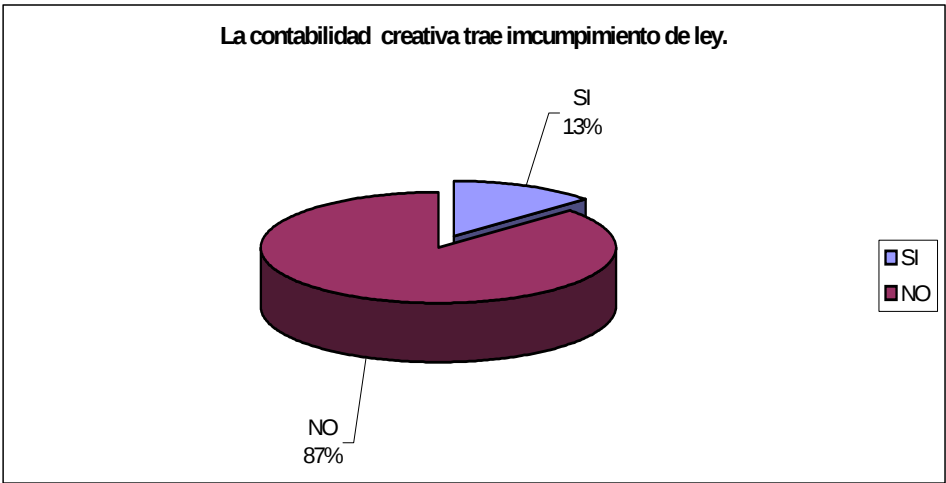
Pregunta N° 11

¿Cree usted que al adoptar la Contabilidad Creativa trae como consecuencia el incumplimiento de leyes?

Objetivo:

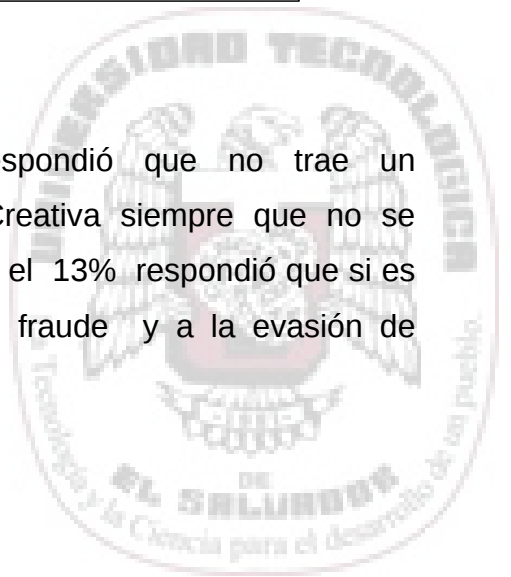
Conocer si el uso y/o adopción de la Contabilidad Creativa genera incumplimientos legales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	2	13
NO	13	87
TOTALES	15	100



Análisis:

Del 100% de los encuestados el 87% respondió que no trae un incumplimiento de ley el aplicar Contabilidad Creativa siempre que no se salga del marco legal y no evada impuestos y el 13% respondió que si es un problema porque puede prestarse al fraude y a la evasión de impuesto.



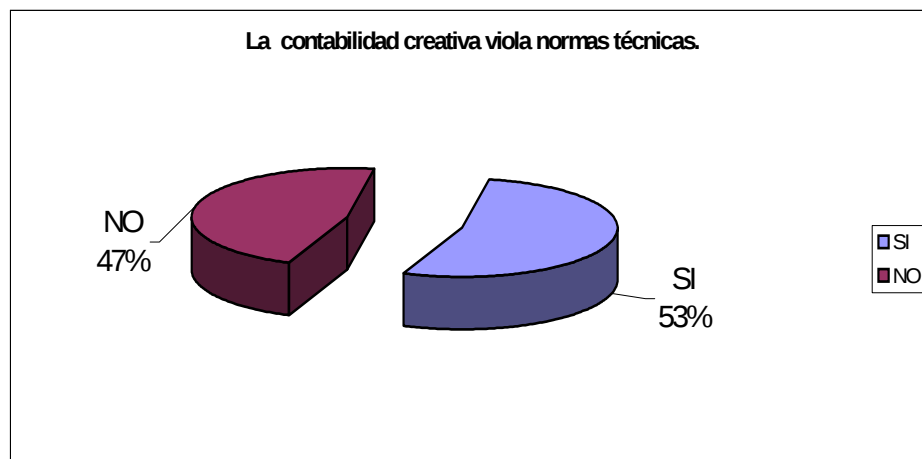
Pregunta N° 12

¿Considera que el uso de la Contabilidad Creativa puede violar algunas normas técnicas como lo son las normas de contabilidad financiera y/o normas internacionales de contabilidad?

