

VI Premio de Investigación Contable “José María Fernández Pirla”



ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA

María Antonia García Benau

Emiliano Ruiz Barbadillo

Antonio Vico Martínez

Este trabajo es el resultado de una investigación teórica y empírica sobre la configuración actual del mercado de servicios de auditoría en España. El estudio se ha realizado a través del análisis del comportamiento de sus principales agentes, auditores y auditados, considerados como los sujetos fundamentales que actúan dentro de un mercado de prestación de servicios que en un futuro se integrará a su vez en un mercado de servicios europeo.

La investigación parte de la justificación conceptual de la auditoría como un bien público y analiza la trascendencia de este hecho en el comportamiento de los individuos que intervienen en el mercado, basándose en el análisis de la adecuación a los servicios de auditoría de las hipótesis en que se sustenta el paradigma estructuralista. Posteriormente, se verifica si el proceso de formación de la profesión en España, es decir, de la oferta de servicios de auditoría, ha seguido los esquemas previstos en las teorías de la profesionalización de las actividades ocupacionales. Todo ello permite determinar el tipo de competencia que rige en el mercado de auditoría español a través de la utilización de diversos indicadores de concentración. El trabajo, por último, explica cuáles son los comportamientos de los auditores y de los auditados, analizando los factores que inciden en el proceso de elección de auditor y las estrategias seguidas por las firmas de auditoría para captar clientes.



Ministerio de
Economía y Hacienda

icac Instituto de Contabilidad y
Auditoría de Cuentas

ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA

**VI Premio de Investigación Contable
“José María Fernández Pirla”**

**María Antonia García Benau
Emiliano Ruiz Barbadillo
Antonio Vico Martínez**

ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA

Edita: Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Edición en línea: Año 2011
NIPO en línea: 604-11-020-9

Edición en papel: Año 1998
N.I.P.O.: 102-98-018-5
I.S.B.N.: 84-89006-66-0
D.L.: M-48185-1998

INDICE

Páginas

ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA

Indice de cuadros, gráficos y tablas	11
Prólogo por José Antonio Gonzalo Angulo	15
Presentación de la investigación	21

PARTE I

LA PRESTACION DEL SERVICIO DE AUDITORIA: SU OFERTA Y DEMANDA

CAPITULO I

Análisis económico del servicio de auditoría

1. Los incentivos para la demanda de la auditoría	29
1.1. La necesidad de la auditoría	29
1.2. Las relaciones de responsabilidad en la empresa	30
1.3. La existencia de un contexto de asimetría informativa	33
1.4. Los atributos del servicio de auditoría	35
2. La demanda indirecta de la auditoría	36
2.1. La auditoría como bien publico	36

3.	Los incentivos de la oferta de auditoría	39
3.1.	La organización de las profesiones	39
3.2.	Los privilegios de la profesión	40
3.3.	La defensa del interés público	42
4.	El desequilibrio entre la demanda y la oferta de auditoría	43
4.1.	Desequilibrio cualitativo entre la oferta y la demanda de auditoría	43
4.2.	La necesidad de conocer la estructura y funcionamiento del mercado de auditoría	45

CAPITULO 2

La investigación internacional sobre la prestación de servicios de auditoría

1.	El estudio de los servicios de auditoría dentro de la investigación contable	47
1.1.	La importancia de la investigación sobre el mercado de auditoría	47
1.2.	El paradigma estructuralista	49
1.3.	La relación entre el poder de mercado y la concentración	50
1.4.	El poder de mercado en la prestación de servicios de auditoría.	52
2.	Estudios previos en la literatura internacional sobre el mercado de servicios de auditoría	54
2.1.	Los planteamientos esgrimidos en la literatura internacional	54
2.2.	El efecto de las fusiones entre las firmas internacionales de auditoría sobre la estructura del mercado	58
3.	El funcionamiento de los mercados de auditoría en Europa	59
3.1.	Estudios sobre la situación de los mercados nacionales Europeos	59
4.	Los objetivos del mercado interno europeo para los servicios de auditoría	62
4.1.	El trabajo sobre diversidad del MARC	63
4.2.	El libro verde de la Unión Europea sobre auditoría.	69

PARTE II
EL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA
EN ESPAÑA

CAPITULO 3

**La aparición de la oferta
y la demanda de servicios de auditoría en España**

1. Los oferentes y demandantes del servicio de auditoría	79
2. Adecuación de las teorías internacionales sobre la profesionalización al entorno español.	80
2.1. Planteamiento internacional para el análisis de la profesión de auditoría	80
2.2. La necesidad de definir un marco teórico de referencia en España	83
2.3. El estatuto profesional de la profesión auditora en España . .	85
3. Análisis crítico del proceso histórico de profesionalización de la auditoría en España	87
3.1. El origen de la auditoría en España.	87
3.2. La introducción de la auditoría «ficticia».	89
3.3. La salvaguarda de nuevos intereses que proteger en el tráfico mercantil.	91
4. La historia reciente de la auditoría en España	95
4.1. La instauración de un nuevo sistema político	95
4.2. Algunas reflexiones adicionales sobre el estatuto profesional de los auditores en España.	98

CAPITULO 4

**La estructura del mercado
de los servicios de auditoría en España. Análisis empírico**

1. Una aproximación inicial a la naturaleza competitiva del mercado de auditoría en España	103
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

2.	Metodología seguida para el estudio de la concentración del mercado de auditoría Español.	109
2.1.	La base de medida de la actividad del mercado y la utilización de subrogados.	109
2.2.	Aproximación analítica a la medida de la concentración	111
3.	Análisis empírico de la medida de la concentración del mercado de auditoría español.	113
3.1.	Descripción de la muestra y metodología empleadas.	113
3.2.	Concentración atendiendo al volumen de facturación de la empresa auditada.	116
3.3.	Concentración atendiendo al número de empresas auditadas. .	119
3.4.	Análisis de la dispersión del mercado de auditoría	120
4.	Exposición inicial del análisis seguido para explicar la concentración existente en el mercado de servicios de auditoría español.	121

CAPITULO 5

Razones de la concentración del mercado de servicios de auditoría español, desde el punto de vista de las firmas de Auditoría

1.	Posibles explicaciones a la estructura concentrada del mercado de auditoría español	123
1.1.	Comportamientos estratégicos de las firmas de auditoría: especialización por sector de actividad y tamaño	124
1.2.	Relación entre economías de escala y liderazgo en el mercado: el tamaño de las firmas de auditoría y el uso de metodologías estructuradas	125
1.3.	Planteamiento del estudio empírico sobre concentración . . .	126
2.	La especialización atendiendo al sector económico de la empresa auditada.	127
2.1.	Argumentos teóricos.	127
2.2.	Contrastación empírica de la especialización por sector en España	128

3.	La especialización atendiendo al tamaño de la empresa auditada . .	133
3.1.	Argumentos teóricos.	133
3.2.	Contrastación empírica de la especialización por tamaño de la empresa auditada en España.	134
4.	La relación entre tamaño de las firmas de auditoría y posición en el mercado	137
4.1.	Argumentos teóricos.	137
4.2.	Resultados del estudio empírico sobre relación entre tamaño y posición en el mercado de las firmas de auditoría.	139
5.	La utilización de metodologías de auditoría estructuradas	141
5.1.	Argumentos teóricos.	141
5.2.	Resultados del estudio empírico sobre utilización de metodologías estructuradas en el mercado de auditoría español	144

CAPITULO 6

Razones de la concentración del mercado de servicios de auditoría español, desde el punto de vista de las empresas auditadas

1.	Incidencia de la demanda en la estructura del mercado de auditoría. .	147
2.	Teorías de la doctrina sobre la elección de auditor	148
2.1.	La importancia de la investigación empírica.	148
2.2.	Teorías basadas en la homogeneidad del servicio de auditoría: el precio como variable explicativa.	149
2.3.	Teorías basadas en la diferenciación del servicio: la calidad como variable explicativa	151
3.	La necesidad de conocer las percepciones que las empresas auditadas tienen de las firmas de auditoría en España. Planteamiento conceptual de los estudios empíricos realizados	152
4.	Estudio empírico sobre la elección de auditor en España.	154
4.1.	Metodología y muestra	154
4.2.	Principales variables que intervienen en la elección de auditor .	155

4.3.	Principales factores que diferencian a las empresas grandes y medianas en el proceso de elección de auditor,	157
4.4.	Factores poco relevantes en el proceso de elección de auditor.	158
5.	Estudio empírico sobre la calidad de los servicios de auditoría a través de la imagen, en España	159
5.1.	Metodología y muestra	161
5.2.	La calidad «ideal» en los servicios de auditoría	162

PARTE III

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

Conclusiones y reflexiones finales	169
Referencias bibliográficas	179

INDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRAFICOS

CAPITULO 2

Gráfico 2.1. El paradigma estructura-conducta-desarrollo	50
Cuadro 2.1. Principales estudios sobre el mercado de auditoría publicados en la literatura internacional.	56
Cuadro 2.2. Efecto sobre la concentración de las fusiones de las grandes firmas de auditoría.	59
Cuadro 2.3. Principales estudios europeos sobre el mercado de auditoría	60
Cuadro 2.4. Contenido del trabajo del MARC	64
Cuadro 2.5. Recomendaciones de MARC sobre libre comercio y calidad de la auditoría en la Unión Europea.	69
Cuadro 2.6. Contenido del Libro Verde.	71
Cuadro 2.7. El papel de la auditoría en la consecución de los objetivos comunitarios	72

CAPITULO 4

Tabla 4.1. Oferta en la prestación del servicio de auditoría en España .	104
Tabla 4.2. La demanda en los servicios de auditoría en España. . . .	105
Tabla 4.3. Distribución de la facturación de los auditores en España..	106
Gráfico 4.1. Proceso seguido en el estudio de la distribución del mercado de auditoría en España.	114
Tabla 4.4. Descripción de la muestra de empresas utilizadas para analizar la estructura del mercado de auditoría español . .	115
Tabla 4.5. Indices de concentración por volumen de facturación . . .	116

Tabla 4.6.	Cuota de mercado de las distintas firmas de auditoría en nuestra muestra	118
Tabla 4.7.	Indices de concentración por número de auditorías.	119
Tabla 4.8.	Participación en el mercado de las firmas internacionales de auditoría atendiendo al número de auditorías realizadas.	119
Tabla 4.9.	Indices Herfindahl por número de empresas auditadas y por volumen de facturación	120
Gráfico 4.2.	Líneas de estudio de la concentración del mercado de servicios de auditoría español	122

CAPITULO 5

Gráfico 5.1.	Líneas de estudio de la concentración del mercado de auditoría español desde el punto de vista de las firmas de auditoría	127
Tabla 5.1.	Participación por sectores de los auditores activos en el mercado de auditoría español, según la muestra	129
Tabla 5.2.	Nivel de concentración por sectores de actividad	131
Tabla 5.3.	Participación de las seis grandes firmas internacionales en los sectores especializados	132
Tabla 5.4.	Participación de las firmas de auditoría de la muestra por tramos de actividad	134
Tabla 5.5.	Nivel de concentración por tamaño del cliente	135
Tabla 5.6.	Cuotas de mercado de las seis grandes firmas internacionales de auditoría por tramos de actividad de las empresas que auditan.	136
Tabla 5.7.	Indices de entropía de las seis grandes firmas internacionales en función de tramos de actividad de las empresas auditadas.	137

Tabla 5.8.	Análisis de las economías de escala en el mercado de auditoría español a través del número de auditorías realizadas.	140
Cuadro 5.1.	Calificación de las firmas internacionales por el tipo metodología utilizada	144
Tabla 5.9.	Metodología de auditoría y cuota de mercado.	145

CAPITULO 6

Gráfico 6.1.	Teorías sobre la elección del auditor	149
Tabla 6.1.	Ranking de las principales circunstancias que influyen en el proceso de elección de auditor.	156
Tabla 6.2.	Diferencias significativas en los motivos de elección de auditor	157
Tabla 6.3.	Circunstancias que no influyen significativamente en el proceso de elección de auditor.	159
Tabla 6.4.	Valoraciones expresadas para determinar los aspectos que describen al auditor «ideal»	163
Tabla 6.5.	Aspectos diferenciales entre la imagen del auditor ideal de los clientes de las Seis Grandes firmas internacionales de auditoría y los clientes del resto de firmas de auditoría . .	165

Glosa: «cierta composición poética en que se repiten uno o más versos al final de todas las estrofas»

(Diccionario de María Moliner)

PRÓLOGO, A MANERA DE GLOSA
por José A. Gonzalo Angulo
(Universidad de Alcalá)

Una primera ventaja de escribir un prólogo, no importa para qué tipo de obra sea, viene dada porque se trata del género literario más libre que existe. Apenas tiene reglas definidas. Puede extenderse desde unos pocos párrafos hasta decenas de páginas, que constituyan un auténtico tratado o narración paralela a la que se está presentando. No tiene estructura ni canon. Puede emprenderse con la soltura de saber que no es ni va a ser la pieza principal de la obra, lo que concede unas posibilidades de maniobra singulares y envidiables. Puede hablarse de lo divino y de lo humano, y hasta permitirse uno ofrecer las opiniones más chocantes y personales, sin por ello herir a nadie ni ser tenido muy en cuenta: total, el protagonista no es quien prologa y la obra no va a tener como punto de referencia al autor de las primeras páginas. Puede hacerse para cumplir, aliñando la faena para que, con unas cuantas frases bonitas y un par de adjetivos bondadosos para el autor de la obra en cuestión, se quede bien sin tener que dedicar demasiadas horas en el empeño. Puede, en fin, ser hecho por el autor de la obra o llamar a algún otro para que, de existir alabanzas, sean puestas en boca de un tercero, lo que compromete menos y dota a las afirmaciones de mayor verosimilitud.

Pero este Prólogo no tiene tal ventaja: está hecho con la conciencia clara de que se trata de introducir un trabajo serio, bien hecho, que no tiene necesidad de arrumacos ni falsas alabanzas para dejarlo bien y que el paciente lector descubra luego la filfa. Los investigadores que lo han hecho (María Antonia García Benau,

Emiliano Ruiz Barbadillo y Antonio Vico Martínez) tienen el aura profesional suficiente para que unas palabras salidas de la pluma de este garbancero puedan hacerles subir o bajar unos enteros. No va, por tanto, a rodear a la obra o a los autores de guirnaldas para hacer un favor a nadie. Ni tampoco va a utilizar una forma libre e improvisada en la composición.

No, este Prólogo no va a tener semejante ventaja.

* * *

Una segunda ventaja de escribir un prólogo, si uno es alguien allegado al autor o los autores del libro, es que se puede contar la misma historia desde otro ángulo, situando al lector en una perspectiva que le haga comprender mejor el trabajo. Me refiero, con la indicación de que los valoro especialmente, a esos prólogos en los que se cuenta la gestación, el origen, la historia o el desarrollo del trabajo, con el fin de acercarse de forma amable a su etiología particular, a las historias o las anécdotas más o menos importantes que rodearon el nacimiento o la evolución de la obra, y que le dan esa singularidad que luego permanece en el recuerdo de quien la ha leído.

Pero este Prólogo no va a tener tal ventaja: no sabría qué decir para marcar los hitos del mismo al lector, de forma que se le quedarán grabados por una temporada en las neuronas, y los sacase a colación al pasar las páginas. Si digo que los autores han sido premiados con el más alto galardón que en España se otorga a una investigación de tipo contable, instaurado con el nombre del profesor Fernández Pirla, se me puede responder que no es la primera vez que la envidiada cigüeña de los premios hace su nido de laurel en los méritos de los galardonados, y que presentándose ellos a un premio dejan magras posibilidades a los demás. Si digo que constituyen un buen equipo, se me puede argumentar que ya lo sabe todo el mundo que lo tiene que saber. Si, en fin, digo que es el producto de una dilatada experiencia en investigación sobre auditoría, de las más prestigiosas en España y en Europa, es tan obvio que me debería dar vergüenza la redundancia.

No, este Prólogo no va a tener tampoco semejante ventaja.

* * *

Una tercera ventaja de escribir un prólogo, no obstante, es que puede uno poner al lector en guardia sobre lo que va a encontrar en los entresijos del libro, diciéndole dónde está lo mejor y dónde lo complicado, dónde están las contribuciones y dónde las partes fáciles o prescindibles del libro, dónde tiene que poner su

máxima atención y dónde puede leer de hito en hito, para no perder tiempo. El prologuista puede, así, ser el cicerone del lector, señalándole los valores del trabajo que tiene entre manos, lo que puede ser algo parecido a poner la salsa en los guisos, que es algo extraño al plato en sí pero que proporciona el sabor que hace degustar y saborear la comida. Entonces el prologuista saca verdadero provecho a ser el primero, o uno de los primeros, que ha puesto sus ojos en el libro, incluso antes de que estuviera en imprenta, y convierte su experiencia en consejo e ilustración valiosa para quien deambule por los intrincados senderos de cualquier obra que pretenda reflejar un pensamiento válido y útil.

Pero este Prólogo no va a tener tal ventaja: no soy capaz de pensar en otro orden de la lectura que el que sus autores le han dado, ni en señalar alguna parte que tuviese que ser leída en orden diferente al que presenta. Sinceramente, creo que un buen estudio de mercado tiene que hablar de cómo son la oferta y la demanda en el mismo (Parte I), para más tarde reflexionar sobre su estructura y comportamiento (Parte II). Si además el estudio se orla con un análisis empírico que refrende alguna de las conclusiones obtenidas *a priori*, y arroje luz sobre ciertos aspectos como la concentración, el poder de mercado de las firmas que concurren al mismo y sobre los condicionantes de la elección del auditor, es difícil pretender dar más. Es también evidente que, aunque la obra tiene una unidad, las aportaciones de cada uno de los autores se dejan entrever por relación a sus trabajos anteriores hechos en solitario. No es preciso señalar quién ha puesto su conocimiento sobre las teorías vigentes en relación con la auditoría, ni quién ha desbrozado los datos hasta hacerlos transparentes para la interpretación, ni quién ha puesto su experiencia de colaboraciones con equipos internacionales para relacionar esta investigación con otras similares llevadas a cabo en otras latitudes, donde por cierto los problemas cada vez son más similares a los nuestros, en esto de la auditoría.

No, este Prólogo no va a tener tampoco semejante ventaja.

* * *

Una cuarta ventaja de escribir un prólogo es que se puede ofrecer una interpretación, ya sea científica, ya sociológica, de la trascendencia de las teorías que se vierten en la obra que se presenta. En verdad se hacen prólogos escatológicos. Se puede hablar de su importancia y trascendencia para la investigación contemporánea y futura, con lo cual empieza a correr la especie y, si hay suerte y responden los ecos de los lectores, la obra llegará a ser verdaderamente importante, punto de referencia de los trabajos posteriores y todo eso. Se puede alabar su originalidad y se la puede tildar de «seminal», para ver si el público al que va dirigida se lo

cree y comienza a funcionar el rumor por los mentideros más reputados. Así se han hecho importantes y novedosas incluso los trabajos más zafios, con tal de que los pregoneros fueran de suficiente porte y ascendencia sobre lo que denominamos la «comunidad científica». Igual que antaño había expertos en remendar virgos para casamientos oportunos, hogaño existe la clase de los aduladores interesados para promocionar cualquier cosa que les vaya a dar dividendos si son capaces de crear una conciencia colectiva favorablemente engañada para aceptar lo que se le diga.

Pero este Prólogo no va a tener tal «ventaja»: lo que se dice y se demuestra en la investigación es lo que casi todos nos temíamos, aunque no muchos se atrevían a decir sin miedo a la crítica. Hay una visión demasiado acertada de la historia reciente y de la situación actual de la auditoría en España como para tratar de venderla en un baratillo, o liquidarla por cierre del negocio. El problema de la verdad no es que sea fea, sino que no tiene remedio, y por eso lo mejor es no maquillarla: la auditoría no es una profesión con prestigio, sino una actividad que se ahoga en sus propias y merecidas contradicciones; la Administración pública también ha naufragado extensamente al tratar de comprender un cometido profesional sin tradición en España, y las corporaciones profesionales piensan, aunque no lo dicen, que la autorregulación es la mejor alternativa al control, de donde quiera que proceda, porque probablemente piensen que son términos antitéticos. También es obvio, y por eso no lo descubren los autores, pero lo demuestran de forma fehaciente, que la concentración de la actividad profesional en España es una fuente de preocupaciones, y probablemente los responsables debían ponerle algún freno antes que a otros asuntos sumamente «urgentes» cuya resolución, presumiblemente, va a dejar las cosas importantes tan mal como están. Pero estas reflexiones no son producto de la lectura atenta del trabajo, ya que constituyen el corazón del mismo, y el que yo las ponga aquí de manifiesto no aporta nada especial a quien hojee con suficiente interés las páginas que siguen.

No, este Prólogo no va a tener tampoco semejante ventaja.

* * *

Por fin, una quinta y última ventaja de escribir un prólogo es que el redactor puede quedar muy bien con muchas personas e incluso consigo mismo. Por ejemplo puede quedar bien con los autores del libro, porque piensen que los ha retratado con más méritos de los que tienen, haciendo crecer su imagen en la devota clientela lectora. Por ejemplo puede quedar bien con quienes dieron el premio a los autores, agradeciéndoles sobremanera la generosidad para con ellos. Por ejem-

plo puede quedar bien con los lectores, porque ante los mismos puede tener el mérito de haberles hecho ver lo importante que es el libro, de haber recomendado su lectura atenta y de haberles ayudado a interpretar lo que contiene. Por ejemplo, y como son muchos ejemplos es bueno dejar la relación, consigo mismo por el mérito que supone para el prologuista haber escrito la introducción de una obra que sabe de calidad.