Objetivo:

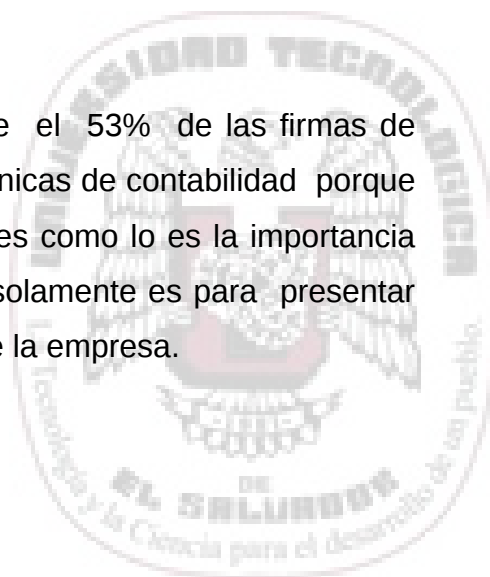
Conocer si el uso de la Contabilidad Creativa puede violar algunas normas como las NIC y NCF.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	8	53
NO	7	47
TOTALES	15	100



Análisis:

En la gráfica anterior se ha determinado que el 53% de las firmas de auditoría considera que si viola las normas técnicas de contabilidad porque viola una de los conceptos más básicos contables como lo es la importancia relativa y el 47% considera que no, porque solamente es para presentar una imagen o posición financiera de interés de la empresa.



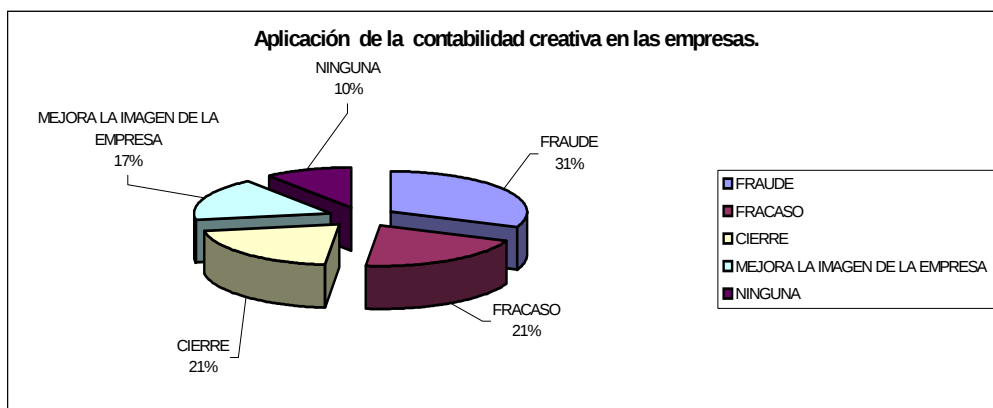
Pregunta N° 13

¿Considera usted que al aplicar Contabilidad Creativa en las empresas puede llevar al fraude, fracaso, cierre, mejorar la imagen de la empresa o ninguna de las anteriores?

Objetivo:

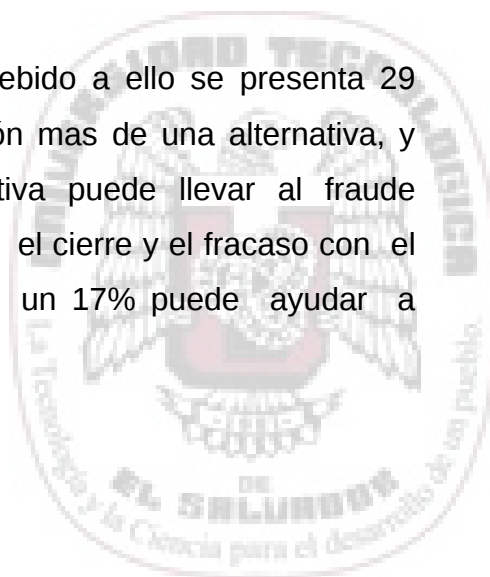
Evaluar si el uso de la Contabilidad Creativa puede llevar a las empresas al fraude, fracaso, cierre, mejorar la imagen de las empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
FRAUDE	9	31
FRACASO	6	21
CIERRE	6	21
MEJORA LA IMAGEN DE LA EMPRESA	5	17
NINGUNA	3	10
TOTALES	29	100



Análisis:

La pregunta anterior es de opción múltiple debido a ello se presenta 29 respuesta, ya que los encuestados seleccionarán mas de una alternativa, y refleja que el mal uso de la Contabilidad Creativa puede llevar al fraude con un 31% de respuestas y en segundo lugar el cierre y el fracaso con el 21% de las respuestas lo que implica que un 17% puede ayudar a mejorar la imagen de las empresas.