Pero este Prólogo no va a tener tal ventaja: no creo que me sirva para quedar bien con nadie, ni siquiera conmigo mismo. Es posible que los autores hayan esperado por el Prólogo algunas semanas más de lo razonable, y estén preocupados, con toda razón, porque el dichoso prefacio puede retrasar la aparición de un libro que es importante para exhibir, ante su comunidad de referencia, el trofeo ganado con todo merecimiento. Es posible que el que esto escribe no sepa quiénes fueron los que otorgaron el premio a la obra, aunque les agradezca que cumplieran con honestidad y escrupulosamente su trabajo, como es costumbre en todos los jurados; ni quiera reseñar aquí la composición de los que tuvieron el privilegio de decidir, porque seguramente cumplieron su obligación, sin esperar por ello más recompensa que el agradecimiento anónimo del lector o el investigador que encuentra interesante, útil y comprometido lo que lee. Es posible que los lectores no lean jamás el prólogo, porque les importa una higa lo que en él se relate, bueno o malo, y no voy a ser yo quien les quite el gusto; y también es posible que, leyéndolo, lo encuentren pobre y chabacano; y por último es posible que encontrándolo interesante nunca se topen con el que lo ha escrito, ni le testimonien sus pareceres. Por último, es posible que tampoco el humilde autor encuentre en el prólogo ninguna ventaja notable, porque los hay perfeccionistas insoportables que no rompen las cuartillas, donde se han empleado en las última horas o en los últimos días, porque no aguantarían el remordimiento de saber que alguien, sin culpa alguna, lo está esperando con impaciencia. Y porque no quiere perder la amistad con esos «álguienes», porque además de buenos investigadores son excelentes compañeros y amigos.

No, este Prólogo no va a tener tampoco semejante ventaja. Ni falta que le hace.

En Madrid, a veinte de diciembre de mil novecientos noventa y ocho.

PRESENTACION DE LA INVESTIGACION

El trabajo que presentamos es el resultado de una investigación teórica y empírica sobre la configuración actual de la función auditora en España. El estudio se ha realizado a través del análisis del comportamiento de sus principales agentes, auditores y auditados, considerados como los sujetos fundamentales que actúan dentro de un mercado de prestación de servicios. En 1998 podemos afirmar que la auditoría está definitivamente implantada en España. Por un lado, existe un marco regulador definido, aun cuando se prevean modificaciones en algunos aspectos importantes de ley de auditoría. Por otro lado, una vez transcurridos ocho años de auditoría obligatoria, se puede hablar de la existencia de una oferta y demanda estabilizadas de este servicio. Dado este contexto, al que en términos generales podemos calificar como un marco de relaciones estables, la investigación en auditoría debe asumir el reto de profundizar en el conocimiento de la que probablemente vaya a ser la transformación más importante que sufra en su historia el mercado de servicios de auditoría español. Nos referimos a su integración en un mercado de servicios europeo.

Los acontecimientos que tienen lugar en la Unión Europea son los auténticos impulsores de este estudio, por ello pretendemos iniciar esta presentación exponiendo brevemente el entorno europeo en el que la misma debe ubicarse.

Dentro del proceso de la Unión, existen tres acontecimientos claves: la aprobación del Tratado de Roma en 1957, la ratificación del Acta Unica Europea en 1987 y el Tratado de la Unión Europea en 1992. La evolución, que durante los últimos 40 años, ha sufrido el proceso de integración europeo no ha estado exenta de dificultades, motivadas tanto por la coyuntura económica internacional, como por los diversos intereses nacionales, aspecto éste agravado por las sucesivas ampliaciones de nuevos Estados.

En todo este período, como sabemos, se ha llevado a cabo un proceso de armonización de la contabilidad y la auditoría. La armonización del derecho de sociedades comenzó a principios de la década de los 60. El primer aspecto que preocupó fue la búsqueda de una armonización de temas legales relacionados con la información financiera empresarial. Alcanzar dicho objetivo fue considerado de gran interés para el logro de los objetivos comunitarios. Sin embargo, el proceso fue lento debido a que las diferencias sociales, políticas, económicas y culturales entre los Estados miembros, provocaron un retraso importante en la aprobación de la primera directiva relacionada con la contabilidad (1978, IV Directiva). Podemos por tanto afirmar que esa fecha supone el inicio del proceso hacia la información comparable, todavía sin concluir.

La VIII Directiva del Derecho de Sociedades, relativa a la auditoría de cuentas, fue aprobada en 1984 y supuso el inicio del camino hacia la armonización de la auditoría en la Unión Europea. La progresiva adaptación de las legislaciones nacionales a dicha directiva, se ha llevado a cabo entre 1984 (adaptación de Luxemburgo) y 1993, momento en el que se produjo la adaptación de Holanda, último de los 12 Estados miembros que pertenecían a la Unión Europea en esa fecha.

Desde nuestro punto de vista, siempre que se desee realizar investigación europea en auditoría, es muy importante realizar un exhaustivo seguimiento de los acontecimientos que transcurren en la Unión Europea. En la etapa de 1984 a 1993, se requerían estudios comparados entre los Estados miembros que confirmarían las diferencias y similitudes de los requisitos exigidos a las personas encargadas de llevar a cabo la auditoría de las cuentas anuales de los países comunitarios. A partir de ese momento, la investigación tenía que sufrir un cambio de ciento ochenta grados. Se necesitaba avanzar un paso más, ya que, en nuestra opinión, debía centrarse en desarrollar el papel que el auditor debe realizar en una sociedad que desea alcanzar unos niveles aceptables de calidad en la auditoría de las cuentas anuales europeas.

Fue en ese momento, es decir, en 1994 cuando empezó a gestarse el trabajo de investigación que estamos presentando, quedando así delimitado por los acontecimientos ocurridos en Europa y especialmente por la necesidad de lograr la libre prestación del servicio de auditoría en los Estados miembros de la Unión Europea. Desde ese momento hasta hoy, los acontecimientos ocurridos en el seno de la Unión Europea, relacionados con la información financiera y su auditoría, no han dejado de repetirse y han sido muy relevantes. Se han producido hechos que, si bien no son numerosos en cantidad, son muy importantes por su calidad.

Los resultados del estudio llevado a cabo por el centro de investigación en auditoría de la Universidad de Maastricht, en adelante MARC (Buijink et al., 1996)

ponen de manifiesto la gran diversidad existente en la regulación de la auditoría en los países miembros de la Unión Europea, y por tanto, la falta de armonización de la misma. Sin embargo, pese a lo relevante de estas conclusiones, el documento reconoce que de su análisis se desprenden implicaciones más importantes si cabe, especialmente se refiere al impacto negativo que la diversidad legislativa tiene sobre la calidad de la auditoría. Existe preocupación por el hecho de que la diversidad pueda dar lugar a distintas calidades de la auditoría lo que supondría, en un ámbito en el que se pretende lograr la libertad de establecimiento y de prestación de servicios, un elemento que provocaría una gran distorsión en la equiparación de auditores.

El documento del MARC sirvió de base para que en octubre de 1996, se publicara en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas el Libro Verde relativo a la función del auditor legal (Unión Europea, 1996). Este pronunciamiento supone un paso hacia adelante en la resolución de los problemas con los que la auditoría está enfrentándose en los últimos años, especialmente a raíz del desprestigio que ha vivido por la aparición de fracasos financieros (de envergadura tan importante como los casos Maxwell, BCCI y Banesto) que han puesto en tela de juicio la utilidad de la auditoría y han mermado la confianza en el trabajo del auditor.

El documento del MARC y el Libro Verde resaltan que entre los aspectos que más pueden afectar negativamente a la armonización de la auditoría y la libre prestación de servicios y establecimiento de profesionales en Europa, se encuentran las barreras que suponen las leyes y reglamentaciones de cada país y las que pueden derivarse de las características de los mercados nacionales, fundamentalmente del tipo de competencia que rige en ellos. Por ello, deben ser desarrollados estudios particulares por país, que una vez terminados y puestos en común ofrezcan una adecuada visión global de la situación de partida del proceso de configuración del mercado único. De este modo, las ideas recogidas en los citados documentos, están en línea con las definidas en nuestro trabajo y nos han servido de un gran estímulo, ya que deseamos con esta investigación ofrecer una aproximación al funcionamiento del mercado de servicios de auditoría en nuestro país. Así pues, el trabajo que presentamos constituye una aportación española al grupo de estudios sobre la estructura y funcionamiento de los mercados nacionales de auditoría, tal y como están configurados inmediatamente antes de la globalización efectiva que supondrá la Unión Europea.

Por otro lado, desde nuestra faceta como investigadores y docentes debemos ser capaces de asumir los retos de un entorno contable cambiante, idea que subyace en los planteamientos del profesor Cañibano (1996). En el caso de

la auditoría los cambios fundamentales van a provenir, en el futuro cercano, de la integración europea, y afectarán tanto a la actividad de la auditoría como a la profesión auditora.

Este trabajo de investigación, aunque envuelto por los acontecimientos que acabamos de exponer, está pensado para cubrir unos objetivos más amplios que los que se pueden deducir de nuestras palabras anteriores. Concretamente los objetivos marcados en nuestro estudio son cinco. El primero de ellos consiste en justificar conceptualmente la consideración de la auditoría como un bien público y analizar la trascendencia de este hecho en el comportamiento de los individuos que intervienen en el mercado en que se presta este servicio. El segundo objetivo es el análisis de la adecuación de las hipótesis en que se sustenta el paradigma estructuralista a los servicios de auditoría. El tercero ha sido verificar si el proceso de formación de la profesión en España, es decir, de la oferta de servicios de auditoría, ha seguido los esquemas previstos en las teorías de la profesionalización de las actividades ocupacionales. El cuarto objetivo ha sido determinar el tipo de competencia que rige en el mercado de auditoría español. El quinto y último objetivo es explicar cuáles son los comportamientos de los auditores y de los auditados que van a dar lugar a dicho tipo de competencia; concretamente deseamos conocer los factores que más inciden en el proceso de elección de auditor y las estrategias de las firmas de auditoría para captar clientes.

La metodología que hemos utilizado, elaborada tras el análisis de los estudios existentes en la literatura internacional y nacional, es tanto descriptiva como empírica. El método de análisis seguido tiene un fuerte componente teórico, mediante el cual se argumentan los planteamientos de la doctrina. Dado que esta investigación contiene tres estudios empíricos, la metodología utilizada ha ido acoplándose en función de los objetivos perseguidos y de las necesidades que nos iba imponiendo la investigación. El primer estudio empírico está basado en la utilización de diversos indicadores que miden el nivel de facturación total de las distintas firmas y profesionales individuales que actúan como ejercientes en el mercado de auditoría español. El método seguido para conocer la distribución de la actividad del mercado ha sido la utilización de índices de concentración y del índice de Herfindahl. Estos indicadores, validados en economía industrial, resultan de gran interés para analizar la concentración existente en el mercado de auditoría, tal y como ha sido demostrado en estudios internacionales tras la exposición de planteamientos conceptuales muy rigurosos. En nuestro caso, hemos tenido que considerar la conveniencia de los mismos para nuestro país, lo cual ha requerido precisar algunas ideas de partida. Los otros dos estudios empíricos están basados en dos cuestionarios elaborados al efecto, que han sido contestados por una muestra de empresas espa-

ñolas. El primero de ambos cuestionarios establecía una serie de variables que permitían conocer los factores que la empresa española valora a la hora de elegir a un auditor. El tratamiento estadístico empleado para este estudio ha sido la obtención de medidas descriptivas y diferencias significativas entre las valoraciones medias de dos grupos de encuestados a través del estadístico *t* de Student. El segundo de dichos trabajos analiza la calidad de los servicios de auditoría. En este caso las valoraciones realizadas por las empresas se han obtenido mediante la técnica denominada diferencial semántico, habiendo tratado estadísticamente los datos mediante medidas descriptivas y mediante el estadístico *U* de Mann Whitney para hacer inferencias acerca del grado de significación de las diferencias encontradas entre la valoración de dos grupos de encuestados. Las metodologías que hemos adaptado a nuestra investigación están fuertemente contrastadas en la literatura internacional, aunque queremos señalar que alguna de ella la hemos adaptado de otras disciplinas ya que su utilización en contabilidad todavía no está generalizada. No obstante, la importancia y gran relevancia de las mismas para analizar problemas contables ha sido puesta de manifiesto en los últimos cinco años por prestigiosos investigadores del ámbito internacional.

Para conseguir los objetivos expuestos, utilizando la metodología señalada, la estructura que sigue este estudio es la siguiente. El trabajo se encuentra dividido en tres partes y contiene seis capítulos y unas conclusiones finales. La primera parte denominada «*La prestación del servicio de auditoría: su oferta y demanda*» comprende dos capítulos en los que se presenta un análisis económico del servicio de auditoría, así como la investigación internacional que se ha realizado sobre la prestación de servicios de auditoría. En esta primera parte, que contiene los capítulos 1 y 2, se pretende resaltar, en primer lugar, que los servicios de auditoría se ofrecen y demandan en un mercado con unas características particulares que lo diferencian de los mercados donde se intercambian otros servicios. Dichas particularidades provienen básicamente de la naturaleza pública del servicio de auditoría. Estos extremos son tratados en el capítulo 1. Dada la necesidad de profundizar en el conocimiento de la forma en que operan los mercados de auditoría europeos, como elemento que favorezca una integración de los mismos en condiciones óptimas, se hace preciso conocer con profundidad cuál es el estado actual de la investigación científica sobre el funcionamiento y estructura de los mercados de auditoría en el ámbito internacional. Este es el propósito del capítulo 2, en el cual se realiza un análisis exhaustivo de la literatura más relevante al respecto.

La segunda parte de este trabajo denominada «*El mercado de servicios de auditoría en España*», comprende los capítulos 3, 4, 5 y 6. Concretamente, en el capítulo 3 se analiza cómo ha ido conformándose a través del tiempo la oferta y la demanda

de servicios de auditoría en España. Por su parte, el capítulo 4 recoge un análisis empírico para determinar cuál es la estructura del mercado de los servicios de auditoría en nuestro país. El capítulo 5, contiene un estudio empírico sobre las razones que explican de la concentración de los servicios de auditoría, desde el punto de vista de la firma de auditoría, mientras que en el capítulo 6 se realiza un estudio de naturaleza también empírica, con el objeto de conocer cuáles son las razones de la concentración desde el punto de vista de la empresa auditada. Para ello, empezamos analizando la adecuación de las teorías internacionales sobre la profesionalización de las actividades ocupacionales al entorno español y la necesidad de definir un marco teórico de referencia. Tras un análisis crítico del proceso histórico de profesionalización de la auditoría en España, planteamos una aproximación a la naturaleza competitiva del mercado de auditoría en nuestro país. La explicación de los resultados que hemos obtenido sobre la distribución de los servicios de auditoría, la realizamos analizando el tipo de estrategias que utilizan las firmas de auditoría para captar a los demandantes del servicio y también investigando las variables que inciden en la elección de auditor. Para ello, y debido a las necesidades que nos iba imponiendo el adecuado desarrollo de esta investigación, hemos realizado dos estudios empíricos adicionales que aportan una visión muy relevante para la consecución de nuestros objetivos. Concretamente las investigaciones empíricas se refieren a determinar los motivos de la elección de auditor y a analizar la calidad del servicio de auditoría a través de la imagen.

Por último, en la tercera parte de este trabajo de investigación se recogen las conclusiones finales de esta investigación.

María Antonia García Benau. Universidad de Valencia
Emiliano Ruiz Barbadillo. Universidad de Cádiz
Antonio Vico Martínez. Universidad Jaume I. Castellón

PARTE I

LA PRESTACION DEL SERVICIO DE AUDITORIA: SU OFERTA Y DEMANDA

CAPITULO I

ANALISIS ECONOMICO DEL SERVICIO DE AUDITORIA

En este capítulo se justifica conceptualmente la consideración de la auditoría como un bien público y se analiza la trascendencia de este hecho en el comportamiento de los individuos que intervienen en el mercado en que se presta este servicio

I. LOS INCENTIVOS PARA LA DEMANDA DE LA AUDITORÍA

I.1. La necesidad de la auditoría

En este capítulo, con el que inicia este trabajo de investigación, se lleva a cabo una exposición teórica del marco de relaciones de mercado que se configura en torno a la función de auditoría. Concretamente se resaltan las particularidades del mismo derivadas de la naturaleza de la auditoría como bien público. Ello nos lleva a la necesidad de estudiar su estructura de funcionamiento, siendo éste uno de los objetivos que nos planteamos a lo largo de todo el trabajo, y de modo particular para el caso español. Para ello necesitamos comenzar este capítulo planteando los argumentos teóricos en que se sustenta la necesidad de la función auditora.

El análisis económico de la auditoría, permite comprender el entorno institucional en el que se producen los servicios de auditoría. La forma y motivos por los que se genera la demanda y el conocimiento de quiénes son los demandantes de la auditoría, resulta de gran importancia de cara a conocer el desarrollo de la función del auditor. Sin embargo, el hecho de que la auditoría sea una actividad institucionalizada, obligatoria y sometida a una gran regulación hace que queden difuminados o encubiertos los motivos por los que existe una demanda de auditoría, así como cuáles son los atributos que debería tener este servicio. El APB (1994, p. 19) se manifiesta en este sentido en su párrafo 2.3 argumentando que, con carácter

previo a cualquier planteamiento sobre la naturaleza de la auditoría, es necesario comprender por qué surge la necesidad de ésta. En este sentido, podemos destacar que existen importantes aportaciones doctrinales, entre las que pueden ser destacadas las de Mautz y Sharaf (1961), Sherer y Kent (1983), Wallace (1987), Flint (1988) y Lee (1993), que han formulado una serie de postulados que intentan justificar los incentivos que tienen los agentes económicos para demandar un mecanismo institucionalizado de control externo de la actividad económica como es la auditoría.

Algunos autores (véase Flint, 1988 y Lee, 1993) resaltan la existencia de ciertos postulados que justifican que determinados colectivos afectados por la actividad económica de las empresas cuenten con incentivos para demandar sistemas de control externo de la actividad de la empresa. Flint (1988, p. 22) considera que una condición necesaria para que aparezca la necesidad de la auditoría es la existencia de una relación de responsabilidad entre dos o más partes, en el sentido de que existe una obligación de conducta aceptable o actuación debida de una parte hacia otra. Al margen de una delimitación estricta acerca del origen de estas relaciones de responsabilidad y la forma en que se materializan, en nuestro estudio adquiere especial relieve el análisis de la forma en que estas relaciones de responsabilidad son ejercidas por los que ejecutan las actuaciones y cuál es la evaluación por las partes a las que se le debe conducta de actuación específica. Estas relaciones de responsabilidad adquieren especial importancia en el contexto de una sociedad estructurada funcionalmente, donde distintos agentes sociales cumplen diversos papeles y funciones sociales que afectan al resto de los miembros de la sociedad. Por este motivo resulta necesaria una evaluación acerca de cómo se realizan las funciones de manera responsable.

1.2. Las relaciones de responsabilidad en la empresa

Centrando el objeto de nuestro estudio, hemos de atender a la unidad básica de producción en la moderna sociedad industrializada, es decir, la empresa. En ella se puede distinguir de forma nítida una clara disociación entre propiedad y gestión, que afecta a la estructura de organización y gobierno de tales entidades, y permite derivar las relaciones de responsabilidad y las partes que actúan en estas relaciones. En términos generales, podemos señalar que las empresas están dirigidas por determinados individuos, gerentes o agentes, que son contratados por otros individuos, accionistas, propietarios o principales, con el objeto de que dirijan y gestionen las empresas. Para ello estos agentes tienen concedida una capacidad decisoria delegada, mediante la cual custodian los recursos materiales, inmateriales, huma-

nos y financieros de la empresa, con la única limitación de que la coordinación y asignación de tales recursos sea realizada en favor de los intereses de los propietarios de los mismos. De esta forma surge una relación de responsabilidad, conocida en la literatura especializada como relación de agencia (Jensen y Meckling, 1976; Watts y Zimmerman, 1986) en la cual quedan delimitados de forma precisa dos grupos: el de los *principales*, es decir los individuos a quien se le debe comportamiento diligente o conducta aceptable, y el de los que deben este tipo de comportamiento, denominados *agentes*.

Si bien esta relación de agencia delimita la relación de responsabilidad más perceptible en la empresa, las relaciones de responsabilidad que surgen por la actividad económica de las empresas no quedan limitadas a la misma. Las empresas sobreviven y prosperan debido a la contribución de una gran cantidad de individuos y grupos, como proveedores, consumidores, Estado, empleados y acreedores, entre otros, quienes aportan una amplia variedad de recursos a la empresa. Desde esta perspectiva la empresa no es simplemente una relación de agencia, sino una amplia coalición de grupos que pretenden alcanzar sus legítimos intereses a través de la actividad de la empresa, surgiendo de esta forma un amplio conjunto de relaciones de responsabilidades en el seno de las empresas (Gonzalo, 1995; Larriba y Gonzalo, 1996). Así pues, podemos señalar que las relaciones de responsabilidad que surgen en torno a la actividad económica de la empresa, trascienden a las relaciones de agencia y se extienden a un amplio conjunto de individuos.

Delimitadas, a grandes rasgos, las relaciones de responsabilidad que surgen en el seno de la empresa y en torno a ella, resulta necesario articular algún mecanismo para que los distintos grupos a los que se le debe actuación adecuada, tomen conocimiento del grado de cumplimiento de sus expectativas. Es decir, se requiere introducir en el marco de relaciones establecido algún elemento que permita evaluar si las relaciones de responsabilidad han sido cumplidas. Surge entonces la necesidad de que los distintos grupos ante los que los gerentes deben una conducta diligente puedan comprobar la asignación de los recursos realizados por éstos, su honestidad, grado de compromiso hacia los intereses de aquéllos y la responsabilidad de su actuación (Wallace, 1987).

Sobre este particular hemos de señalar la existencia de un factor que condiciona y dificulta el análisis de cómo estas relaciones de responsabilidad son cumplidas. Nos referimos a la inobservabilidad del comportamiento del gerente en sus acciones y decisiones sobre el amplio volumen de recursos delegados, a lo que podríamos agregar el efecto que tienen las decisiones del gerente sobre el bienestar económico para el resto de los individuos afectados por la actividad de la empresa. La

estructura de organización de la actividad económica de las empresas supone la existencia de una distancia física entre los gerentes y los principales. Estos últimos no pueden observar los esfuerzos realizados por el gerente para satisfacer sus intereses. Además existe lo que podríamos denominar distancia intelectual, en el sentido que una adecuada evaluación de la gestión de los gerentes, requiere un conocimiento especializado sobre fenómenos empresariales, que no puede presuponerse que posean los principales en las relaciones de responsabilidad.

Al objeto de que sean reducidas o mitigadas las distancias reseñadas, el gerente viene obligado a divulgar una amplia variedad de información sobre los fenómenos y hechos económicos de la empresa. Ello va a determinar la forma en que los individuos o grupos afectados por la actividad de la empresa toman conocimiento acerca de cómo se han cumplido las relaciones de responsabilidad. Dicha información se constituye en la base racional sobre la cual fundamentan los usuarios un amplio volumen de decisiones económicas.

En lo relativo a la elaboración de la información financiera se produce un hecho que es preciso resaltar. Son los agentes de estas relaciones de responsabilidad quienes tienen el poder y control sobre la confección y divulgación de la información contable, que en definitiva resume consecuencias económicas y financiera de sus propias acciones. Esto determina, al menos de forma aparente, que el sistema de divulgación de información puede carecer de la necesaria objetividad.

Para que la información sea útil a los distintos individuos afectados por la actividad de la empresa, deben ser comunicados todos aquellos aspectos determinantes de la actividad desarrollada por la empresa. Ahora bien, dado el contexto de asimetría informativa, y la posible divergencia de intereses entre agentes y principales en las relaciones de responsabilidad, pueden surgir dudas razonables sobre el grado de fidelidad con el que el gerente refleja los acontecimientos económicos de la empresa. A este respecto hemos de resaltar que existe una prolífica corriente de investigación a través de la cual se infiere que la información contable, dada la existencia de los claros efectos económicos que produce, es utilizada en numerosas ocasiones como medio de producir transferencias de riqueza entre los distintos grupos coaligados en la empresa (Watts y Zimmerman, 1986). Si los gerentes, sujetos que tienen encomendada la labor de creación y divulgación de la información contable, tienen incentivos para utilizar la información contable como medio de obtener rentas económicas o de realizar transferencias de las mismas entre los grupos coaligados, la objetividad del sistema de divulgación de la información contable puede no quedar garantizada por la existencia de estrictas normas contables. Surge entonces la necesidad de articular un medio de control externo sobre la calidad de las revelaciones contables que realiza la empresa.

1.3. La existencia de un contexto de asimetría informativa

La situación que queda configurada, tenidas en cuenta todas las relaciones comentadas, presenta a unos principales afectados por el riesgo de que la información contable que ha de servir de base de evaluación del cumplimiento de las relaciones de responsabilidad no resulte cierta (Wallace, 1987; DeJong y Smith, 1984). Este riesgo es soportado no sólo por los principales sino también por los distintos individuos que toman un amplio volumen de decisiones basadas en la información contable como acreedores, inversores potenciales, empleados, intermediarios financieros, analistas de inversiones, economistas, juristas, autoridades fiscales, autoridades reguladoras, legisladores, prensa financiera, agencias de información, sindicatos e investigadores.

Podemos llegar de esta forma a una situación en la cual existen una serie de factores identificables, pero no necesariamente observables, que desencadenan dudas e incertidumbres en los individuos afectados por el comportamiento de las empresas. Como señala Lee (1993, p. 19) son estas dudas o incertidumbres las que explican la necesidad de que los grupos afectados por la actividad de la empresa cuenten con incentivos para demandar medios de verificar la veracidad de las revelaciones informativas realizadas por la empresa. Es decir, se precisa un sistema que, de alguna forma, actúe como cobertura del riesgo de información. La auditoría tendría como propósito determinar el grado de correspondencia existente entre los fenómenos empresariales que generan incertidumbres en los individuos, es decir, la propia actividad económica de la empresa, y la forma en la que dichos individuos toman conocimiento de la misma: la información contable divulgada por la empresa.

En estas circunstancias de incertidumbre, la auditoría puede concebirse como un medio a través del cual se verifica que las empresas actúan de forma responsable, o en otros términos, la auditoría es un mecanismo de control social de la empresa (Sherer y Kent, 1983, p. 7). Dentro de esta concepción, la auditoría presta un importante servicio a la sociedad para garantizar la efectividad de las relaciones de responsabilidad que surgen en el seno de ésta y, por tanto, aumenta el bienestar de los individuos al convertirse en un elemento básico del sistema de gobierno de las empresas. Lee (1993, p. 28), señala que la auditoría está estrechamente relacionada con la responsabilidad social de la empresa y su objetivo es proporcionar seguridad y estabilidad en las relaciones que tienen lugar en la empresa. Según Flint (1988, pp. 14 y 15), «la auditoría es un fenómeno social. Esta no tiene otro propósito o valor excepto su utilidad práctica. La función ha evolucionado en respuesta a una necesidad percibida en los individuos o grupos de la sociedad que buscan in-

formación o seguridad sobre la conducta o comportamiento de otros, sobre la cual tiene un reconocido y legítimo interés. Esta existe porque los individuos o grupos interesados son incapaces por una o más razones de obtener por sí mismos la información o seguridad que ellos requieren».

No obstante, para que se articule un sistema de control de la actividad de las empresas, no basta con la existencia de relaciones de responsabilidad e incertidumbre, sino también resulta necesario que dicha labor de control sea factible. La demanda de la auditoría se basa pues en la presunción de que la realidad económica de las empresas es observable y puede ser contrastada a través de una función específica de control y revisión de la información contable. Puesto que la información contable refleja y describe fenómenos empíricos, la veracidad de estos fenómenos por recurso a la realidad requiere de una función específica que determine el grado de correspondencia que existe entre información contable y realidad económica (Wolnizer, 1987, p. 87). En este sentido se manifiesta la AAA (1973, p. 2) cuando señala que la auditoría es un proceso a través del cual se obtiene y evalúa evidencia sobre la actividad económica de la empresa, para averiguar el grado de correspondencia entre estas informaciones y los criterios establecidos para su confección, de manera que provea seguridad a los afectados por la actividad económica de las empresas sobre la calidad de los mensajes emitidos por éstas.

Lee (1993) y Sherer y Kent (1983) resumen todo el razonamiento realizado, a través de una cadena de acontecimientos que explican que los individuos afectados por la actividad de la empresa demanden medios de control de ésta. Existe un amplio grupo de individuos que tienen intereses legítimos para analizar cómo la actividad de la empresa afecta a su bienestar. Los medios que estos individuos utilizan para tomar conocimiento de la actividad de la empresa quedan reducidos, en la mayoría de las ocasiones, a la información contable que ésta divulga; la estructura de organización de la empresa genera incertidumbres sobre la calidad de esa información, por lo que se requiere un medio de control externo para verificar la calidad de esta información. La realización de una auditoría por un experto independiente consigue reducir tales dudas e incertidumbres.

Así, podemos concluir que es el riesgo de información que se deriva de la existencia de un contexto de asimetría informativa, el principal incentivo que despierta el interés de los colectivos afectados por la actividad de la empresa para demandar un sistema de control que evalúe la calidad de la información contable.

1.4. Los atributos del servicio de auditoría

Los razonamientos que hemos expuesto hasta ahora resaltan la existencia de un incentivo por parte de la demanda. Necesitamos ahora detenernos a razonar acerca de cuáles son los atributos del servicio que desean los individuos. A este respecto, podemos destacar la existencia de una serie de trabajos de investigación (ver Warming-Rasmussen, 1991; Porter, 1991; Humphrey et al., 1992; Monroe y Woodliff, 1993; García Benau et al., 1993), y de diversos pronunciamientos institucionales (CICA, 1988; ICAS, 1993; APB, 1994; Unión Europea, 1996), que han resaltado cuáles son los atributos que desean que posea la auditoría los colectivos afectados por la actividad de la empresa. De todos estos estudios se deduce que los atributos más representativos son:

- La evaluación del grado de exactitud y fiabilidad que merecen los estados financieros divulgados por una empresa.
- Una evaluación de los riesgos asociados a la continuidad de la actividad de la empresa en el futuro.
- Una evaluación sobre la calidad de la gestión realizada por el gerente.
- Una declaración acerca de que las revelaciones contables realizadas por la empresa están libres de errores y fraudes.
- Una declaración de que la empresa cumple con sus obligaciones legales.

De esta forma queda determinada la existencia de fuertes estímulos para demandar un servicio de control y de unos atributos que lo configuran. Podríamos por tanto suponer que estos incentivos tomarán la forma de una demanda efectiva del servicio de auditoría por los colectivos que soportan el riesgo de información. El libre juego de la oferta y demanda actuaría entonces en la provisión del servicio deseado. Es decir, si estos colectivos demandan un servicio concreto, y están dispuestos a pagar el coste de su producción, y suponiendo que existe una oferta efectiva del mismo, la interrelación voluntaria entre oferentes y demandantes del servicio, conduciría a una asignación eficiente de los recursos, lográndose un óptimo en términos paretianos, esto es, un equilibrio que permitirá llegar a una situación en la que el volumen de auditorías demandadas y la calidad deseada de las mismas se hace coincidente con las ofertadas.

No obstante, según ha puesto de manifiesto la propia experiencia, el razonamiento anterior no ha resultado cierto. Existen contextos como el que se describía en España, antes del establecimiento de la auditoría obligatoria, en los que la demanda voluntaria de auditoría suele ser menor a la considerada necesaria desde el punto de vista del bienestar general. Este motivo justificaría la intervención del Estado mediante la promulgación de normas que obliguen a las empresas a presentar sus cuentas anuales auditadas. Esta cuestión es de enorme importancia para comprender el entramado institucional de la auditoría. La oferta de la misma, es decir, la prestación efectiva del servicio por parte de profesionales expertos, no responde a una demanda directa de los colectivos que se benefician de dicha labor, sino que tiene lugar por una demanda indirecta o regulación. Esto puede afectar a la naturaleza y alcance real de una auditoría, en la medida que los beneficiarios de los servicios de auditoría no contratan al oferente del servicio, es decir, se produce un alejamiento entre los beneficiarios del servicio y los oferentes del mismo, perdiendo aquéllos capacidad de influir en los atributos que debe contener el servicio deseado.

2. LA DEMANDA INDIRECTA DE LA AUDITORIA

2.1. La auditoría como bien público

La regulación de la auditoría se materializa en un requisito legal para que determinadas empresas presenten de manera obligatoria sus estados contables auditados. Tal obligación ha sido justificada por la propia incapacidad del libre mercado para generar los estímulos suficientes para que sea desarrollado un volumen necesario de auditorías, motivo por el cual hablamos de demanda indirecta de la auditoría.

Surge en este punto una serie de interrogantes que desencadenan un proceso de reflexión muy interesante: ¿Por qué no existe una demanda directa de auditoría? ¿Por qué la auditoría no puede ser provista por las libres fuerzas del mercado sin la mediación coercitiva de los poderes públicos? ¿Qué atributos del servicio de auditoría son los que determinan que el Estado actúe con carácter subsidiario para crear una demanda indirecta de auditoría mediante el establecimiento de su obligatoriedad?

Wallace (1987) ha abordado estas cuestiones analizando hasta qué punto la auditoría puede ser considerada como un bien público. Esta autora plantea que, en la medida en que podamos identificar a la auditoría como bien público, será precisa

la mediación del Estado en el mercado, para que exista un nivel de demanda de auditoría suficiente que garantice el bien social para el que está destinada.

Los bienes públicos se definen como aquellos que poseen unas características esenciales: conjunción en la oferta, imposibilidad de aplicar el principio de exclusión y existencia de efectos externos. A fin de poder determinar si puede ser caracterizada la auditoría como un bien de carácter público, debemos detenernos en analizar si la auditoría cumple los principales atributos que exhiben este tipo de bienes.

Un bien se ofrece conjuntamente si una vez que tiene lugar la producción del mismo, éste puede hacerse igualmente disponible para todos los individuos, es decir, los demandantes no rivalizan en el consumo del bien. Sin lugar a dudas la auditoría presenta tal característica, por lo que de ello se infiere que la utilización del servicio de auditoría por un sujeto adicional, no eleva los costes de provisión, y en términos de la economía marginalista, los costes marginales de la utilización de la auditoría por un sujeto adicional son nulos. El principio inspirador del mercado, según el cual la utilidad marginal debe ser igual al coste marginal para obtener un bienestar social materializado en el óptimo de Pareto, no parece que operaría en esta situación particular.

La falta de aplicabilidad del principio de exclusión, supone que el funcionamiento del mercado respecto a los bienes privados alcanza operatividad a través del principio de exclusión. Según éste todo sujeto que no satisfaga el precio de un bien se verá automáticamente excluido de la utilización del mismo. La importancia de tal principio es que obliga a la revelación de las preferencias individuales por los bienes, determinándose a través del mecanismo de los precios, el valor atribuido al mismo. Por el contrario, respecto a los bienes públicos en general, y en nuestro caso particularizado la auditoría, una vez que ha tenido lugar la prestación del servicio, no resulta posible excluir a los interesados de la utilización del juicio experto del profesional aun cuando no pague por su utilización. Con ello cabe la posibilidad de apropiarse de los beneficios que aporta el servicio realizado sin contribuir a su coste. Esto origina que los potenciales beneficiarios de los servicios de auditoría no revelen sus preferencias individuales a través del pago de la misma, pues ello no vendrá acompañado de una sanción que prive a éstos de su utilización. En este sentido, puede tener lugar una infraproducción de los servicios de auditoría, invalidando de esta forma al mercado como mecanismo de provisión eficiente, dado que aquellos que han realizado el pago de la auditoría no se apropiarán de todos los beneficios de la utilización de la misma.

Para entender este argumento, hemos de resaltar que la auditoría produce externalidades. La noción de externalidad significa que una alteración de la producción de un determinado bien afectará a la función de utilidad de otros bienes. Esto significa que el mero hecho de que un determinado bien sea producido, puede alterar la utilidad de otro bien.

Centrándonos en la auditoría, los beneficios que su utilización genera no son apropiados exclusivamente por los sujetos que directamente demandan la misma, sino que muchos beneficios quedan diluidos en el conjunto de la sociedad. En efecto, si argumentamos que la información auditada persigue la racionalización de los procesos decisorios, es indudable que el comportamiento razonado del decisor lleva a una racionalización de la actividad económica, de la cual se verán beneficiados todos los agentes económicos gracias al gasto realizado por el demandante directo de la auditoría. Por otro lado los beneficios que se diluyen entre la sociedad mediante la función auditora, en forma de información contable fiable, no estimulan la demanda privada de auditoría.

En consecuencia, si la provisión de auditoría se realizara a través del mercado, podría existir un déficit productivo, puesto que sólo se produciría en función de las señales emitidas por los individuos que se benefician directamente de ésta, dado que las utilidades indirectas, al no ser apropiadas a través de los precios, no constituirían un origen para la producción. En suma, si los precios de mercado no recogen exhaustivamente las utilidades y los costes que ocasionan la prestación del servicio de auditoría, resultaría una producción por debajo de las preferencias de la sociedad.

Por todos estos argumentos, si no existe una acción colectiva mediante la regulación, no existirán incentivos suficientes para la demanda de auditoría y se originará una infraproducción de ésta respecto al volumen necesario para permitir una asignación óptima de los recursos. La acción individual no puede incorporar las acciones de terceros y, por tanto, éstos no participan en la decisión de demandarlo y de pagar su coste de producción. En este contexto, el sistema de precios no puede constituirse en un mecanismo para compensar las externalidades positivas que se deducen de la prestación del servicio de auditoría. En este sentido, puede argumentarse que la ausencia de provisión de la auditoría por las libres fuerzas del mercado, o su provisión por debajo de las preferencias de la sociedad, pone de manifiesto la incapacidad de los agentes de mercado para actuar colectivamente. Si la estructura institucional de mercado no provee un sistema de elección colectiva, no puede esperarse una producción del nivel de auditorías considerados necesarios, surgiendo por consiguiente la necesidad de articular un mecanismo de regula-

ción para la provisión de la misma. La teoría del interés público sostiene precisamente que la regulación tiene su fundamento en respuesta a la demanda del público para la corrección de ineficiencias del mercado (Stigler, 1971; Posner, 1974).

Los mecanismos de regulación, como ya señalábamos con anterioridad, toman la forma, y así se demuestra en la realidad de numerosos países, entre ellos España, de leyes en las que se determina la obligación de las empresas de presentar sus estados financieros auditados, así como una precisa regulación de los objetivos de la auditoría, los requisitos que deben cumplir los profesionales habilitados para desarrollarla, y la forma en la que deben actuar estos profesionales. Todos estos aspectos configuran lo que podríamos denominar atributos legales de la auditoría. Sin embargo, estos atributos puede que no se correspondan con los deseados por los beneficiarios del servicio, con lo que la estructura institucional de la auditoría estaría produciendo un nuevo alejamiento entre los deseos los beneficiarios y la definición legal del servicio.

3. LOS INCENTIVOS DE LA OFERTA DE AUDITORIA

3.1. La organización de las profesiones

Una vez que hemos delimitado en el epígrafe anterior la existencia de una condición necesaria para que la auditoría aparezca como una función efectiva, hemos de resaltar la necesidad de que exista un cuerpo de especialistas capaz de ofertar dicho servicio. Deben aparecer unos oferentes; en nuestro caso particular, la profesión auditora.

Respecto a los oferentes de los servicios de auditoría, existen igualmente aspectos particulares que afectan a la estructura institucional en la que tiene lugar la prestación del servicio. En primer lugar, debe existir una serie de incentivos para que surja la oferta de la auditoría dado el interés público de la misma. Estos incentivos se resumen en que el grupo ocupacional que debe producir el servicio de auditoría pueda organizarse formalmente adoptando el carácter de una *profesión* con las connotaciones que ello conlleva.

Los estudiosos de la sociología de las profesiones han intentado dar explicaciones coherentes de por qué surgen las profesiones y sobre la forma de organización institucional de las actividades ocupacionales consideradas como profesiones. En este sentido, se ha argumentado que el nacimiento de las profesiones es una expresión de la propia estratificación social y de los cambios de la misma sociedad. Así puede apreciarse que la amplia mayoría de los

teóricos de la sociología de las profesiones (Klegon, 1978; Johnson, 1972) resaltan que éstas, tal y como las conocemos actualmente, nacieron con la revolución industrial.

En efecto, las características principales de las sociedades industrializadas que debemos destacar a nuestros efectos, serían la división del trabajo y la diferenciación y especialización de ocupaciones que en la misma se requiere, lo cual explica que resulte necesario un nuevo orden social. De esta forma las profesiones liberales nacieron para hacer frente a los imperativos funcionales de las sociedades industrializadas, por lo que su desarrollo se considera necesario para alcanzar el orden y equilibrio en dichas sociedades al cumplir la significativa función social de la cohesión al promover una ética social superior (Parsons, 1954; Durkheim, 1957). Aunque este razonamiento explica el nacimiento de la diferenciación de actividades ocupacionales, no aclara un fenómeno a todas luces observable, nos referimos a que no todas las actividades ocupacionales se profesionalizan.

Toda sociedad debe de distribuir a sus miembros en posiciones sociales concretas, y articular mecanismos adecuados para inducir a estos individuos a cumplir con los deberes que conllevan estas posiciones. Esto implica dos aspectos importantes. Por una lado, la sociedad debe crear incentivos para que los individuos deseen ocupar ciertas posiciones sociales consideradas importantes. Por otra parte, una vez que estas posiciones son ocupadas, los individuos deben contar con incentivos para cumplir con las obligaciones que se derivan de sus posiciones sociales.

3.2. Los privilegios de la profesión

Puesto que la labor que han de cumplir las profesiones liberales, entre ellas la profesión auditora, se consideran de gran relieve para la sociedad, y requieren de un talento y una capacitación intelectual fuerte y costosa de adquirir, debe otorgársele una serie de privilegios en consonancia con la responsabilidad y valor social que su actividad adquiere. Es decir, toda sociedad debe diferenciar a sus miembros en términos de privilegios, y puesto que las profesiones liberales cumplen con funciones relevantes para la sociedad, deben disfrutar de cierta cantidad de desigualdad institucionalizada frente a otras actividades ocupacionales de menor relieve social.

Por ello la sociedad garantiza a las profesiones la obtención de una serie de privilegios económicos y sociales, entre los que destaca de forma especial el derecho a la autorregulación, esto es, su capacidad para controlar los términos en los que se desarrolla su actividad ocupacional. De esta forma se garantiza

que la profesión mantenga su carácter funcional, es decir, la aplicación honesta y no explotadora de un complejo cuerpo de conocimiento para resolver las necesidades funcionales de la sociedad. Así, los privilegios profesionales quedan estrechamente vinculados a las necesidades sociales, y materializados en una especie de contrato implícito sancionado por la sociedad. Esto puede apreciarse en la afirmación de Kullberg (1985) según la cual el propósito de una empresa debe estar regido por alcanzar un estado deseado de beneficios, y sólo de forma accidental generar un servicio. Por el contrario, el objetivo de la profesión deberá ser la generación de un necesario servicio, y sólo de forma accidental conseguir beneficios.