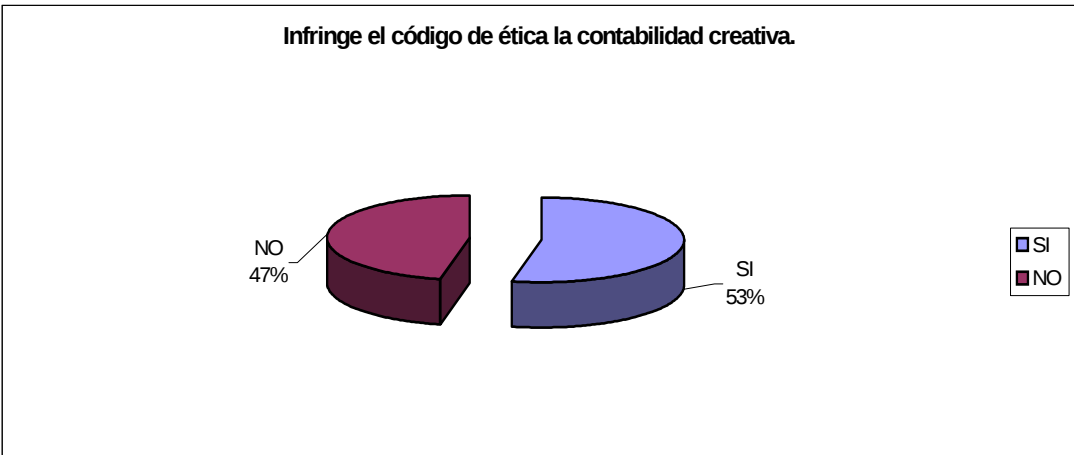
Pregunta N° 14

¿Al aplicar la Contabilidad Creativa en los estados financieros considera usted que infringe las normas del código de ética del IFAC?

Objetivo:

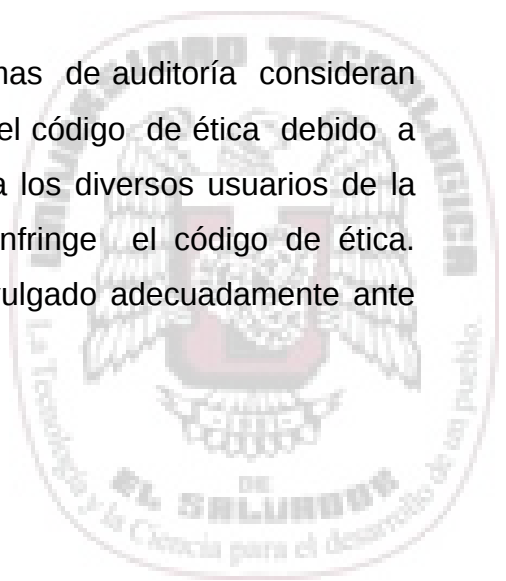
Evaluar si se violan las normas del código de ética del IFAC al aplicar Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	8	53
NO	7	47
TOTALES	15	100



Análisis:

La gráfica demuestra que el 53% de las firmas de auditoría consideran que al aplicar Contabilidad Creativa infringe el código de ética debido a que se están presentando información falsa a los diversos usuarios de la información financiera y el 47% dice que no infringe el código de ética. Pareciera ser que el citado código no se ha divulgado adecuadamente ante los profesionales contables salvadoreños.



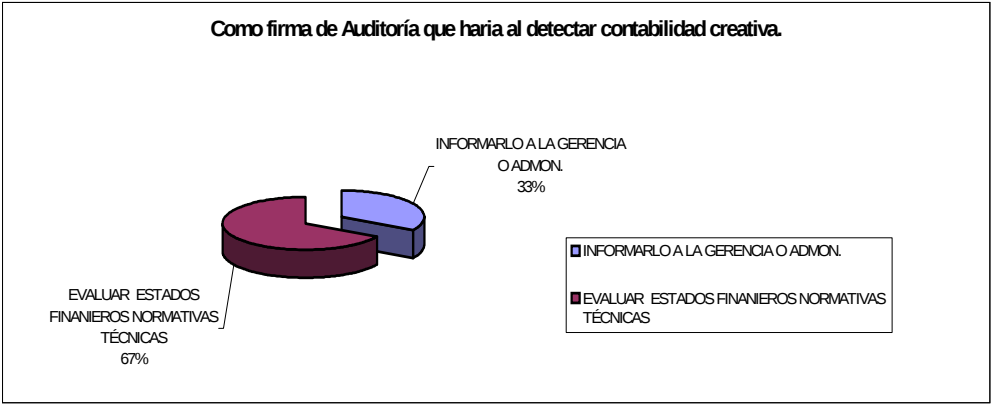
Pregunta N° 15

¿ Qué haría como firma de auditoría al detectar contabilidad creativa?