El hecho de que sólo determinadas actividades ocupacionales se conviertan en profesiones depende del valor social de la misma, aspecto éste que suele quedar vinculado a la existencia de una serie de atributos o rasgos diferenciadores. Sobre este particular, Greenwood (1957) distinguió los siguientes rasgos: prolongado proceso de formación para alcanzar la competencia profesional; acreditación de la competencia profesional a través de mecanismos de licencias privativos; existencia de mecanismos sancionadores desarrollados por la propia profesión; determinación de códigos deontológicos de conducta profesional; cultura profesional y vocación de servicio al interés público.

Por lo que se refiere a la profesión auditora, el carácter relevante que adquiere ésta para los miembros de la sociedad, derivaría de la posesión por parte de ésta de una serie de rasgos ideales y distintivos, tales como un cuerpo de conocimiento abstracto y un fuerte compromiso hacia el servicio. Estos aspectos contribuyen al mantenimiento funcional y eficiente de las modernas sociedades y justifican que la profesión auditora sea merecedora del privilegio que supone controlar los términos en los que se desarrolla su actividad. Esto significa que la profesión tiene capacidad para controlar, entre otros aspectos, el acceso al ejercicio de la actividad ocupacional, las normas de lo que se concibe como un comportamiento aceptable y el poder para forzar el cumplimiento de dichas normas a través de procedimientos sancionadores.

Todos estos aspectos ponen de manifiesto que es la propia profesión, dentro del marco legal establecido, la que cuenta con capacidad para determinar los atributos del servicio ofertado, lo que determina un hecho clave dentro de los esquemas de lo que constituye nuestro análisis sobre las características del contexto en el que se demanda y se oferta el servicio de auditoría: *los beneficiarios del servicio de auditoría no tienen excesiva capacidad para influir en los atributos del servicio que reciben.*

Planteado en estos términos, la relación que liga a la profesión auditora y a la sociedad puede tomar la forma de un contrato implícito en el que quedan precisadas las obligaciones y derechos de ambas partes contratantes. Respecto a las responsabilidades de la profesión auditora frente a la sociedad, podrían quedar precisadas en que ésta deberá actuar con cierto grado de responsabilidad, prudencia e interés por el bienestar público, así como manifestar un compromiso hacia el servicio que exceda los intereses para obtener ganancias privadas de grupo. En referencia a los derechos, la sociedad debe legitimar la existencia de la misma y las condiciones institucionales sobre las que desarrollar su servicio profesional.

3.3. La defensa del interés público

El carácter funcional de la profesión auditora ha venido argumentándose en que ésta persigue en todo momento el interés público. Sikka et al. (1989, p. 48), en la línea apuntada, conciben que el poder que se deriva de la autorregulación y los privilegios alcanzados por obtener un reconocido status profesional, quedan justificados bajo la condición de que la profesión actúe como verdadero *guardián del interés público*. Como señalan Túa y Gonzalo (1987, p. 449) «La responsabilidad social del auditor tiene que ver con el bienestar social y con el correcto funcionamiento de las instituciones que operan en la sociedad, para conseguir el mayor grado de eficiencia en el manejo de los recursos con que cuenta e, incluso, a veces, con su estabilidad». Por todo ello puede hablarse de la responsabilidad de la profesión auditora en relación con el público en general, y no consiste únicamente en satisfacer las necesidades de un cliente concreto o de quien lo emplea laboralmente (IFAC, 1992, párrafo 10). No obstante, Willmott et al. (1993, p. 72) señalan que, puesto que el concepto de interés público queda definido en términos excesivamente vagos, tales como aplicación de un conocimiento privativo y comportamiento honesto, existe un gran alcance para «negociar» tanto el significado que cabe otorgarle al mismo, como el análisis del cumplimiento de éste por la profesión.

Desde el planteamiento de esta última tesis, el concepto de interés público no adquiere sentido absoluto, pudiendo el mismo estar sujeto no sólo a distintas percepciones sobre su significado, sino también que el mismo adquiere una naturaleza cambiante respecto a las demandas de la sociedad. Considerar que la profesión auditora asuma el interés público como principio que otorgue legitimidad a su existencia y a las condiciones en las que desarrolla su actividad, va a suponer una presión constante sobre las responsabilidades que aquélla debe satisfacer. De ello se deduce que el concepto en sí mismo debe, por su propia naturaleza, quedar sometido a una continua negociación. Es la naturaleza cambiante del concepto de inte-

rés público lo que explica la posibilidad de que existan determinadas expectativas defraudadas que no han sido analizadas y de forma interna, por la profesión auditora dentro de dicho concepto.

4. EL DESEQUILIBRIO ENTRE LA DEMANDA Y LA OFERTA DE AUDITORIA

4.1. Desequilibrio cualitativo entre la oferta y la demanda de auditoría

Los razonamientos que hemos planteado en los apartados anteriores han sometido a estudio los incentivos para la demanda de la auditoría y los incentivos para que se organice la oferta efectiva de la misma. Dado que ambas variables vienen justificadas en términos de satisfacer el interés general, podríamos suponer que existe una alta posibilidad de que se produzca un equilibrio en dicho mercado, de tal forma que los atributos deseados del servicio se verán correspondidos en la prestación del servicio.

No obstante, en los últimos tiempos ha adquirido cierta resonancia la afirmación de que en el mercado de auditoría se vive un conflicto. De esta afirmación se han hecho eco autores españoles (véase García Benau, 1994; Gonzalo, 1995; y Larriba y Gonzalo, 1996). Estos trabajos resaltan que existe una falta de adecuación entre las necesidades que, respecto a los atributos deseados en una auditoría, tienen los distintos colectivos afectados por la actividad de la empresa, y el servicio que ofrecen los profesionales de la auditoría, fenómeno éste que ha dado en llamarse brecha o gap de expectativas.

Este fenómeno ha merecido un importante caudal de aportaciones doctrinales al objeto de comprender las causas de su aparición, los aspectos que le dan contenido y las soluciones que se aportan para su solución. Sin embargo, no ha sido frecuente explicar el problema de las expectativas defraudadas en términos de una manifestación de ciertas ineficiencias en la operativa del mercado. Estas ineficiencias en gran medida pueden quedar explicadas por el entorno institucional en el que se produce el cruce de la oferta y demanda del servicio. Como han señalado Byington y Sutton (1991, p. 351) en el mercado de auditoría, oferentes y demandantes están interrelacionados en una forma que resulta disfuncional respecto a la teoría tradicional de mercados.

En efecto, como hemos visto a lo largo de las páginas anteriores, en el entorno de la auditoría interactúan cuatro grandes grupos con intereses en la auditoría con una capacidad diferente de incidencia sobre los atributos del servicio. Por una par-

te se encuentran los *organismos reguladores* que determinan la obligación de las empresas para presentar sus estados financieros auditados y que realizan una definición amplia y, muchas veces, abstracta del significado, naturaleza y alcance de una auditoría; por otro lado se encuentra la *empresa* sobre la cual realizan su trabajo los auditores, quienes se articulan en términos de grupo como *profesión*. En el trasfondo aparecen los beneficiarios o *usuarios* del servicio realizado.

El problema surgirá cuando todos estos grupos que interactúan en el entorno institucional de la auditoría no ven trasladados sus atributos deseados sobre el servicio realizado, lo que depende básicamente de la capacidad que tiene cada uno de ellos para influir sobre la oferta. Larriba y Gonzalo (1996, pp. 17 y 18) describen este problema en los siguientes términos: «En la relación de los auditores con sus clientes se produce una curiosa situación. Los auditores, como profesionales liberales independientes, son contratados por las entidades que, teniendo que someter sus cuentas a auditoría, les pagan, soportan los inconvenientes de su actuación y, encima, pueden llegar a verse criticados por ellos. Aquí, en esta relación, no se cumplen las reglas al uso en el comercio de quien paga exige el servicio a su conveniencia, o de que el cliente siempre tiene razón. Tal como está configurada la auditoría es un servicio público con trascendencia social, soportado individualmente por las entidades privadas obligadas a auditarse, las cuales no son las destinatarias únicas, ni siquiera las principales, del informe de auditoría.»

Esta afirmación resulta válida en términos generales. La organización institucional en la que se relacionan las partes comprometidas en la auditoría, puede generar un problema importante, y es que es la empresa auditada, que en definitiva es la que contrata al auditor, también define sus honorarios y, bajo determinados supuestos, tiene la capacidad para rescindir la señalada relación contractual.

Sobre este particular Neu (1991) realiza una valiosa aportación al señalar que el auditor mantiene una relación directa, personalizada y estrecha con los demandantes directos (la empresa auditada), mientras que por el contrario su relación es menos estrecha con los beneficiarios de sus servicios, con los que apenas mantiene comunicación alguna. De esta forma puede intuirse que el auditor puede mantener ciertos intereses para que su trabajo cualificado y experto responda a las expectativas de quien lo contrata, y no a las de quien en última instancia resulta beneficiario de su servicio. A este respecto, Zeff (1987) ha resaltado que la profesión parece en los últimos años concebir su actividad como un mero negocio mercantil y no como la prestación de un servicio a la sociedad, alterando pues las prioridades de la auditoría. Tal como resalta el citado autor ello se debe al grado de competencia que se vive en el mercado de auditoría, lo cual está en numerosas ocasiones obli-

gando a la profesión a actuar con afinidad a los intereses de aquellos que tienen la potestad para contratarlos, debido al riesgo inherente de pérdida de clientes si no son cumplidas sus expectativas sobre el servicio. El comportamiento de la profesión parece orientado más hacia el objetivo del crecimiento económico, el refuerzo de sus ingresos y la expansión de la base de clientes, pareciendo, de esta forma, esquivar su papel de escépticos guardianes del interés público y cambiarlo por el más lucrativo de consultores y confidentes de las empresas.

4.2. La necesidad de conocer la estructura y funcionamiento del mercado de auditoría

Todo el argumento anterior nos lleva a la consideración que el problema de expectativas divergentes puede ser de índole económica, y que podría quedar explicado porque los atributos deseados por los que contratan a los auditores no resultan similares a aquellos que desean los beneficiarios últimos de la auditoría. Ello nos hace considerar que el análisis de cómo se realizan los procesos de elección de los auditores y la propia dinámica de la competencia entre los auditores en el mercado de auditoría, puede convertirse en un valioso conocimiento para comprender la raíz del problema del conflicto de auditoría.

El problema de la diferencia de expectativas ante la auditoría ha sido estudiado hasta ahora utilizando distintos enfoques. Entre ellos predominan los de corte crítico, sustentados en planteamientos fundamentalmente sociológicos, y los de tipo empírico, cuyo objetivo principal ha sido contrastar la existencia de dicha diferencia y determinar los factores que la explican. Una buena parte de la relevancia de estos estudios empíricos reside en que han ofrecido la posibilidad de conocer los atributos cualitativos que los usuarios esperan obtener de la auditoría. Desde este punto de vista, la literatura especializada permite conocer cómo funcionaría la demanda directa de servicios de auditoría si realmente los usuarios pudieran elegir al auditor. Sin embargo, como hemos argumentado, la demanda de auditoría en la práctica funciona de modo indirecto. Situado en el contexto de la unificación de servicios de auditoría en Europa, el problema de las expectativas y la naturaleza de los mercados de auditoría presentan una relación muy estrecha.

El Libro Verde no ha dudado en calificar a las expectativas defraudadas como el factor que puede dificultar, de modo más decisivo, la conformación del libre mercado en Europa. Desde su punto de vista deben ser atendidas las expectativas de los usuarios siempre que sean razonables. El término *razonable* es definido por este documento como todo aquello por lo que alguien está dispuesto a pagar y al-

güen dispuesto a ofrecer. No cabe la menor duda de la naturaleza económica del planteamiento que subyace en esta definición, y concretamente de que se trata de un enfoque de mercado. Así pues, la diferencia de expectativas es interpretada por la Unión Europea en términos de un desencuentro entre oferta y demanda, lo que abre claramente la vía para estudiar este problema desde una perspectiva de mercado.

Ello determina el planteamiento global del resto de este trabajo de investigación. Conocemos las preferencias de los usuarios de la auditoría a través de los estudios empíricos del gap de expectativas. Ahora es preciso analizar si los atributos por los que las empresas, es decir la demanda indirecta de auditoría, eligen a un determinado auditor, coinciden con los que desean los usuarios. Caso de verificarse discrepancias quedaría argumentada la existencia de dos funciones de demanda de auditoría distintas. Por otro lado, si se analizan las estrategias de los auditores para ofrecer sus servicios, se puede discernir hasta qué punto los atributos cualitativos de la oferta se ajustan más a la demanda de las empresas auditadas o de los usuarios, o bien, en caso de producirse discrepancias por qué se producen.

En definitiva, los planteamientos del Libro Verde, abren la posibilidad de analizar, desde un planteamiento de mercado, el problema de las expectativas y las dificultades con que pueden encontrarse el proceso de liberalización de los servicios de auditoría en Europa. La aportación de este trabajo de investigación al respecto, a lo largo de los capítulos que siguen, reside en determinar las características de la oferta y de la demanda indirecta de servicios de auditoría en España, es decir de los auditores y de las empresas auditadas en nuestro país.

CAPITULO 2

LA INVESTIGACION INTERNACIONAL SOBRE LA PRESTACION DE SERVICIOS DE AUDITORIA

En este capítulo se efectúa un análisis de la adecuación de las hipótesis en que se sustenta el paradigma estructuralista a los servicios de auditoría

I. EL ESTUDIO DE LOS SERVICIOS DE AUDITORIA DENTRO DE LA INVESTIGACION CONTABLE

I.1. La importancia de la investigación sobre el mercado de auditoría

Durante las dos últimas décadas ha podido apreciarse un gran interés en la literatura contable internacional, por el análisis de la composición del mercado en el que los auditores prestan sus servicios, su estructura de funcionamiento y el tipo de competencia existente. Nuestro deseo es llevar a cabo un estudio de esa naturaleza para el caso español, por ese motivo consideramos necesario hacer una revisión de los planteamientos que los distintos autores han realizado sobre las características de los mercados de auditoría. Ello nos permitirá fundamentar adecuadamente la metodología que hemos aplicado al caso español.

En primer lugar es necesario precisar algunos conceptos y variables, ya que con ello se facilita la comprensión del razonamiento que vamos a realizar a continuación.

Un primer análisis del grado de competencia existente en los mercados de auditoría, podría llevarnos a la conclusión (errónea, como veremos posteriormente) de que dicho mercado aparece estructurado como un mercado de competencia

perfecta. Esta primera aproximación teórica al tema, estaría basada en un razonamiento lógico y en las variables fundamentales utilizadas en los estudios de mercado: el número de oferentes del servicio y las características del producto ofertado. Es decir, dado que existe un número elevado de empresas en el mercado (tanto firmas de auditoría como habilitados individuales) y éste ofrece un producto homogéneo (dada la estricta regulación existente sobre cómo ha de realizarse la auditoría), parece bastante probable que el mercado funcione bajo las hipótesis de competencia perfecta. Este planteamiento supone que, en estos casos, el demandante del servicio, o sea la empresa auditada, mantendría cierta indiferencia ante la elección del auditor.

Cuando se cumplen las condiciones de competencia perfecta, ninguna empresa es capaz de incidir sobre el precio del servicio y sobre la calidad ofertada. Las razones económicas que apoyan este modelo de competencia sostienen que ningún agente que actúa en el mercado cuenta con capacidad para imponer condiciones a las libres fuerzas del mercado. Es el propio mecanismo de oferta y demanda, el que permite una eficaz asignación de recursos y una plena satisfacción de los demandantes del servicio.

No obstante, a medida que se profundiza en el estudio de los mercados, la evidencia empírica o, si se quiere, la observación imparcial de la realidad de funcionamiento de los mercados, nos lleva a la conclusión de que aquellas situaciones sobre las que se ha creado la teoría de funcionamiento de los mercados (competencia perfecta y monopolio) resultan, en la práctica, bastante infrecuentes. Los mercados funcionan usualmente con cierto grado de imperfección, por lo que resulta complejo comprender el funcionamiento de un mercado concreto en referencia a los modelos ideales diseñados.

Lo anterior nos lleva a una idea importante, y es que para conocer la naturaleza de la competencia de un mercado no es suficiente con someter a estudio el número de oferentes y la naturaleza intrínseca del producto. Se hace necesario utilizar otras variables que aporten un amplio contenido informativo, tales como, la elasticidad de la demanda, las barreras de entrada y la concentración. El estudio de estas variables será el que ponga de manifiesto que las situaciones intermedias entre competencia perfecta y monopolio son muy frecuentes. Todo ello nos lleva a resaltar que el modelo «usual» de competencia que existe en el mercado, es aquel que funciona con cierto grado de imperfección, o lo que es lo mismo, aquel en el que no todos los oferentes que actúan en el mercado cuentan con similar grado de control sobre las transacciones que se realizan.

1.2. El paradigma estructuralista

Los estudios que analizan el comportamiento de un mercado particular, insisten en la gran dificultad que supone llevar a cabo investigaciones de esta naturaleza, debido al importante número de variables y factores que inciden sobre el comportamiento de las empresas que operan en el mercado. Ello ha propiciado que la teoría económica de mercados, concretamente la rama de economía industrial, haya establecido un marco analítico conocido como *paradigma estructuralista o estructura-conducta-resultado*, que permite ofrecernos una aproximación a dichos mercados.

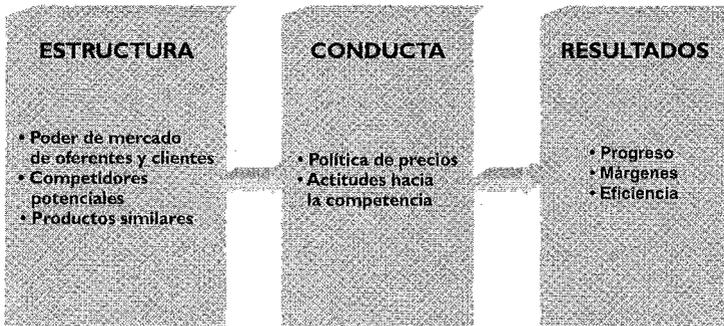
El principal argumento de este paradigma, ampliamente aceptado en los estudios de economía industrial, es que el tipo de estructura del mercado va a condicionar, en gran medida, el comportamiento de las empresas que compiten en él y por tanto, la eficiencia en la asignación de recursos (véase, entre otros, Bueno y Morcillo, 1993).

Este tipo de análisis se fundamenta, pues, en el análisis de las relaciones existentes entre la estructura, la conducta y los resultados. Se considera que los resultados del mercado, mercado eficiente o ineficiente, van a depender del tipo de competencia existente en el mismo (perfecta, imperfecta, oligopolio, monopolio, etcétera), aspectos éstos que están estrechamente relacionados con variables vinculadas con la estructura del mercado, entre las que adquiere un relieve especial el nivel de concentración del mismo.

Como puede observarse, tanto en el gráfico 2.1 como en los comentarios anteriores, el éxito de una empresa, según el razonamiento esgrimido en el paradigma estructuralista, está condicionado por las características de la industria y por el comportamiento de las empresas que operan en ella. La *estructura*, es decir, la intensidad de la competencia existente en la industria, resulta de esta forma, muy relevante de cara a una adecuada interpretación de la concentración existente. Según Porter (1985), la intensidad de la competencia viene explicada por cinco factores: el poder de los oferentes, el poder de los clientes, los competidores potenciales, los productos similares y la capacidad de la industria para guiar la competencia. Estos factores delimitan la *conducta* de las empresas que operan en la industria, a través de su política de precios y su actitud hacia la competencia (puede consultarse Schmalensee, 1989). Todo ello, conducirá a lo que entra de lleno en el *resultado*, a través del que se analiza la eficiencia del mercado.

GRAFICO 2.1

El paradigma estructura-conducta-resultados



1.3. La relación entre el poder de mercado y la concentración

La complejidad del funcionamiento real del mercado ha llevado a que se establezcan una serie de variables que resuman la naturaleza competitiva de un mercado, permitiendo su contrastación empírica, y posibilitando la calificación de la naturaleza de la competencia que tiene lugar en un mercado particular.

Sin duda, una de las variables con mayor contenido informativo sobre la naturaleza de la competencia en un mercado, es el concepto de *poder de mercado*. El poder de mercado ofrece información sobre el grado de imperfección de un mercado. Para comprender con integridad la importancia que adquiere el concepto de poder de mercado, como elemento fundamental para identificar la estructura del mercado de auditoría, conviene dedicar algunas líneas a su delimitación conceptual, y a la determinación de las medidas que permiten observar la existencia del mismo.

El poder de mercado ha venido siendo considerado como la capacidad con la que cuentan determinadas empresas para imponer condiciones al mercado, mediante una disminución del grado de competencia en el mismo, sin que ello suponga incrementar la eficiencia de la asignación de recursos del mismo. Estas condiciones impuestas por determinadas empresas, se traducen en precios y calidades del servicio que se alejan de las ideales propuestas por el modelo de competencia perfecta, lo que originará una disminución en la eficiencia de la asignación de los recursos en los mercados. En este sentido, en un mercado de naturaleza competitiva las empresas activas en el mismo carecen de tal poder.

El concepto de poder de mercado adquiere ciertas connotaciones negativas. Si una empresa tiene capacidad para actuar sobre los principales términos de la transacción (precio y calidad) puede elevar los precios por encima de niveles competitivos o, incluso, a niveles superiores al coste marginal de la empresa, y también puede disminuir la calidad ofertada, sin que estos aspectos supongan pérdida de clientes por las empresas que cuentan con poder de mercado.