Objetivo:

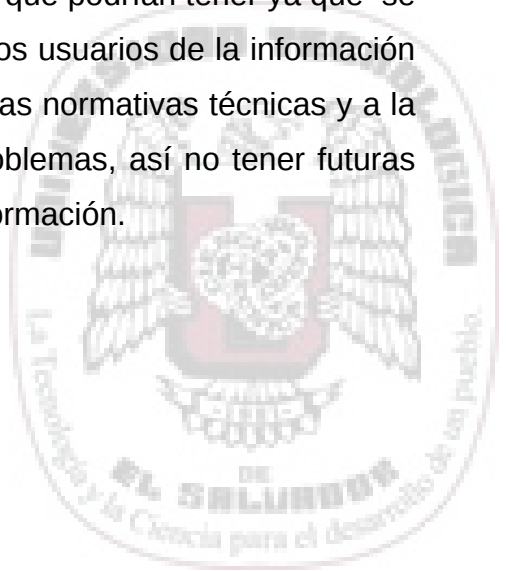
Conocer que harían las firmas de auditoría al detectar el uso de la Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
INFORMARLO A LA GERENCIA O ADMON.	5	33
EVALUAR ESTADOS FINANIEROS NORMATIVAS TÉCNICAS	10	67
TOTALES	15	100



Análisis:

La gráfica demuestra que el 33% de las firmas de auditoría informarían a la gerencia o la administración de los hallazgos que podrían tener ya que se están presentado información falsa a los diversos usuarios de la información financiera y el 67% evaluarían más a fondo con las normativas técnicas y a la vez ayudarles a la empresas a subsanar los problemas, así no tener futuras repercusiones legales que trae la falsedad de información.



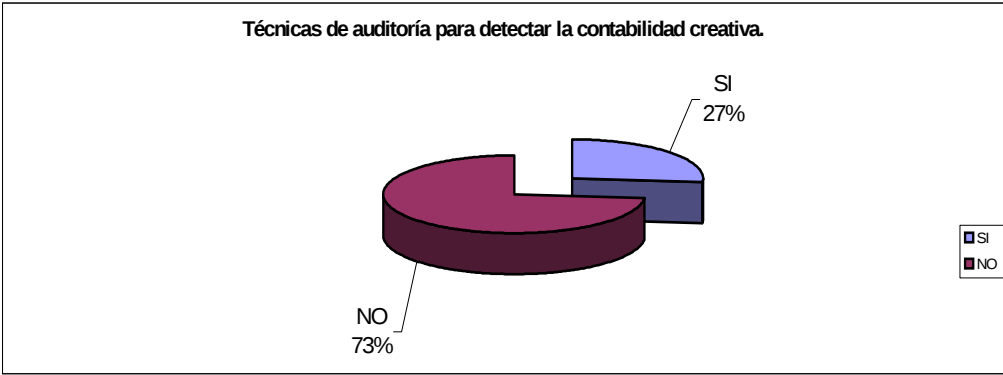
Pregunta N° 16

¿Conoce algunas técnicas de auditoría utilizadas para detectar el uso de la contabilidad Creativa?

Objetivo:

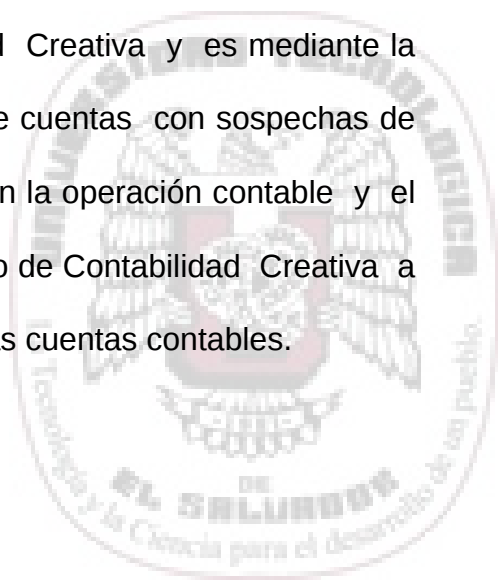
Evaluar si las firmas de auditoría conocen algunas técnicas utilizadas para detectar el uso de la Contabilidad Creativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	
	ABSOLUTAS	PORCENTUALES
SI	4	27
NO	11	73
TOTALES	15	100