Respecto a la medida del poder de mercado, hemos de resaltar que esta variable resulta inobservable dado que en la mayoría de los casos no puede observarse el comportamiento directo de las empresas en el mercado y cómo éstas influyen en las transacciones. Por esta razón, para medir la existencia de poder de mercado suelen utilizarse una serie de variables como indicadores de su existencia. La doctrina económica ha llegado a un cierto consenso, al considerar que en aquellos mercados donde puede percibirse una alta concentración de la actividad del mismo en pocas empresas, las empresas con mayor actividad pueden disfrutar de poder de mercado. En este sentido, el poder de mercado ha sido asociado a la dimensión en el mercado de las empresas. La hipótesis sobre la que se apoya este razonamiento es que, aun cuando el mercado esté compuesto por numerosas empresas, si existe una clara diferenciación en el tamaño de éstas, las firmas más grandes pueden ser capaces de ejercer una considerable influencia sobre el mercado en su conjunto.

En términos particulares, y centrándonos en el mundo de la auditoría, la transposición de las ideas anteriores supone considerar que las firmas de auditoría que absorben mayor cantidad de la actividad del mercado pueden ser capaces, a través de una acción conjunta, de asegurar que ninguno de sus rivales de menor dimensión crezca lo suficiente como para amenazar su propia situación.

No obstante, es necesario resaltar que la relación entre poder de mercado y dimensión de la empresa no es, en todos los casos, unívoca y tajante. Para asegurar que tal relación existe, es precisa la contrastación empírica, puesto que puede existir una competencia muy vigorosa entre las grandes empresas establecidas en el mercado, o bien la competencia potencial puede actuar como mecanismo efectivo para crear cierta disciplina en el mercado (Bueno y Morcillo, 1993, p. 102). En estos casos, no se cumpliría el razonamiento anterior.

Sin embargo, y dado que en términos generales resulta válida la relación entre tamaño de las empresas activas en el mercado y poder económico de éstas, parece claro que para determinar la existencia de dicho poder, hemos de analizar la distribución por tamaño de las empresas en el mercado, y analizar en qué medida se

producen desigualdades apreciables entre el tamaño de las empresas de un mercado. Para ello, será necesario contar con estadísticas que pongan de manifiesto el volumen de actividad de un mercado y cómo éste queda distribuido entre las distintas firmas que actúan en el mismo.

1.4. El poder de mercado en la prestación de servicios de auditoría

Para poder fundamentar el método a través del cual analizar la estructura del mercado de servicios de auditoría, hemos de profundizar en el conocimiento del concepto de poder de mercado. Tal y como hemos indicado en el epígrafe anterior, éste constituye uno de los principales elementos que dan contenido al modelo de competencia imperfecta, y a su vez resulta irrelevante en un modelo de competencia perfecta al carecer de sentido en el mismo.

La dificultad principal de este concepto, y de su transposición al mercado de auditoría, consiste en poder contar con medidas objetivas que puedan contrastarse empíricamente, debido a que se trata de una variable difícil de caracterizar y sobre la que inciden múltiples relaciones. No obstante, utilizando los postulados de la teoría industrial, el poder en el mercado de auditoría estaría estrechamente relacionado con la distribución de la actividad total del mercado entre las distintas firmas de auditoría activas en el mismo. Esta afirmación supone admitir que existe una importante relación entre el poder de mercado y el grado de concentración que se produce en el mercado de los servicios de auditoría.

Basándonos en la hipótesis anterior y en los estudios sobre el funcionamiento de los mercados, podemos afirmar que si una o varias empresas controlan una cuota de mercado suficientemente importante, pueden llegar a establecer ciertas pautas de conducta de dicho mercado, consiguiendo manipular a los demás agentes del mismo y alterando, por tanto, la competencia.

En nuestra opinión, el gran interés que el concepto poder de mercado tiene en estudios sobre las estructuras de los mercados de auditoría puede sintetizarse en dos razones fundamentales. En primer lugar porque permite caracterizar el factor estructural más importante de este mercado, de forma que resulta un importante indicador de la estructura de los servicios de auditoría. La segunda razón se debe a que es un índice que encierra un gran contenido informativo, al producirse una relación entre concentración de los servicios de auditoría y el tipo de competencia existente. Es decir, cuanto mayor sea la concentración (o sea, mientras mayor sea el porcentaje de actividad controlado por un número reducido de empresas), ma-

yor será el grado de alejamiento del mercado de la estructura teórica de competencia perfecta, adquiriendo un especial relieve el análisis de aspectos como acuerdos colusivos entre las empresas líderes, diferenciación de productos, ventajas relativas en costes o economías de escala.

Todo ello nos lleva a plantear que el tamaño de las empresas auditoras puede convertirse en una variable que posibilite una ventaja competitiva, es decir, el disfrute de una importante cuota del mercado de auditoría. Indudablemente el tamaño, en sí mismo, no posibilita obtener estas ventajas competitivas, sino que éstas se producen por la existencia de algunos aspectos, ciertamente relacionados con el tamaño, que explican que las grandes firmas resulten más competitivas. En este sentido, nuestro objetivo es someter a estudio cuáles son estos factores, así como el estudio de si los mismos operan en el mercado de auditoría español.

Sobre este particular, la literatura ha venido señalando que toda empresa puede gozar de dos tipos de ventajas en el mercado. Estas pueden venir explicadas, bien por el lado de la oferta o bien por el lado de la demanda. Si nos referimos, en primer lugar, a las ventajas que pueden venir explicadas por el lado de la oferta del servicio, las empresas pueden disfrutar de una buena posición en el mercado a través de una estrategia de liderazgo en costes, lo que se traduce en la oferta del servicio a un coste más bajo que el de los competidores. La relación existente entre tamaño empresarial y estrategia de liderazgo en costes viene explicada por la existencia de economías de escala, siendo nuestra intención analizar en qué medida el mercado de auditoría permite el disfrute de tales economías.

La segunda estrategia que pueden explotar las empresas para alcanzar una situación ventajosa en el mercado, explicada ahora por el lado de la demanda, se deriva de la diferenciación del servicio en el mercado, lo cual supone en el contexto de nuestro estudio plantear la posible existencia de una imperfección en el mercado. Tal imperfección se produciría en la medida que los servicios ofertados por distintas firmas o profesionales pueden no ser considerados como sustitutivos perfectos. En principio el servicio de auditoría puede ser concebido como un «producto» de una alta estandarización y con unas precisiones reguladoras muy exigentes sobre la forma en la que ha de formarse y emitirse el juicio independiente del profesional de la auditoría. En estos términos parece difícil la explotación de una estrategia de diferenciación por parte de las firmas de auditoría; ello requeriría la existencia de un grado de receptividad diferente hacia los servicios ofertados por determinadas empresas, es decir, que los demandantes del servicio de auditoría percibiesen calidades diferentes en función de los distintos oferentes.

En resumen, nuestro trabajo tiene como idea central analizar en este capítulo la estructura del mercado de auditoría español. Los capítulos siguientes se centrarán en conocer los determinantes de la actual estructura del mercado de auditoría, prestando especial atención a la conducta estratégica de las firmas líderes del mercado y a las razones que llevan a las empresas auditadas a elegir un determinado auditor.

2. ESTUDIOS PREVIOS EN LA LITERATURA INTERNACIONAL SOBRE EL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA

2.1. Los planteamientos esgrimidos en la literatura internacional

Aunque en España no se han llevado estudios sobre el funcionamiento del mercado de servicios de auditoría, queremos señalar que sí existen trabajos sobre esta cuestión en otros países. En este epígrafe nos referirnos a ellos para situar los antecedentes de los que se ha hecho eco la literatura internacional.

A lo largo de aproximadamente tres décadas, han ido publicándose estudios sobre el nivel de concentración del mercado de auditoría en distintos países. El objetivo central de estos trabajos es analizar el grado de competitividad y eficacia del funcionamiento del mercado, así como la posición relativa de la que disfrutaban los auditores en el mismo. Las autoridades reguladoras han mostrado un alto interés por los resultados arrojados por dichos trabajos, dado que la estructura del mercado, y en particular el nivel de concentración, tiene una importancia vital en el proceso de asignación de recursos y en el grado de satisfacción de las necesidades de los usuarios de los servicios de auditoría. Ello explica que hayan aparecido críticas importantes tras la presentación y análisis de las conclusiones que se infieren de los estudios empíricos, en los que se demuestra la existencia de una alta concentración en los mercados de servicios de auditoría. Estos resultados han llevado a que las autoridades reguladoras hayan argumentado que el mercado de auditoría requiere un control, supervisión y vigilancia mayor, con el objetivo de aumentar su eficacia. Este aspecto resulta de gran relevancia dado que, como han señalado Johnson et al. (1995) parece que existe una relación directa entre grado de concentración de los mercados de auditoría y nivel de desarrollo económico de un país.

El objetivo de este epígrafe es presentar una breve descripción de los principales estudios publicados en el ámbito internacional. Para ello nos centramos fundamentalmente en la metodología empleada y en los resultados alcanzados, con la pretensión de que nos sirvan de referente para, posteriormente, compararlos con la situación española.

Sin duda ha sido en Estados Unidos donde más interés ha despertado el análisis económico del mercado de auditoría, debido a la gran tradición que esta actividad tienen en dicho país y a la extendida utilización de bases de datos. Con el objeto de realizar una clasificación ordenada y coherente de los distintos trabajos publicados, los hemos clasificado atendiendo a los dos grandes temas que han sido analizados: la evolución del nivel de concentración a lo largo del tiempo y el efecto sobre la competencia del mercado de políticas de fusiones entre las grandes firmas internacionales. En este epígrafe nos referiremos al primer grupo de trabajos, mientras que en el epígrafe siguiente expondremos los estudios que abordan la segunda de dichas vertientes.

Para realizar una síntesis clara de los estudios presentados que se refieren al análisis de la concentración en los mercados de auditoría, ofrecemos el cuadro 2.1. en el que mostramos, además del autor/es y el año de estudio, la metodología empleada, el papel que desarrollan las firmas internacionales de auditoría y los resultados más relevantes.

El trabajo pionero se debe a Zeff y Fossum (1967), quienes aportaron una metodología basada en índices de concentración. Estos autores utilizando una muestra de 639 empresas llegaron a determinar que las grandes firmas internacionales contaban con el 94,8% del mercado, destacando la participación de Price Waterhouse con el 27% del mercado total. Sobre las conclusiones de este estudio se han realizado otros trabajos que han pretendido analizar la evolución del mercado a lo largo del tiempo con el objetivo de definir un modelo de evolución de la concentración. Entre este tipo de estudios destaca los de Rhode et al. (1974), Dopuch y Simunic (1980) y Campbell y McNeil (1985).

El primero de dichos trabajos (Rhode et al., 1974), analiza la evolución del mercado de auditoría de Estados Unidos entre 1966 y 1971, utilizando como base los resultados alcanzados por Zeff y Fossum (1967). Entre los resultados alcanzados se indica que, en 1971, la cuota controlada por las grandes firmas internacionales de auditoría se situaba en el 96,45%, comprobando el incremento que las mismas iban teniendo del poder del mercado. Otro aspecto de este trabajo giraba en torno al análisis de la dinámica competitiva de las grandes firmas (Price Waterhouse y Arthur Andersen) entre dos fechas tomadas como referente. Dichas firmas aumentaban de forma notable su participación en el mercado, produciéndose una reducción en la cuota del mercado de la que disfrutaban el resto de empresas. Ello les llevó a la conclusión de que, aun cuando el mercado estaba altamente concentrado, existía una alta rivalidad competitiva entre las firmas grandes, lo cual servía para garantizar la calidad y eficiencia del mercado.

CUADRO 2.1

Principales estudios sobre el mercado de auditoría publicados en la literatura internacional

Autores y año publicación	Metodología, muestra y años estudio	Empresa líder y papel firmas internacionales	Principales aportaciones
Zeff y Fossum. 1967	<ul style="list-style-type: none"> • Índices concentración • 639 empresas 	Price Waterhouse 94,8%	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo pionero
Rhode et al., 1974	<ul style="list-style-type: none"> • Índices concentración • Empresas americanas. 1966-1971 	Price Waterhouse y Arthur Andersen 96,45%	<ul style="list-style-type: none"> • Existe rivalidad entre las grandes firmas que garan- tiza la calidad.
Dopuch y Simunic. 1980	<ul style="list-style-type: none"> • Índices concentración • 500 empresas americanas. • 1977 	96,8%	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las cuotas de mercado de las grandes por sectores. • Importancia de la espe- cialización.
Eichenseher y Danos. 1981	<ul style="list-style-type: none"> • Índice H • 8.000 registros 	H = 0,15	<ul style="list-style-type: none"> • Introduce el índice la como medida de concen- tración. • Importancia del tamaño.
Eichenseher y Danos. 1982	<ul style="list-style-type: none"> • Índice H • 1972-79 	Poseen ventajas competi- tivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Centrado en sectores económicos. • Aumenta la concentra- ción. • Existe un efecto reputa- ción.
Campbell y McNiel. 1985	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo estocástico • 1989/94/99/2004 	Más del 95%	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las cuotas de mercado de las grandes por sectores. • Importancia de la espe- cialización.
Eichenseher y Danos. 1986	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Stigler 	Existen economías de es- cala y ventajas competi- tivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Existen barreras de en- trada en el mercado.
Johnson et al., 1995	<ul style="list-style-type: none"> • Índice H 	Arthur Andersen posee el 69%	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece datos de cinco grandes empresas.

Dopuch y Simunic (1980), realizan un estudio sobre el nivel de concentración en el año 1977. Sus conclusiones son similares a las mostradas en el estudio anterior en lo que se refiere a la evolución de la concentración. Concretamente, la muestra de trabajo era la de las 500 mayores empresas de Estados Unidos y el nivel de concentración alcanzado se situó en el 96,8%. La principal aportación de este estudio estriba en el análisis de las cuotas de mercado de las distintas firmas

internacionales en distintos sectores económicos. Ello les llevó a concluir que la dinámica del mercado de auditoría y el grado de competitividad venía garantizado por la propia conducta hacia la especialización de los auditores.

El trabajo de Campbell y McNiel (1985) se desarrolla en términos similares a los anteriores, si bien está basado en una simulación, utilizando para ello un modelo estocástico que determina el nivel de concentración existente en distintos períodos. Los resultados del nivel de concentración son, en 1989, 95,32%; en 1994, 95,36%; en 1999, 95,31% y en el año 2004, 95,24%.

Otra serie de trabajos importantes sobre la naturaleza de la competencia del mercado de auditoría se deben a Danos y Eichenseher (1981, 1982, 1986), cuyos trabajos aportan dos novedades metodológicas importantes. Por una parte, en lo relativo a la muestra de empresas analizadas para inferir el nivel de concentración del mercado de auditoría, ya que utilizaron los datos de la primera edición de *Who Audit America?*, que contaba con más de ocho mil registros, lo que dotaba a las conclusiones inferidas de gran relevancia. Por otra parte, son los primeros autores que utilizan el índice Herfindahl como medida de la concentración. En su estudio de 1981, determinan que el nivel de concentración quedaba situado en 0,15 (medido a través del Herfindahl), lo que ponía de manifiesto una estructura de competencia similar a la existencia de siete empresas con igualdad de tamaño en el mercado. El análisis de los determinantes de la concentración llevó a estos autores a resaltar que era el tamaño, como subrogado de la complejidad de la auditoría, lo que explicaba la importante cuota de la que disfrutaban las grandes firmas.

En su estudio de 1982 (Danos y Eichenseher, 1982), analizaron la evolución que había tenido lugar en el mercado de auditoría entre 1972 y 1979, concentrándose en sectores económicos de actividad. El trabajo mostraba que mientras que la concentración había aumentado entre las dos fechas tomadas como referentes, las grandes firmas perdían cuota de mercado en aquellas industrias no sometidas a estricta regulación y control de las autoridades económicas. Este argumento sirvió a estos autores para justificar la posible existencia de un efecto reputación en el mercado de auditoría, dado que en aquellos sectores que requerían mayor control, se contrataba a las grandes firmas internacionales.

El trabajo que estos autores realizaron en 1986 (Danos y Eichenseher, 1986), se centró en el análisis de los determinantes de la concentración del mercado de auditoría, prestando especial referencia a la posible explotación de economías de escala por parte de las empresas internacionales. Utilizando el modelo de supervivencia de Stigler, consideraron que la existencia de economías a escala confería

ventaja competitiva a las grandes firmas multinacionales, por lo que el grado de concentración que podría percibirse en el mercado, podría no tener límites y constituirse en una barrera de entrada para el resto de firmas que competirían en el mercado.

El mercado en Nueva Zelanda, según el estudio de Johnson et al. (1995), muestra datos de concentración para cinco de las grandes empresas internacionales. Arthur Andersen aparece en ese estudio con un 69% de dicho mercado.

2.2. El efecto de las fusiones entre las firmas internacionales de auditoría sobre la estructura del mercado

Otro de los grandes temas estudiados en el análisis económico del mercado de auditoría de Estados Unidos, ha sido el efecto que han tenido en la concentración las fusiones entre las grandes firmas auditoras. En 1989 Ernst & Whinney y Arthur & Co., se fusionaron formando Arthur Young; por su parte Deloitte Haskins & Sells y Touche Ross & Co., se fusionaron creando Deloitte Touche, con el efecto inmediato de convertir las Ocho Grandes en las Seis Grandes. La política de fusiones fue estrechamente seguida por las autoridades reguladoras por el efecto que pudiera tener en la estructura del mercado de auditoría. Si las firmas individuales contaban con un alto control de sectores específicos de actividad, las fusiones podrían producir una disminución del nivel de concentración en tales sectores y reducir el grado de competitividad del mercado en su totalidad. Entre los estudios empíricos que han intentado contrastar el efecto que han tenido las fusiones sobre la concentración del mercado de auditoría, destacamos los de Tonge y Wooton (1991), Minyard y Tabos (1991) y Wooton et al. (1994).

En el cuadro 2.2 ofrecemos una síntesis de las principales ideas que aportan estos trabajos.

Tonge y Wooton (1991), concluyen que las fusiones no tuvieron ningún efecto apreciable sobre el nivel de concentración total del mercado de auditoría, si bien, al homogeneizarse el tamaño entre las Seis Grandes, se podría incrementar la competencia entre ellas, por el incremento de la eficacia operativa de las nuevas firmas y el acceso a nuevos clientes debido al mayor tamaño.

Minyard y Tabos (1991) compararon el efecto sobre la concentración de las fusiones utilizando datos antes y después de las mismas. Entre sus resultados des-

CUADRO 2.2

Efecto sobre la concentración de las fusiones de las grandes firmas de auditoría

Autores	Objetivo del estudio	Principales conclusiones
Tonge y Wooton (1991)	Efecto de las fusiones	<ul style="list-style-type: none">• Poco efecto sobre la concentración.• Incremento potencial de la competencia.
Minyard y Tabos (1991)	La concentración del mercado antes y después de las fusiones	<ul style="list-style-type: none">• Ningún efecto sobre la competencia.
Wooton et al. (1994)	Efecto de las fusiones en la estructura del mercado	<ul style="list-style-type: none">• Aumenta la capacidad competitiva y eficacia del mercado.

taca el hecho de que mientras el índice Herfindahl era de 0,18 en 1989, se situó en 0,22 en 1991, cambio que los autores entienden que no afectó a la estructura competitiva del mercado de auditoría, dada la disminución real de los competidores.

Wooton et al. (1994) analizaron el cambio de la estructura del mercado de auditoría tras las fusiones, llegando a la conclusión de que, al igualarse el tamaño medio de todas las firmas internacionales, se iguala su capacidad competitiva, y por ello, el mercado podría aumentar su eficacia.

3. EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS DE AUDITORIA EN EUROPA

3.1. Estudios sobre la situación de los mercados nacionales europeos

En Europa, el interés por conocer el funcionamiento de los mercados de servicios de auditoría aparece de forma más tardía que en Estados Unidos. De hecho, la mayoría de estudios que existen se sitúan en la década de los 90.

En la actualidad son escasos los trabajos que se han realizado sobre la naturaleza del mercado de auditoría en distintos países europeos, pero se aprecia un interés creciente por los mismos, lo que hace pensar que, en los próximos años, la investigación y por tanto, la información sobre estas cuestiones, aumentará de forma significativa.

Entre los trabajos desarrollados destacamos los estudios de Moizer y Turley (1989) Beattie y Fearnley (1992) e Iyer e Iyer (1996) para el Reino Unido, Christiansen y Loft (1992) para Dinamarca, Maijoor et al. (1995) para Holanda, y Marten (1997) para Alemania.

Sirva el cuadro 2.3. para ofrecer una síntesis de las principales ideas mostradas en dichos trabajos.

CUADRO 2.3

Principales estudios europeos sobre el mercado de auditoría

Autor/es	País	Período de estudio y muestra	Método	Principal aportación
Moizer y Turley (1989)	Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • 1972-1982 • 500 mayores empresas industriales 	Indices	Cuatro firmas aumentan su cuota de mercado en un 7%.
Beattie y Fearnley (1994)	Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • 1987-91 • 2.079 empresas 	Indices	A partir de 1990, las seis grandes controlan más del 70%.
Christiansen y Loft (1992)	Dinamarca	<ul style="list-style-type: none"> • 1983, 89 y 90 	Indices	Las seis grandes controlan más del 70% en todo el período.
Maijoor et al. (1995)	Holanda	<ul style="list-style-type: none"> • 1970-94 	Indices	C(4) pasó de 0,37 en 1970 a 0,52 en 1994.
Iyer e Iyer (1996)	Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • 270 empresas 	Indices	Tras las fusiones aumenta la cuota de las grandes.
Marten (1997)	Alemania	<ul style="list-style-type: none"> • 190-94 • 250 grandes empresas 	Indices	Las 6 grandes controlan más del 70% del mercado.

De los estudios mostrados en el cuadro 2.3, tres de ellos van referidos al mercado de auditoría británico, aunque la información facilitada se refiere a distintos períodos de tiempo. El estudio de Moizer y Turley (1989) se basó en las 500 mayores empresas industriales del Reino Unido. Como principal conclusión de este trabajo, pionero en Europa, destaca el hecho de que en el período entre 1972 y 1982, las primeras cuatro grandes firmas internacionales aumentaron su cuota de mercado desde un 47% a un 54%.

Beattie y Fearnley (1994) llevaron a cabo un estudio utilizando una muestra de 2.079 empresas. El período de análisis se extendió de 1987 a 1991, utilizando como subrogado de la medida de la actividad del mercado el número de auditorías. Los resultados muestran que a partir de 1990, las Seis Grandes controlan más del 70% del mercado. De hecho el índice C(6) alcanza el valor 79,3% en el último año de estudio (1991). Por otra parte, este estudio también analiza la cuota de mercado en poder de las veinte mayores firmas de auditoría que operan en dicho mercado. Los resultados en 1987 muestran un valor del 82,8%, mientras que en 1991 alcanzan el 90%.

Iyer e Iyer (1996) utilizaron una muestra de 270 empresas y entre sus conclusiones se señala que para 1987 (período anterior a las fusiones antes comentadas), la cuota de mercado en manos de las firmas internacionales era de un 71%, mientras que en 1991 ésta alcanzó un valor de 78%.

En Dinamarca también se llevó un estudio sobre la concentración del mercado de auditoría en las empresas cotizadas en los años 1983, 1989 y 1990 (véase Christiansen y Loft, 1992). El modelo de comportamiento danés es muy similar al que venimos comentando, existiendo un importante control de las Seis Grandes, las cuales controlan porcentajes superiores al 70% del mercado desde 1983.

Por otra parte, este estudio está realizado utilizando dos subrogados diferentes: ingresos netos de las empresas auditadas y la raíz cuadrada de dichos ingresos. La información facilitada con estos índices se completa con la ofrecida por el índice Herfindahl. Concretamente, se analiza también la presencia que en el mercado de auditoría danés tienen las cuatro, ocho y quince mayores empresas de auditoría. Los resultados, tomando como base los ingresos netos, se sitúan en el caso de cuatro empresas, por encima del 70% en el año 1990. En el caso de centrarse en ocho empresas, los resultados alcanzan el 79,5%, mientras que en caso de analizar la participación de las quince mayores empresas, la cuota es del 87,3%. Los valores anteriores aparecen reducidos en el caso de analizar la concentración del mercado sobre la base de la raíz cuadrada de los ingresos netos. Así pues, en 1990, las cuatro empresas más grandes poseen el 26,2% del mercado, mientras que las quince mayores alcanzan el 48,1% de dicho mercado. Por su parte, el valor del índice H se sitúa en 0,028 en 1990.

En el estudio de Majoor et al. (1995), además de un análisis de los efectos dinámicos de la entrada y salida del mercado holandés, fueron llevadas a cabo medidas de concentración. A tal efecto los autores usaron los índices C(4) y el índice H, calculados sobre la base del número de auditores empleados por una firma de au-

ditoría como medida del tamaño de la firma o participación del mercado de ésta. Esta aproximación presupone una conexión entre el alcance de auditoría de una firma, expresado por el número de auditores que emplea, y la participación de mercado asociada. Sin embargo este método no tiene en cuenta el hecho de que pueden ser cometidos nuevos encargos mediante un incremento de la productividad sin emplear más auditores. Los índices calculados por Maijoor et al. (1995) indican que C(4) alcanza el valor 0,37 en 1970 mientras que en 1994 se sitúa en 0,52. Por su parte, el índice H presenta en 1994 un valor de 0,075.

Por su parte, en Alemania también se ha llevado un estudio en el que se recogen los resultados de un estudio llevado a cabo entre las 250 empresas más grandes en los años entre 1990 y 1994 (véase Marten, 1997). El subrogado utilizado para el mercado alemán es el número de clientes y los resultados alcanzados, como en los casos anteriores, revelan que el mercado está altamente concentrado. Así pues, C(6) alcanza un valor de 59,6% en 1990 y de 65,8% en 1994. En Alemania destaca la presencia de ocho firmas en el mercado, las cuales absorben cuotas superiores al 70% desde 1992. El índice H, por su parte, también tiene una tendencia creciente en los años de estudio situándose por encima de 0,09 desde 1992 y alcanzado el valor de 9,0943 en 1994.

Como puede observarse en los estudios anteriores, se observa una tendencia bastante homogénea en todos los países europeos estudiados hasta la fecha. La concentración de los servicios en las denominadas Seis grandes firmas de auditoría, está siendo destacada como una de las cuestiones sobre la que hay que concentrar gran parte de los esfuerzos comunitarios, de forma que la misma no incida negativamente en la consecución de la deseada libre prestación de servicios.

4. LOS OBJETIVOS DEL MERCADO INTERNO EUROPEO PARA LOS SERVICIOS DE AUDITORIA

La liberación del mercado de servicios de auditoría constituye un objetivo a alcanzar para la Unión Europea, en sí mismo como un mercado más, y también por su importancia de cara a la función de garante de la fiabilidad de la información financiera suministrada por entidades que deben operar en mercados liberalizados. Ello supone que debe lograrse un entorno en que se favorezca la consecución de los objetivos previstos en los artículos 52 y 59 del Tratado de Roma, es decir la abolición de trabas a la libertad de establecimiento y prestación de servicios de auditoría. Desde un punto de vista económico la liberaliza-

ción debe propiciar más competencia, y en definitiva un mercado con un funcionamiento más eficiente.

La libertad de establecimiento consiste en la posibilidad de que un auditor individual que ha obtenido la cualificación necesaria en un país miembro de la Unión Europea pueda prestar sus servicios en otro país de ésta permanentemente. Ello supone que debe existir movilidad física permanente de un auditor a un país miembro extranjero.

Otra forma de libertad comercial intraunión, la libertad de prestación de servicios, consiste en que un auditor o firma de auditoría habilitada para prestar servicios de auditoría en un país de la Unión Europea pueda tener capacidad para prestar servicios en otro país de la Unión Europea con una base permanente en aquél. En este caso la movilidad física del auditor o grupo de auditores no tiene por qué ser permanente sino limitada, ya que una parte de la prestación del servicio puede realizarse desde el país de origen, por ejemplo mediante las telecomunicaciones.

4.1. El trabajo sobre diversidad del MARC

El Maastricht Accounting and Auditing Research Center (MARC), ha llevado a cabo el estudio denominado *The Role, Position and Liability of the Statutory Auditor Within the European Union*, publicado en 1996 (Buijink et al., 1996). Este trabajo fue comisionado por la Dirección General XV de la Comisión Europea, con la finalidad de resumir las leyes y reglamentaciones actuales con respecto a la función, posición y responsabilidad del auditor estatutario en la Unión Europea, y analizar las principales diferencias entre ellas a fin de considerar su impacto en el funcionamiento del mercado interno de servicios de auditoría. Las grandes áreas que cubre el estudio son el nombramiento y destitución de auditores, independencia e incompatibilidades, función y posición de los auditores legales y sus relaciones con los órganos de la compañía, responsabilidad de los auditores frente a la compañía y terceros y el contenido del informe de auditoría. El trabajo está estructurado en cuatro partes y cinco capítulos, tal y como detallamos en el cuadro 2.4.

En primer lugar el trabajo pretende constituir una base sobre la que sustentar argumentos que permitan asociar el grado de diversidad de la regulación de la auditoría en la Unión Europea con posibles obstáculos de cara a la libertad de establecimiento de auditores, a la libertad de prestación de servicios de auditoría y a la libertad de creación de empresas auditoras. Así pues, se está evaluando hasta qué punto los dos objetivos comunitarios para el mercado interno, establecidos en los

CUADRO 2.4

Contenido del trabajo del MARC

Partes	Contenido
SUMARIO	CAPITULO 1. <ul style="list-style-type: none"> • Introducción. • Razones y objetivos del estudio. • Marco del estudio. • Alcance del estudio. • Organización del proyecto. • Descripción del estudio.
PARTE I. RESUMEN DE LEYES Y REGLAMENTACIONES	CAPITULO 2. <ul style="list-style-type: none"> • Preparación del cuestionario. • Procedimientos respecto a la calidad de los resultados. Resultados descriptivos.
PARTE II. ANALISIS	CAPITULO 3. <i>Un mercado interno de servicios de auditoría.</i> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción. • El comercio intraunión en los servicios de auditoría de la Unión Europea. • Recomendaciones con respecto al comercio intra-unión de los servicios de auditoría.
	CAPITULO 4. <i>Calidad de la auditoría: mercado interno, independencia, contenido de la auditoría y responsabilidad.</i> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción. • Leyes y reglamentaciones sobre la calidad de la auditoría. • Independencia: temas y perspectivas. • Contenido de la auditoría: temas y perspectivas. • Responsabilidad: temas y perspectivas. • Resumen y conclusiones. Recomendaciones sobre la calidad de la auditoría.
PARTE III. CONCLUSION	CAPITULO 5 <ul style="list-style-type: none"> • Resumen. • Recomendaciones: la calidad de la auditoría en la Unión Europea

artículos 52 y 59 del Tratado de Roma pueden ser alcanzados en función del marco establecido tras la adaptación, por los países miembros, de la VIII Directiva de derecho de sociedades. La importancia de este análisis reside en que, en teoría, el establecimiento del mercado único debería propiciar en una distribución más eficiente de los recursos puestos a disposición de la función auditora. La constatación y determinación de los elementos presentes en las leyes y reglamentaciones que pudieran constituir barreras al comercio intra-unión debería servir de cara al futu-

ro planteamiento de una normativa en la que la eliminación de estas barreras fuera uno de los principales argumentos.

En el informe del MARC, se reconoce que las barreras que a nivel intuitivo se aprecian en los mercados de auditoría europeos no deben considerarse en la actualidad absolutas, ya que, de hecho, se puede constatar la existencia de redes internacionales de auditoría operando en Europa. Sin embargo, se duda que el coste y la eficiencia en que ello redunde puedan superar las ventajas que se desprenderían de la existencia de una mayor liberalización.

Un segundo objetivo a alcanzar mediante el análisis de la diversidad de las leyes y reglamentos, es el que se relaciona con el impacto de la misma en la calidad de la auditoría a lo largo de la Unión Europea. Existe preocupación por el hecho de que la diversidad pueda dar lugar a diferentes calidades de la auditoría lo que supondría, en un ámbito en el que se pretende la libertad de establecimiento y prestación de servicios, un elemento que distorsionaría la equiparación de los auditores y en definitiva su eficiencia. Unos auditores serían preferidos a otros porque se percibirían distintas calidades, en función de requisitos legales diversos según sus países de origen.

El estudio del MARC se plantea analizando el impacto de la diversidad de leyes y reglamentos establecidos en el ámbito público y privado en los países de la Unión Europea, en el comercio intraunión. Por lo que se refiere a las leyes y reglamentos, se hace una subagrupación distinguiendo cuatro categorías: a) sobre registro y cualificación como auditor. En este grupo se incluyen materias como los requisitos educativos de acceso a la profesión y la formación continuada; b) sobre competencia, categoría en la que se incluyen aspectos como la duración del encargo, publicidad, oferta de servicios no solicitada y el establecimiento de tarifas; c) sobre propiedad, control y dirección de la entidad auditora. Aquí se consideran aspectos como requisitos de nacionalidad y residencia de los propietarios y directivos de las empresas auditoras, así como la forma legal que pueden adoptar; y d) otros, apartado que recoge elementos como la independencia del auditor, responsabilidad y contenido del informe de auditoría.

A su vez, se distinguen tres tipos de comercio intraunión: I) libre establecimiento como auditor, II) libertad de prestación de servicios y III) libertad de creación de empresas de auditoría.

Con relación a la libertad de establecimiento de auditores en la Unión Europea, algunos estudios, como el llevado a cabo por la FEE (1995) ponen de manifies-

to que las cualificaciones obtenidas por auditores extranjeros de países de la Unión Europea son bajas. Este hecho puede ser debido a la diversidad de leyes y reglamentos. Un auditor de la Unión Europea necesita, para poder prestar sus servicios en otro país distinto a aquél donde obtuvo su cualificación como auditor, el obtener la cualificación correspondiente en aquel, lo que supone volver a someterse a este requisito tantas veces como países donde desee establecerse. Según el MARC, este tipo de barrera es la que más incide en la libertad de establecimiento, aunque se reconoce que algunas firmas de auditoría la evitan mediante la delegación de responsabilidad sobre los encargos de auditoría en un auditor cualificado en el país donde deseen establecerse. Tan sólo cinco países de la Unión Europea establecen sus restricciones a esta forma de delegación.

El MARC considera que son otros factores, distintos a las leyes y reglamentaciones sobre auditoría, como la diversidad en la legislación mercantil, en las prácticas empresariales, e incluso en la lengua, los que más influyen como barrera al libre establecimiento como auditores, por lo que duda que por sí solas, la simple eliminación de las barreras legales y reglamentarias den lugar a un mercado de auditoría donde se dé la libertad de establecimiento.

Por lo que respecta a la libertad de prestación de servicios, a tenor del estudio del MARC se desprende que las leyes y reglamentaciones que más pueden afectar a este tipo de libertad son las que generan la necesidad de sometimiento a una doble reglamentación, al auditor que quiere prestar sus servicios de auditoría con base permanente en su país de origen: la del país base y la del país extranjero en el que desea prestar sus servicios. Sin embargo, al igual que en el caso de la libertad de establecimiento este tipo de problemas es en la práctica evitado mediante el recurso a la delegación de la responsabilidad del trabajo en un auditor legal cualificado y registrado en el país donde se desea prestar servicios. Los problemas, del mismo modo, surgen por el impacto de leyes y reglamentaciones de otra índole distintas a la auditoría, como las mercantiles, y por el idioma.

Como corolario de lo anterior, el MARC considera que la mera eliminación de leyes y reglamentaciones de auditoría no favorecerán, por sí solas, el establecimiento de estos dos tipos de libertades de comercio. Por ello, una vez demostrado que, en la práctica, las empresas de auditorías recurren a la delegación como método para establecerse y prestar servicios en países de la Unión Europea, y que ello sí está teniendo un efecto positivo, se recomienda la eliminación de trabas a la delegación que aún funcionan en cinco países de la Unión Europea. Si tras ello se demuestra que las empresas desean utilizar este mecanismo para gozar de la liber-

dad de comercio será indicio de que es preciso seguir avanzando en la eliminación de leyes y reglamentos que supongan barreras al mismo.

Planteada una posible solución para los dos tipos de libertad de comercio anteriores, el MARC se plantea una tercera forma que es la libertad de creación de empresas de auditoría. El tipo de leyes y reglamentaciones que incidirían, según el MARC, en la libertad de creación de empresas de auditoría en el ámbito intracomunitario son relacionadas con la ordenación jurídica de la propiedad y gestión de las firmas de auditoría. Se observa a este respecto, que la mayoría de países miembros han establecido requisitos más estrictos que los previstos en la VIII directiva. Así existe mucha dificultad para que auditores extranjeros puedan crear una empresa de auditoría, sobre todo al exigirse, de modo generalizado, que la propiedad y dirección de estas empresas recaiga en manos de auditores nacionales, y también, en algunos casos, no permitiendo la prestación del servicio de auditoría a nivel individual. El MARC recomienda la eliminación de requisitos sobre propiedad, control y dirección de las empresas de auditoría.

Dado que las cuentas anuales de las empresas auditadas pueden ser utilizadas en el ámbito intraunión, los usuarios de éstas deberían tener la certeza de que la calidad que pueden proveer los auditores que están capacitados para auditarlas es similar, independientemente del país donde el auditor obtuvo su cualificación. Este planteamiento del MARC al respecto de la calidad de la auditoría es el que motiva su interés por analizar el impacto de la diversidad en la misma. Sin el requisito de mantener unos estándares de calidad similares, la consecución de la liberalización del mercado puede verse perjudicada. En sentido inverso cabe decir que la consecución del mercado único debe ser en sí mismo un mecanismo que estimule la calidad de la auditoría. Así pues se considera una situación en la que se produce un círculo en el que la eliminación de las barreras propiciará un nivel mayor de competencia, y éste en mayor nivel de calidad del servicio. A su vez unas leyes y reglamentaciones que favorecen la calidad estimularían la posibilidad de requerir servicios profesionales de auditores de calidad, independientemente de su nacionalidad, lo que estaría en definitiva causando una eliminación virtual de las barreras al comercio de servicios de auditoría.

Como resultado del análisis llevado a cabo por el MARC, se desprende que sólo los requisitos educativos del auditor están regulados en el ámbito europeo por la VIII directiva, con lo que existen diversas posibilidades para que la diversidad de leyes y las reglamentaciones afecte a la calidad de la auditoría. El estudio del impacto de éstas en la calidad ha sido realizado por el MARC distinguiendo entre leyes y reglamentaciones que tienen por objeto protegerla mediante el refuerzo de

la independencia, mediante la definición de la capacidad del auditor y contenido de la auditoría y mediante la regulación de la responsabilidad del auditor.

A juicio del MARC, no existe evidencia de que las leyes y reglamentaciones sobre independencia establecidas en los países de la Unión Europea mejoren sensiblemente la calidad de la auditoría, mientras que sí se puede evidenciar que dificultan la competencia e indirectamente la calidad. A tenor de ello recomienda la eliminación de restricciones debidas a reglamentaciones sobre independencia como la duración del encargo de auditoría, oferta de servicios, establecimiento de honorarios, publicidad.

Sin embargo, se considera que las leyes y reglamentaciones relativas a la capacidad del auditor si puede redundar en un incremento de la calidad de la auditoría. Dentro de la determinación de la capacidad del auditor a nivel europeo, según el MARC, se puede hablar de la exigencia de un sistema de educación en el ámbito de la Unión Europea, aunque sería preciso avanzar más en el conocimiento de otros elementos como el ámbito del informe de auditoría y las normas aplicadas en el proceso, planteándose la necesidad de investigar acerca de cual sería la combinación exacta de estos factores y quién debería tener autoridad para definir las y mantenerlas.

Respecto a la responsabilidad del auditor, a juicio del MARC, el objetivo a seguir debería ser encontrar un punto de equilibrio adecuado en el cual el nivel de calidad ofrecida no hiciera inviable, por antieconómico, el prestar servicios de auditoría, especialmente a causa del riesgo de litigios. Concretamente se recomienda que pueda existir la posibilidad de litigio por terceras partes, aunque la responsabilidad del auditor debería ser proporcional a la falta. También se recomienda que no haya protección de la responsabilidad determinada legalmente, que exista libertad de los auditores para acordar una protección contractual con los clientes, el establecer el requisito de seguro de indemnización obligatorio y eliminar restricciones para que las empresas de auditoría adopten la forma jurídica que consideren conveniente.

En el cuadro 2.5, se recoge una síntesis de las recomendaciones del MARC en materia de libertad de comercio en el mercado de servicios de auditoría intracomunitario y sobre calidad de la auditoría que acabamos de comentar.

CUADRO 2.5

Recomendaciones de MARC sobre libre comercio y calidad de la auditoría en la Unión Europea

1. Libertad de comercio	Causas de sus restricciones	Evidencia	Recomendación
<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de establecimiento. • Libertad de prestación de servicios. 	No relacionadas fundamentalmente con leyes y reglamentos de auditoría sino con otras áreas como la mercantil o el idioma.	Las restricciones dadas a leyes y reglamentos sobre auditoría se evitan con la delegación.	Eliminar las restricciones a la delegación donde aún las hay.
<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de creación de empresas de auditoría. 	Requisitos de propiedad control y dirección.	Los requisitos de nacionalidad y forma jurídica constituyen barreras a esta libertad.	Libertad de forma empresarial.
2. Calidad de la auditoría	Causas de sus restricciones	Evidencia	Recomendación
<ul style="list-style-type: none"> • Efecto de las normas sobre independencia 	Las normas sobre independencia dificultan la libre competencia.	Las normas sobre independencia establecidas no mejoran la calidad.	Eliminación de normas sobre duración de encargos, publicidad, establecimiento de horarios y oferta de servicios.
<ul style="list-style-type: none"> • Efecto de las normas sobre capacidad y responsabilidad del auditor. 	—	Se considera precisa una adecuada combinación de normas sobre capacidad técnica y de responsabilidad.	Establecimiento de la responsabilidad proporcional a la falta; seguro de responsabilidad obligatoria; posibilidad de pactos de limitación de responsabilidad; libertad de elección de forma jurídica.

4.2. El Libro Verde de la Unión Europea sobre auditoría

En el texto del Libro Verde se realiza una reflexión inicial sobre la evaluación del proceso de implantación de la auditoría obligatoria, tal y como lo exigía la IV Directiva del Derecho de Sociedades comunitario. Con la misma, se requería per-

filas con mayor detalle lo que suponía dicha exigencia, especialmente considerando que dicha obligación era un requisito nuevo en algunos de los estados miembros. Sin embargo, una visión por lo que ha sido el proceso de armonización de la información financiera en Europa nos permite resaltar que poco más se ha hecho en el terreno de la auditoría. En nuestra opinión, se apreciaba una falta de sensibilidad ante los problemas que la implantación de la auditoría estaba suponiendo en los países comunitarios, así como la persistencia en el tiempo de viejos problemas y dificultades no resueltas. En este orden de cosas, es evidente que se ha dejado demasiada libertad a los Estados miembros, lo que ha ocasionado grandes diferencias en temas relevantes como la posición del auditor ante el fraude o la independencia del auditor.

Los acontecimientos de los últimos meses dan un vuelco importante a nuestras apreciaciones hasta el momento, ya que el Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 28 de octubre de 1996, publicó el *Libro Verde-Función, posición y responsabilidad civil del auditor legal en la Unión Europea* (véase Diario oficial de las Comunidades Europeas 96/C 321/01 de 28/10/96), lo que supone un paso adelante en la armonización de la auditoría en Europa.