Análisis:

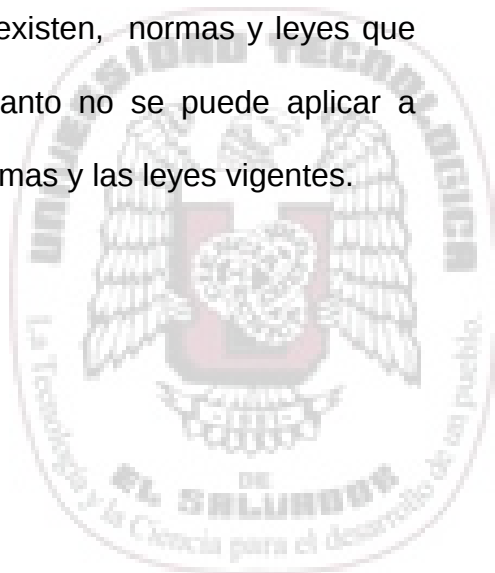
La gráfica anterior presenta el 27% de las respuestas de que si conocen algunas técnicas para detectar la Contabilidad Creativa y es mediante la evaluación de cuentas un alcance mayor sobre cuentas con sospechas de manipulación o que el soporte no coincida con la operación contable y el 73% respondió que no se puede detectar el uso de Contabilidad Creativa a simple vista sino con un examen profundo a las cuentas contables.



2.3 CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo realizada a las firmas auditoras a través del cuestionario, se determinaron las siguientes conclusiones:

- Según las firmas de auditoría lo que incentiva a las empresas a utilizar contabilidad creativa es a presentar una mejor imagen financiera, ya que por medio de ella, pueden modificar sus cuentas para presentar una mejor rentabilidad ante los acreedores, proveedores e inversionistas.
- La contabilidad creativa se ha de entender que es una practica engañosa, según la opinión de las firmas de auditoría pueden crear problemas fiscales; pero se debe tomar en cuenta que existen, normas y leyes que rigen la contabilidad en cada país, por lo tanto no se puede aplicar a diestra y siniestra, sin tomar en cuenta las normas y las leyes vigentes.

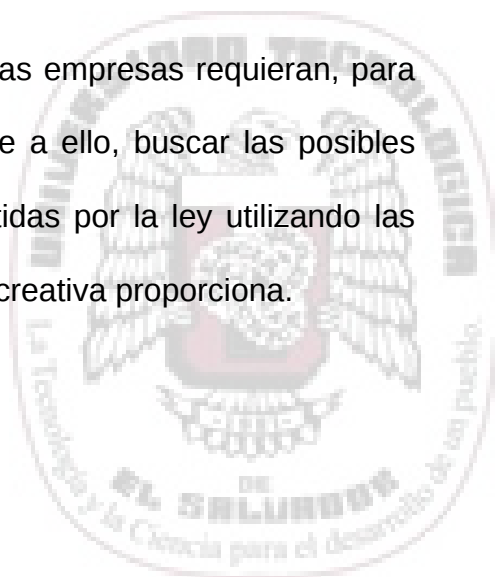


- Desde el punto de vista de las firmas de auditoría la contabilidad creativa viola la ética profesional de los auditores ya que se ha visto en muchos casos de fraude; pero el auditor tiene responsabilidad ante la sociedad, hacia quien patrocina sus servicios y ante la profesión misma, lo que significa que en muchas ocasiones la dinámica de los negocios puede obligar a los auditores a caer en situación que pueden no ser éticas.

2.4 RECOMENDACIONES

Considerando las conclusiones antes mencionadas y con el propósito de dar un mejor entendimiento a la investigación de campo se han determinado las siguientes recomendaciones:

- Se debe estudiar las necesidades que las empresas requieran, para presentar una mejor imagen y con base a ello, buscar las posibles aplicaciones contables que sean permitidas por la ley utilizando las técnicas y principios que la contabilidad creativa proporciona.



- La contabilidad creativa se debe aplicar en posibles partidas como la reclasificación de cuentas de balance y de resultado.
- Es importante que la administración de la empresa que aplique contabilidad creativa, informe al auditor externo lo que pretende realizar, debido a que esta en juego su ética profesional y será por su independencia si decide aceptar o no participar.