-- La estructura del documento se presenta de forma que tras la introducción, se exponen brevemente las normas de los países miembros relacionadas con la auditoría legal, centrándose en temas relacionados con *la función y posición del auditor legal, su responsabilidad civil, la auditoría de las pequeñas sociedades, los sistemas de auditoría de grupos y la libertad de establecimiento y libre prestación de servicios en el sector de la auditoría de grupos y la libertad de establecimiento y libre prestación de servicios en el sector de la auditoría.* (Apartado 1.5.) Las partes de las que se compone este documento son las que recogemos de forma esquemática en el cuadro 2.6.

Como puede apreciarse en el cuadro 2.6, el Libro Verde contiene ocho grandes apartados y unas conclusiones. Aunque la importancia de todas las cuestiones es significativa, el documento desarrolla de forma más exhaustiva los apartados dedicados a la «función del auditor legal» y a «la posición del auditor legal», puntos centrales en los que ha venido desarrollándose el debate del gap de expectativas. El principal objetivo perseguido con el Libro Verde aparece detallado en el apartado «Introducción», donde se resaltan los motivos que han llevado a plantearse este documento partiendo de la premisa de que la auditoría de cuentas verificada por un profesional independiente da mayor fiabilidad a la información financiera. No obstante, aparecen otros objetivos al presentar aspectos relativos a la regulación y a la libertad de circulación.

CUADRO 2.6

Contenido del Libro Verde

Apartados	Subapartados
1. Introducción	—
2. Regulación de la auditoría legal y necesidad de intervención a escala de la Unión Europea	—
3. Función legal del auditor.	<ul style="list-style-type: none">• Definición de auditoría legal• El informe de auditoría
4. Posición legal del auditor	<ul style="list-style-type: none">• Aptitud del auditor legal.• Independencia del auditor legal.• Posición del auditor legal dentro de la sociedad.• Función de los organismos gubernamentales y organizaciones profesionales.
5. Responsabilidad civil de los auditores.	—
6. Auditoría legal en las pequeñas sociedades	—
7. Sistemas de auditoría de grupos.	—
8. Libertad de establecimiento y libre prestación de servicios.	—
9. Conclusión	—

En el cuadro 2.7, se sintetizan los apartados del documento en el que aparecen detallados los objetivos del Libro Verde. Tal y como puede observarse en dicho cuadro, los mismos se encuentran expuestos en los apartados 1 (Introducción), 2 (Regulación de la auditoría legal y necesidad de intervención a escala de la Unión Europea) y 8 (Libertad de establecimiento y libre prestación de servicios).

Uno de los factores que han provocado la elaboración del Libro Verde son los fracasos financieros acaecidos últimamente, los cuales han llevado a cuestionar *la función de la auditoría legal y la independencia del auditor (apartado 1.2)*. La Unión Europea no ha podido responder al debate planteado, en el ámbito internacional, porque se considera que el marco regulador relativo a la auditoría es incompleto, no existiendo una visión común respecto a la función, posición y responsabilidad del auditor legal. En el documento se reconoce que este hecho tiene efectos negativos sobre la calidad de la auditoría y sobre la libertad de establecimiento y prestación de servicios en el terreno de la auditoría, mermando los efectos positivos de la armonización. El Libro Verde está pensado para que sirva de vehículo a través

CUADRO 2.7

El papel de la auditoría en la consecución de los objetivos comunitarios

Apartados	Idea general del contenido
1. Introducción	<ul style="list-style-type: none">• Falta de una unificación en la Unión Europea sobre la función posición, y responsabilidad del auditor legal.
2. Regulación de la auditoría legal y necesidad de intervención a escala de la Unión Europea.	<ul style="list-style-type: none">• Necesidad de que el auditor legal reúna una serie de requisitos.• Falta de orientaciones respecto a la independencia.• Gran interés del tema de cara al mercado único.• Inexistencia de un mercado europeo de servicios de auditoría. Dificultades de libre circulación y libertad de establecimiento.• Problemas que supone la falta de criterios unificados de cara al acceso a mercados internacionales.
3. Libertad de establecimiento y libre prestación de servicios.	<ul style="list-style-type: none">• Los servicios de auditoría se realizan en mercados nacionales.• Libertad de establecimiento y libre prestación de servicios por parte de los auditores independientes.• Libertad de establecimiento y libre prestación de servicios por parte de empresas de auditoría.

del cual se debaten los principales factores que están ocasionando los problemas planteados y para sugerir actuaciones concretas al respecto.

En relación con este tema no debemos olvidar que la aparición de los escándalos financieros y su relación con los informes de auditoría ha sido el desencadenante de los debates más activos sobre las expectativas de la auditoría. Casos de la resonancia internacional como Maxwell y BCCI han cuestionado el verdadero significado de la auditoría de estados financieros y servido para disminuir la confianza en el trabajo del auditor (puede consultarse, Gwilliam, 1987). En este sentido, nos parece muy importante que el documento que estamos analizando se haya hecho eco de lo que los medios de comunicación han venido recogiendo en los últimos tiempos y se plantee la necesidad de tomar medidas al respecto.

Desde hace aproximadamente treinta años, la profesión de auditoría está enfrentándose, a nivel internacional, al juicio que sobre la misma realizan los colectivos afectados por ello, existiendo una lucha entre lo que demanda la sociedad y lo que los auditores ofrecen. La falta de acuerdo entre ambos, en cuestiones de gran relevancia desde el punto de vista de la función de auditoría, ha hecho que lo que a primera vista parecía algo pasajero y sin mayor trascendencia, se haya alzado como uno de los temas fundamentales sobre los que gira gran parte del debate de la auditoría en el ámbito internacional. Tanto es así que para explicar este fenómeno se ha acuñado una expresión que por sí misma, sin un conocimiento previo de su contenido, es difícil de interpretar. Dicha expresión, *audit expectations gap*, expresa la existencia de diferencias entre lo que los usuarios esperan de la auditoría y lo que los auditores consideran que es su trabajo (véase, AICPA, 1978, Humphrey, 1991; Porter, 1991).

Así pues, a la vista del documento del Libro Verde y conociendo todo el entramado que encierra el proceso de armonización no podemos dejar que resaltar como objetivo del Libro Verde (ya que es un objetivo de todas las labores realizadas por la Unión) la libertad de movimiento por los países de la Unión Europea. En concreto, y a la vista de las repercusiones de este tema, se ven especialmente afectadas la libertad de establecimiento y la libre prestación de servicios (puede consultarse la contribución de la contabilidad a los objetivos comunitarios en García Benau, 1995). Tal y como se indica en el Tratado de Roma (artículos 52 y 59), deben ir aboliéndose de forma progresiva las restricciones que existen a la libertad de establecimiento y de prestación de servicios. La aplicación de estos principios generales a los servicios profesionales es importante desde una perspectiva europea y económica, ya que lleva a una mayor eficiencia en la utilización de recursos y a una mejor utilización de la tecnología (véase Buijink et al., 1996).

La cuestión que subyace en este apartado del Libro Verde es la consecución del Mercado Unico. Las dificultades para la libertad de establecimiento y de circulación de servicios son resaltadas como las barreras fundamentales que no han permitido la existencia de un mercado europeo de servicios de auditoría (apartado 2.6). Buijink et al. (1996) estudian los efectos de la diversidad de la regulación de la auditoría en la Unión Europea, con relación al establecimiento de un mercado interno de servicios de auditoría llegando a la conclusión de que, a tal efecto, es preciso eliminar impedimentos legales como requisitos de propiedad, dirección y control de las firmas de auditoría, apuntando que, incluso, determinados países establecen requisitos más restrictivos que los previstos en su día por la Octava Directiva comunitaria.

Todo ello se refuerza si consideramos el pronunciamiento de la Unión Europea de noviembre de 1995 en el que se resalta la necesidad de avanzar en la armonización de la información financiera. En dicho documento se señala que es necesario tomar medidas para mejorar el proceso de armonización, y en este sentido se propone iniciar el camino dirigiendo los esfuerzos a las empresas que buscan financiación en mercados internacionales. Así pues, el Libro Verde insiste en los problemas adicionales que se incorporan al citado acceso a mercados internacionales cuando existe una falta de criterios unificados en el terreno de la auditoría de cuentas.

Desde un punto de vista nacional, nos gustaría resaltar que la aparición del Libro Verde supone dar un tono de cierta oficialidad a una serie de problemas a los que se está enfrentando la profesión de auditoría en España. Si bien es cierto que la situación española ha sufrido un cambio de 180 grados en los últimos tres años, no debemos olvidar que las cuestiones que lo han provocado son las mismas que lo han hecho en países donde la auditoría tiene una gran tradición. Nos encontramos muy satisfechos con el nuevo rumbo que se prevé que adquirirá la auditoría en nuestro país durante los próximos años.

—La publicación del Libro Verde ofrece también una serie de oportunidades de cara a la investigación y para la profesión. En nuestra opinión éstas serían las más relevantes. Desde el punto de vista de la investigación, Europa ha alcanzado un puesto importante en la investigación internacional sobre auditoría, resaltado con la publicación del denominado Libro Verde. Si bien es cierto que existen algunos viejos temas que requieren la atención de los investigadores, también da cabida a otros más novedosos como los efectos que la diversidad provoca en la calidad de la auditoría o los propios efectos económicos de la diversidad. En términos generales, y enlazando con los problemas expuestos en el Libro Verde, urge estudiar los factores que influyen sobre la independencia el auditor y la forma de mejorar las perfecciones que sobre la misma tienen los usuarios, y las diferencias en prácticas de auditoría en empresas pequeñas y en grupos de sociedades.

Desde el punto de vista de la profesión pensamos que si siempre ha sido beneficiosa la cooperación entre académicos y profesionales, se plantea la necesidad de que la misma sea más intensa. Los profesionales pueden beneficiarse de las ventajas que les reporta un mejor entendimiento de la investigación en auditoría y los académicos pueden ayudar a ofrecer un rayo de luz sobre los problemas a los que se enfrenta la profesión. Esperemos que funcione la sinergia en ambos sentidos.

No queremos acabar este apartado sin insistir en el hecho de que gran parte de los comentarios y temas subrayados en el Libro Verde han sido planteados con anterioridad en el contexto del debate sobre el gap de expectativas en auditoría. Esto no debe desmerecer, en absoluto, la importancia del sentido del mismo ya que la elevación supranacional del debate es, por sí mismo, un paso adelante nada desdeñable.

PARTE II

EL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA

CAPITULO 3

LA APARICION DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA

En este capítulo se analiza el proceso de formación de la profesión en España, para determinar su ajuste a los planteamientos previstos en las teorías de la profesionalización de las actividades ocupacionales

I. LOS OFERENTES Y DEMANDANTES DEL SERVICIO DE AUDITORIA

El objetivo de este capítulo, con el que introducimos nuestro análisis del funcionamiento del mercado de auditoría en España, consiste en plantear un análisis crítico, y desde una perspectiva histórica, de las dos piezas claves que explican la forma en la que se desarrolla el servicio de auditoría en nuestro país.

Por una parte analizaremos a los oferentes del servicio, es decir, a los auditores. Resulta fundamental para nuestro estudio conocer el modo a través del que se ha creado la profesión de auditoría en España y verificar como las teorías internacionales sobre profesionalización son perfectamente aplicables a lo que ha acontecido en el entorno español. Por otra parte analizaremos a los demandantes del servicio, es decir a las empresas que solicitan la realización de una auditoría. Los motivos y los antecedentes históricos de la auditoría en España, nos servirán para explicar la situación en la que nos encontramos actualmente.

El detallado conocimiento de la oferta y de la demanda resulta fundamental para poder situarnos adecuadamente en un mercado tan complejo como es el de prestación del servicio de auditoría, en un país con un sistema contable con una clara orientación macro (puede consultarse Nobes y Parker, 1981). Pero además

también son conceptos que están estrechamente unidos entre sí debido a que la oferta del servicio ha estado claramente motivada por la demanda que del mismo ha ido realizándose en nuestro país. A todo ello, y dadas las características básicas que definen la presentación de la información financiera en España, hemos de incorporar el papel que han desempeñado en este proceso los organismos reguladores y la coyuntura económica internacional.

El conocimiento exhaustivo de los oferentes y demandantes del servicio de auditoría nos va a servir para poder concluir sobre la existencia o inexistencia del necesario equilibrio que permita que el mercado funcione en las condiciones más óptimas posibles. A modo de adelanto de ciertas ideas que expondremos tras la utilización de argumentos sólidos y científicos, queremos señalar que la situación actual de la auditoría en nuestro país cabe calificarla como conflictiva. Los motivos que nos llevan a esta afirmación son dos: el desequilibrio que existe en las variables que intervienen en la prestación del servicio y la existencia de un entorno en España en el que se está cuestionando con gran crudeza algunos de los pilares sobre los que se sustenta esta profesión.

Antes de comenzar a exponer el análisis de la evolución de la auditoría en España, queremos insistir en que la tesis de la que partimos, y que determina la línea argumental de este capítulo, se basa en que la situación actual viene estrechamente condicionada por la propia historia de la auditoría en nuestro país, así como que la situación presente tendrá una importante influencia sobre el desarrollo de la profesión en el futuro. Estos aspectos los iremos contemplando a lo largo de este capítulo.

2. ADECUACION DE LAS TEORIAS INTERNACIONALES SOBRE LA PROFESIONALIZACION AL ENTORNO ESPAÑOL

2.1. Planteamiento internacional para el análisis de la profesión de auditoría

Las profesiones han merecido la atención de los teóricos de la sociología desde sus orígenes, observándose la existencia de distintas corrientes doctrinales con objetos de atención, temática investigadora y concepción del profesionalismo diferentes.

Las primeras aportaciones, con cierta sistemática, para el estudio de las profesiones podríamos situarla en el primer tercio de este siglo. Fueron sociólogos ingleses los que realizaron las contribuciones más relevantes e influyentes a esta

cuestión. Destaca especialmente la obra de Carr-Saunders y Wilson (1933) como un intento de realizar una clasificación adecuada de una serie de características singulares e ideales, cuya existencia es la que otorga una naturaleza distintiva a una actividad ocupacional y, por tanto, es la que le confiere el status de profesión. Esta escuela de pensamiento, que ha venido siendo conocida como *de los rasgos*, considera que toda profesión posee unas características específicas que la hace perfectamente diferenciable de otras actividades ocupacionales.

Las deficiencias que, con el tiempo, se le achacaron a esta corriente doctrinal fueron tanto metodológicas como conceptuales. Las críticas se centraron en la naturaleza controvertida que adquieren estos rasgos, en la dimensión ahistórica de esta aproximación y en el énfasis que realiza sobre los atributos de algunas profesiones tradicionales y perfectamente asentadas (Robson y Cooper, 1990). Todo ello, llevó a que esta corriente doctrinal perdiera adhesión y tras la segunda guerra mundial surgiera, esta vez de la mano de sociólogos y pensadores americanos como Greenwood y Parsons, una nueva corriente que comienza a estudiar las profesiones partiendo de la función que desarrollan. En aquellos momentos existía un fuerte *pensamiento funcionalista*, que provocó que las profesiones fueran estudiadas desde la perspectiva de la contribución que las mismas hacían a la sociedad. Los estudios ya no se centraban en las características estructurales que caracterizaban a las profesiones, sino en la actitud que demostraban éstas ante clientes y sociedad, la cual normalmente se concibe como altruista y con una vocación hacia el servicio que excede los propios intereses privados del colectivo profesional.

Los fundamentos de esta forma de entender y analizar las profesiones pueden ser encontrados en la teoría de la solidaridad de Durkheim, teoría postulada para explicar los cambios hacia una sociedad industrializada y el desorden que ello generó. En las sociedades industrializadas se dio una división del trabajo, especialización y diferenciación de ocupaciones, que requería de un nuevo orden social. Durkheim (1957) consideró que las profesiones eran comunidades morales que facilitaron el proceso ordenado hacia una nueva forma de consenso social al cumplir con la significativa función de cohesión al promover una ética social superior. Parsons (1954) consideraba por su parte, que las profesiones eran instituciones relevantes y adquirirían valor para la sociedad, derivado ello de los requisitos previos que toda sociedad debía cumplir para mantener un equilibrio deseado y la supervivencia necesaria. Así, dado que las profesiones presentaban un claro carácter funcional para la sociedad, ésta debía proveer unos mecanismos motivadores para que determinadas actividades ocupacionales soportasen el rigor de una preparación vocacional y ocupasen una importante función en la división social del trabajo (Walker, 1991, p. 260). La disposición de determinados privilegios por parte de las profesiones,

entre los que destaca su potestad autorreguladora, dependerá, bajo esta concepción, de las necesidades de la sociedad y de la naturaleza funcional asignada a los profesionales.

En la década de los setenta, cuando ya parecía haber adquirido cierta consistencia teórica y gran adhesión doctrinal el paradigma funcionalista de las profesiones, una serie de cambios políticos y sociales provocaron nuevos planteamientos de esta cuestión. La concepción que surgía, consideraba un nuevo modelo de sociedad que incentivaba una mayor participación política (Haug, 1975). Estos aspectos hicieron que el paradigma funcionalista de las profesiones fuera progresivamente erosionándose y comenzara a cambiarse la perspectiva y actitud doctrinal sobre las profesiones. Aparece de esta forma una *escuela revisionista o crítica* cuyos máximos exponentes son Hughes, Freidson, Johnson y Larson, donde se pasa de destacar las virtudes y la contribución funcional de las profesiones, a una desaprobación y un ataque a las mismas.

Esta escuela crítica comenzó a cuestionar la validez de los rasgos estructurales de las profesiones, no concibiéndolos sino como proclamas ideológicas que éstas emitían para lograr un apoyo político a sus privilegios y por lo cual han de entenderse como elementos integrantes a través de los cuales las profesiones buscan asegurar y aumentar el valor material y simbólico de su trabajo (Robson y Cooper, 1990; Humphrey y Moizer, 1990; Willmott et al., 1993). Igualmente se cuestiona la actitud de servicio que caracterizaba a las profesiones, ya que éstas no se hallan desprovistas de la idea de beneficio o lucro. Comienza así a señalarse que el mundo de las profesiones es también el de los privilegios, el monopolio y el de un poder desmesurado; existen unos intereses latentes en los profesionales que buscan la autoridad y la autonomía en el trabajo, como una forma de incrementar su poder.

Así pues, los aspectos que comienzan a estudiarse son los privilegios y el poder que confieren, los cuales son vinculados a la forma en la que opera el mercado (Larson, 1977). El estudio de las profesiones se concibe como un proceso, con el objeto de otorgar una respuesta coherente que explique como una actividad ocupacional llega a disfrutar de estos privilegios. La intención de disfrutar de estos privilegios, hace que una actividad ocupacional se embarque en un proceso político-ideológico en el cual ésta, en primer lugar, identifica una serie de rasgos, y a continuación intenta detentarlos. Johnson (1972) señala, a diferencia de Wilensky (1964), que no existe un proceso lineal y uniforme, es decir, no existe un único camino hacia la profesionalización (Collins, 1990), por lo que los estudios más recientes en esta línea, van encaminados hacia el análisis de cuáles son los procesos y

mecanismos políticos que conquistan y mantienen estas situaciones de privilegio. Las relaciones con el Estado, su dinámica y su estructura política y el análisis de sus redes de influencia y la acción colectiva, son puntos centrales desarrollados en los trabajos más recientes y novedosos (Baker, 1993; Chua y Sinclair, 1994; Chua y Poullaos, 1993; Walker, 1991, 1995; Allen, 1991; Willmott, 1986). El proceso de profesionalización es un proceso impredecible que no siempre tiene que acabar con éxito, lo que explica que en la sociedad existan profesiones, semiprofesiones y actividades ocupacionales que sólo adquieren una remota aproximación al modelo clásico de profesión liberal.

2.2. La necesidad de definir un marco teórico de referencia en España

La profesión auditora ha dejado de ser una desconocida en nuestro país. Sin embargo, las pocas aportaciones doctrinales que se han hecho eco del estudio de la profesión auditora han sido desarrolladas, en la mayoría de las situaciones, por las mismas personas que la desarrollan. Esta postura, conocida normalmente como *dentrismo*, conlleva la ausencia de referencias a una teoría subyacente capaz de interpretar el comportamiento de los profesionales. De igual forma, esta posición unilateral supone un conocimiento parcial de los aspectos fundamentales que recubren a toda profesión, tales como vínculos que establecen con sus clientes, relaciones con la sociedad o privilegios de los que disfrutaban en distintos órdenes, ya que es difícil presentar una observación de los mismos de forma objetiva y neutral. Por ello, si queremos realizar un análisis de la profesión de auditoría evitando el sesgo del *dentrismo* y de las otras limitaciones señaladas, es importante utilizar los distintos marcos teóricos que a lo largo de décadas ha sido desarrollado por los sociólogos de las profesiones y a los cuales nos hemos referido en el apartado anterior. El cometido de nuestra investigación en este punto es, pues, la aplicación del conocimiento derivado de la sociología de las profesiones al análisis histórico de la profesión auditora en España.

Vamos a llevar a cabo un análisis del desarrollo histórico de la profesión auditora en nuestro país a través del estudio de una serie de hitos que han ido configurando el perfil del auditor en España y que han condicionado su estatuto profesional. En este desarrollo, que los sociólogos han venido denominando *proceso de profesionalización*, la profesión desde sus orígenes ha reivindicado una parcela de actividad y un reconocimiento legal e institucional de su figura, reconocimiento éste al que las autoridades españolas han venido, por distintos motivos, resistiéndose de forma ancestral. Tras la profunda reforma del ordenamiento mercantil en

nuestro país, con motivo de nuestra adhesión a la Unión Europea, la auditoría es una realidad y una práctica generalizada a la que se someten las empresas, si bien esta regulación no ha desembocado en una situación en la que se le haya conferido un estatuto de profesión liberal a los auditores, al menos en el sentido y con el alcance que en otros países se vienen organizando éstos. Este hecho significa que la profesión auditora española cuenta con un diferencial respecto al estatuto profesional liberal ideal, lo que nos lleva a referirnos al respecto como a la existencia de una crisis institucional. Al hablar de crisis institucional lo hacemos desde la perspectiva e intereses de la propia profesión, y desde el argumento de que la deslegitimación que ha sufrido la profesión no es producto de generación espontánea. Desde el análisis histórico de la profesión auditora en España, pretendemos argumentar que la denegación del status profesional puede venir explicado por la propia dinámica de la profesión.

Para que una profesión adquiriera auge y relevancia social, parece lógico pensar que la labor que debe acometer debe ser considerada importante por los que se benefician de la misma; es decir, el desarrollo de la *profesión* auditora va unido invariablemente al desarrollo de la *función* de la auditoría. La diferenciación entre función y profesión resulta muy descriptiva en nuestro país para explicar por qué la auditoría no se ha convertido en una realidad efectiva hasta las postrimerías del siglo XXI, cuando en otros países de nuestro entorno más inmediato venía siendo usual la misma. Dos respuestas de polos opuestos pueden adelantarse intuitivamente: la auditoría no ha existido en términos reales porque la sociedad no sentía necesidad alguna de la misma, o bien al contrario, la inexistencia de una profesión fuerte impedía que la función se desarrollase. Ninguna de estas dos respuestas es del todo cierta, profundizando, como tendremos ocasión de realizar, en el análisis de las situaciones intermedias. En algunas ocasiones el legislador ha pretendido fomentar la función y en cambio ha puesto trabas al desarrollo de la profesión, y en otras ocasiones, reconocía la existencia de la profesión y limitaba el alcance de la función de la auditoría. El resultado, sin embargo, es el mismo: ni la función de la auditoría era una práctica generalizada, ni la profesión pudo desarrollarse con la intensidad que lo ha hecho en otros países. Partiendo de este argumento, la deslegitimación que ha sufrido la profesión auditora en España con la reciente regulación de la auditoría, viene explicada por los distintos avatares e infortunios que ha sufrido la profesión desde su ya lejano nacimiento. De esta forma la profesión auditora en España, ha asistido como convidado de piedra a una profunda reforma de un cuerpo normativo fragmentado y de muy limitado alcance, que ha denegado el estatuto profesional liberal a los auditores. Este hecho explica el grado de rechazo de los profesionales a la reforma, ciertas batallas en las audiencias judiciales y las constantes demandas para la reforma de la Ley de auditoría, con articulaciones ideoló-

gicas que pretenden legitimar, como única forma de organización institucional de la profesión, aquella que se basa en la autorregulación.

La realidad de la auditoría iba muy por delante de su regulación, motivo éste que explica la existencia de una actividad ocupacional, muy incipiente pero delimitada y de unos profesionales que la desarrollaban. Ello hacía que en España, aun a pesar de una regulación del todo inadecuada, la profesión existía y disfrutaba de ciertos niveles de prestigio y reputación, que habrían de ser refrendados a través de una regulación que institucionalizase dichos privilegios. Sólo cuando el desfase entre realidad y derecho adquiere cierta envergadura, surge un vacío legal digno de mover los pilares de la normativa, y es cuando el derecho regula la realidad. El problema surge, casi de forma inevitable, cuando pretende cubrirse legalmente una situación que funciona de facto.

Esta situación que afecta de forma clara a la propia organización de la profesión también ha tenido su eco en la función que desarrolla. En los últimos años en nuestro país se vive un período tenso en el que se está cuestionado el papel que viene a jugar la función de la auditoría y el de los profesionales que la desempeñan. Es decir, nos encontramos ante una *crisis de funcionalidad* de la auditoría y una *crisis de profesionalidad* de los auditores. El caso de la profesión auditora en España resulta en muchos parajes similares al de otros países, lo que nos puede llevar a la apreciación de orden general, de que toda profesión tarde o temprano sufre una crisis de funcionalidad cuando la sociedad empieza a sentir defraudadas unas expectativas. Lo especial del caso español no radica en la dimensión del conflicto, ni en las situaciones que lo han creado, sino en el corto espacio de tiempo en el que la profesión ha incurrido en dicha crisis.

2.3. El estatuto profesional de la profesión auditora en España

El éxito de una profesión depende de su propio comportamiento, y aun cuando no exista una clara historia de la profesionalización, sí que existe un marco de estudio para comprender el comportamiento de las profesiones. Portwood y Fielding (1981) precisaron la naturaleza de los privilegios profesionales, los cuales se refieren a la riqueza, entendida como la capacidad para mantener rentas económicas, reconocimiento legal, prestigio y poder. Para alcanzar estos privilegios las profesiones se embarcan en dos dinámicas (Klegon, 1978): una dinámica externa para alcanzar reconocimiento legal y una jurisdicción exclusiva donde desarrollar su actividad y una dinámica interna para lograr el control sobre la determinación de la esencia de su propio trabajo a través de su autorregulación.

El objeto de nuestro estudio va a quedar centrado en el análisis de las dos dinámicas a la que se ha enfrentado la profesión auditora española, con el objeto de explicar el estatuto profesional de los auditores en España. El análisis de la dinámica externa va encaminada al estudio de cómo las profesiones crean y mantienen sus mercados monopolísticos.

Existe una fuerte resistencia de los profesionales para someterse a la disciplina del mercado, y dado que los mercados profesionales son pocas veces monopolios naturales, resulta necesario crear las condiciones de exclusividad en la prestación del servicio. En estos casos la colaboración del Estado parece esencial. En primer lugar se ha de convencer al Estado para que desarrolle una regulación favorable a sus intereses bajo la premisa de que si existe demanda del servicio, ésta podría ser menor a la socialmente deseable (Richardson, 1988, p. 538). En segundo lugar se desea obtener del Estado una jurisdicción exclusiva y una protección de la competencia a través de sistemas de licencias (Willmott, 1986, p. 538).

Como demuestra la experiencia, el desarrollo de la auditoría está estrechamente ligado al propio desarrollo económico y a la actividad empresarial de un país, aspectos éstos que pueden explicar el retraso con que en nuestro país se ha implantado la auditoría. España vivió con demora la revolución industrial, además la época de la autarquía económica del régimen franquista y el alejamiento de los núcleos económicos internacionales, supuso una clara involución. Ahora bien, España vivió una gran expansión económica en la segunda mitad de la década de los sesenta. Si esta fecha la comparamos con la implantación legal de la auditoría en 1988, parece desvanecerse la idea de que en nuestro país no existía auditoría por ausencia de incentivos en la sociedad. Más bien al contrario, la respuesta de este retardo hemos de encontrarla en la resistencia que han demostrado las autoridades legislativas, quienes con una profunda concepción liberal de la actividad económica, nunca hicieron esfuerzos para la verdadera implantación de la auditoría, y con ello tampoco favorecieron el reconocimiento e institucionalización de la profesión auditora y de un mercado regulado en su favor.

En otro sentido, la dinámica interna va encaminada hacia la consecución de un dominio intelectual y organizativo sobre la actividad ocupacional (Larson, 1977), para lo cual la profesión suele hacer una defensa ideológica de la autorregulación como medio de organización de la labor —definición de normas y procedimientos— y control y vigilancia de la profesión a través de corporaciones profesionales —códigos de ética, procedimientos sancionadores, etc.—. El aislamiento profesional y la reducción de interferencia sobre su actividad son los verdaderos medios que garantizan poder a los profesionales (Parker, 1994).

Por lo que se refiere a la profesión auditora en España, el estatuto profesional definido en la reciente regulación de la auditoría ha limitado en gran medida esa capacidad autorreguladora. El modelo de organización de la profesión en España acepta pocos rasgos del modelo de profesión liberal y es esta falta de adecuación lo que nos va a permitir hablar de una crisis institucional de la profesión auditora. Esta crisis institucional no puede verse desligada del propio contexto social en la que ha nacido y ha debido operar la profesión (Willmott, 1986, p. 556), o lo que es lo mismo la profesión auditora en España tiene su propia historia que ha ido dependiendo de circunstancias políticas, económicas y legales que han restringido el desarrollo de la misma y que han impuesto límites a su capacidad autorreguladora. El objetivo del tercer epígrafe de este capítulo va encaminado al estudio de esta historia.

3. ANALISIS CRITICO DEL PROCESO HISTORICO DE PROFESIONALIZACION DE LA AUDITORIA EN ESPAÑA

3.1. El origen de la auditoría en España

_____ Resulta difícil situar el origen de la auditoría en España, ya que cualquier fecha referente puede considerarse subjetiva e irrelevante. Puede plantearse una breve incursión en la historia de la profesión auditora española, hablando más bien de momentos donde se aprecia claramente su ausencia. En este sentido, el trabajo histórico de Martínez García (1992), advierte claramente la ausencia de referencias a la auditoría en el Código de Comercio de 1885. Por ello, y debido a que no existía ninguna referencia relevante que permitiera hablar, aunque sólo sea en términos remotos, del germen de la auditoría, podemos afirmar de forma objetiva, que en esa fecha las autoridades no la concebían como necesaria.

Cuando fue promulgado el Código de Comercio de 1885 se daban unas circunstancias muy peculiares en el tráfico mercantil en España. La confianza recíproca que existía entre los comerciantes y las pequeñas empresas como base de la estructura empresarial, hacía pensar a las autoridades legislativas que era innecesario cualquier sistema de verificación por profesionales expertos independientes como medio de control de la actividad empresarial (Bercovitz, 1982). A ello hemos de unir que dicho código venía impregnado de un espíritu liberal que en nada beneficiaba la introducción de la auditoría, limitándose los aspectos contables a realizar referencias relativas a la llevanza de libros (Martínez García, 1992, p. 76). Esta parca regulación y la ausencia de la necesidad de la auditoría, hacían difícil el nacimiento de la profesión.

El transcurso del tiempo y el cambio en las condiciones sociales, tuvieron como resultado una disminución de la base de confianza entre los agentes mercantiles. La inevitable complicación de la actividad empresarial y de la técnica contable, la despersonalización del tráfico mercantil y el desarrollo de la inversión empresarial, fueron las principales circunstancias que hicieron que germinara en la sociedad la necesidad de instaurar un sistema de control por expertos independientes que otorgaran confianza a la información contable.

Pronto la realidad se situó por delante de la regulación, y el laxo régimen jurídico liberal al que estaban sometidas las empresas puso de manifiesto su incapacidad. El resultado fue una oleada de quiebras empresariales que enraizaron el tráfico mercantil y provocaron una crisis de confianza sobre la información contable que revelaban las empresas. El vacío legislativo y las crisis empresariales, podían convertirse en el catalizador que provocase una regulación de la auditoría.

Todo este ambiente sensibilizó a las autoridades públicas creándose determinados proyectos para introducir un sistema de auditoría como contrapunto a la libre actuación de la empresa. Ahora bien, ninguno de estos proyectos llegó a convertirse en derecho positivo, ya que todos quedaron frustrados bajo el acérrimo liberalismo, mal entendido, con el que las autoridades pretendieron dotar la vida de las empresas. Así pues, la controversia parecía que quedaba enmarcada entre los intereses privados de los comerciantes y el interés del público de la sociedad. Lo que suponía un cierto enfrentamiento entre el sistema de control basado en la auditoría y el secreto de la contabilidad de los comerciantes (Rodríguez Sastre, 1977). De esta forma el secreto contable se concebía como un límite al desarrollo de la auditoría.

No obstante, y aunque el clima social y los valores imperantes no sirvieron para mover los pilares de una legislación liberal que no favorecía la implantación de la auditoría, podemos destacar que sirvió para la sensibilización de un colectivo, el de Titulares Mercantiles, que entendió la auditoría como una posible vía de desarrollo profesional (Gironella, 1979). La movilización de este colectivo en favor de la implantación de la auditoría se dejó sentir en sus primeros congresos nacionales celebrados los años 1891 y 1901. En ambos congresos se concluyó que las condiciones por las que pasaba el tráfico mercantil hacían aconsejable instaurar un sistema de control de la actividad empresarial, así como que este control fuese llevado a cabo por los titulares mercantiles. No obstante, estas demandas no cristalizaron.

Sin embargo, en el cuarto congreso nacional de Titulares Mercantiles en 1932, se apreció un cambio importante. Se abogaba por una auditoría en la que los profe-

sionales que la llevaran a cabo debían contar con una titulación específica, con conocimiento técnico suficiente y con un sistema de habilitación específico. Todo ello hace pensar que ya se estaba perfilado la figura del profesional auditor. Asimismo, se hacía referencia a la necesidad de la colegiación de los auditores, para lo cual habría de crearse un cuerpo de Censores de Cuentas. Este proyecto fue quebrado por la situación política de nuestro país, que concluyó con la división de las dos Españas y la mayor crisis social que jamás ha vivido nuestro país: la guerra civil. Sólo acabada la contienda, y bajo el signo de la reconstrucción nacional, pudo retomarse el proyecto de creación de un cuerpo de contadores. Bajo la dependencia del Consejo Superior de Colegios Oficiales de Titulares Mercantiles se creó en 1942 el Instituto de Censores Jurados de Cuentas como colectivo especializado en la realización de auditorías, aprobándose sus estatutos en 1945 por la Dirección General de Comercio y Política Arancelaria del Ministerio de Industria y Comercio (véase Martínez García, 1992).

Este reconocimiento legal es el que puede considerarse como el nacimiento de la profesión auditora en España, si bien con la peculiaridad propia de la inexistencia de regulación que contemplase la necesidad de someter a auditoría las cuentas anuales de las empresas. La finalidad de la reciente profesión auditora no era otra más que recoger la creciente sensibilidad en favor de la instauración de la auditoría y mediar por una regulación de la auditoría. El proyecto de profesionalización debía, por tanto, luchar contra una inexistente regulación.

Antes de terminar este epígrafe queremos señalar un hecho ocurrido por aquellas fechas que, si bien en aquel momento no fue relevante, sí que resultó de gran importancia años más tarde. Nos referimos a la presencia en nuestro país de las firmas multinacionales de auditoría. La historia nos señala que fue a finales de la década de los años veinte, cuando la primera firma internacional de auditoría se ubicó en España. Concretamente la primera firma que se instaló fue Price Waterhouse en 1929. Sin embargo, las circunstancias provocaron que no llegara a operar de una forma continuada, por lo que, de hecho, sólo puede afirmarse que las firmas internacionales se establecieron en España a partir de la década de los sesenta.

3.2. La introducción de la auditoría «ficticia»

Un importante hito delimitador del estatuto profesional de los auditores en España se produjo en 1951, fecha en la que fue promulgada la Ley de Sociedades Anónimas. En este momento aparece regulada, por primera vez en nuestro país, la auditoría. No obstante, el alcance y la naturaleza con la que fue planteada, ha he-

cho que se haya acuñado la expresión de «auditoría ficticia», ya que truncó el proceso de profesionalización del colectivo de los censores de cuentas y limitó las expectativas de una jurisdicción exclusiva para acometer la función de la auditoría. En suma, la regulación legal de la auditoría no sirvió para que la profesión auditora adquiriese un reconocimiento legal, al menos con la intensidad deseada por el colectivo profesional. Aun cuando la auditoría quedó instaurada, con enormes limitaciones, la profesión sufrió un claro revés pareciendo que el legislador evitó concienzudamente conferir el status profesional a los auditores en nuestro país.

El sistema resultaba insuficiente en cuanto a los intereses que pretendía tutelar y deficiente en cuanto a la forma en la que se organizó la función de la auditoría. La insuficiencia del sistema queda patente al concebir la auditoría como una manifestación del derecho del accionista a la información contable. La limitación de este sistema llamado de *censura* resulta obvia, dado que no consideraba otros intereses como los de acreedores, trabajadores, Estado y público en general. Ahora bien, el derecho a la información del accionista quedaba extremadamente matizado por la necesidad de velar por el secreto contable, pudiéndose leer en la propia exposición de motivos de la Ley, la limitación impuesta al accionista para investigar en la contabilidad de la empresa, hablándose incluso del accionista mal intencionado o indiscreto. La errónea interpretación del concepto del secreto contable, enfrenándolo a un sistema de control a través de la auditoría, resulta muy palpable pareciendo como si la actividad de las empresas estuviese sometida a un blindaje que tenía que mantenerse a cualquier precio (Blanco, 1980, p. 256). La intención del legislador parece clara de tal forma que el secreto contable tuviera como resultado que el conocimiento de la contabilidad de las empresas se convirtiera en materia reservada, enigmática e incontrolada (Broseta, 1987). Así para llevar el control de la dirección, el Anteproyecto de Ley instauró un sistema, sin parangón alguno en el mundo desarrollado, a través de la figura de los accionistas censores de cuentas (puede consultarse, Uría, 1976; Vicent Chuliá, 1986).

Ciertos cambios fueron instaurados en el Anteproyecto. Ahora bien, como señala Bercovitz (1982, p. 51), los mismos no los motivaron las críticas realizadas por la doctrina, ni los esfuerzos realizados por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas. Los cambios se introdujeron para recortar los derechos de los accionistas minoritarios, imponiendo límites al acceso a la información por parte de éstos. El marco regulador establecido pretendía, en definitiva, preservar la información de la empresa a supuestos accionistas que disientían del órgano de gestión, para lo que, amparándose en la supuesta honorabilidad y secreto profesional del auditor, introdujo un verdadero sistema de auditoría de cuentas por profesional independiente y experto, si bien con alcance limitado y carácter excepcional.

Al margen de las deficiencias jurídicas del sistema lo importante a nuestros efectos es resaltar que a través de la Ley de Sociedades Anónimas de 1951 se institucionalizó, aun con las limitaciones señaladas, la función de la auditoría. Ahora bien, esta implantación de la auditoría, no iba en principio a conllevar el desarrollo de la profesión, ya que no existía una regulación que definiera una jurisdicción exclusiva para los auditores. La profesión no veía institucionalizada su figura con la primera ley que regulaba la auditoría en nuestro país, de forma que auditoría y profesión no seguían caminos paralelos, por lo que la profesión en su proceso de profesionalización debía ahora comenzar a luchar contra una regulación del todo adversa a los intereses profesionales.

3.3. La salvaguarda de nuevos intereses que proteger en el tráfico mercantil

Progresivamente fueron surgiendo nuevas circunstancias que generaron, a su vez, nuevas necesidades en el tráfico mercantil y por ello nuevos intereses que proteger y tutelar. Esto provocó, en lo que se refiere a la auditoría, la emisión de una normativa parcial y fragmentaria, cuyo hilo conductor sólo parece poder explicarse a través de los intereses que se pretendían tutelar y sobre los cuales se legisló. Ahora bien, ello no es sino una clara manifestación más de la falta de concepción del legislador de la auditoría como un sistema de control en favor del interés público general.

Los primeros intereses a tutelar, y que adquieren mayor relieve al objeto de nuestro estudio, derivaron de las necesidades informativas que empezaba a demandar un incipiente mercado financiero que fue creado en la década de los sesenta. Las necesidades informativas de los inversores parecían el marco idóneo para que se creara una verdadera función de la auditoría con el alcance y naturaleza que ya existía en países occidentales, una vez que ya podía constatar el fracaso del sistema de censura establecido por la Ley de Sociedades Anónimas de 1951.

En este sentido, cabe destacar el Real Decreto de 30 de abril de 1964 sobre Sociedades y Fondos de Inversión y Bolsas de Comercio. En su artículo 21 se señalaba que las empresas cuyos valores fuesen admitidos a cotización en Bolsa estaban obligadas a facilitar a la Junta Sindical de las Bolsas, balances y cuentas de pérdidas y ganancias certificadas por técnicos titulados miembros del Instituto de Censores Jurados de Cuentas. Este Real Decreto fue desarrollado por el Reglamento de Bolsas Oficiales de Comercio de 1967, en el que se señalaba que la solicitud de admisión a cotización oficial debía venir acompañada, entre otros documentos, por los

balances, cuenta de pérdidas y ganancias y aplicación de resultados de la sociedad correspondiente a los tres últimos años, debiendo quedar certificado el último balance por censor jurado de cuentas.

Parecía que el legislador venía a salvar las limitaciones del sistema anterior de censura a través de los accionistas censores, si bien con el alcance limitado que suponía unas pocas empresas que cotizaban en bolsa. No obstante, la historia de infortunios por los que ha pasado la profesión en su proceso de profesionalización, no se vería facilitada por esta normativa, en principio esperanzadora.

El problema que surgió en este caso fue por el sentido que las Juntas Sindicales de Bolsa hicieron del concepto de certificación. En efecto, dichas Juntas concibieron que lo que el legislador requería era que el profesional, miembro del Instituto de Censores Jurados de Cuentas, acreditara, meramente, la coincidencia del contenido de las cuentas anuales con lo que figuraba en los libros contables de la sociedad. Esta interesada interpretación que hacían las Juntas Sindicales de Bolsa, parece totalmente incoherente, dado que lo que se pretendía a través de la regulación era velar por el interés del público inversor y dotar al mercado financiero de transparencia y profundidad en aras a alcanzar una eficaz asignación de los recursos. El sentido que se pretendía dar al vocablo *certificación* en nada podía velar por salvaguardar los intereses de inversores y por la eficacia de dicho mercado. La intención del legislador no parecía albergar dudas en función de los intereses que pretendían ser protegidos y de las funciones exigidas al mercado.

La eficacia de la normativa quedó, pues, condicionada al concepto interpretado de verificación y con el devenir de los tiempos los efectos prácticos que tuvo para la introducción de la auditoría en España y para el desarrollo de la profesión sólo cabe considerarlos como decepcionantes (Millan, 1970).

Los argumentos que utilizaban las bolsas para desarrollar esa interpretación restringida del concepto de certificación, fueron que existían pocas empresas que cotizaban en Bolsa y que los costes que suponía la auditoría, podían desincentivar a estas a su cotización, pareciendo contravenir el objetivo de política económica: la creación de un mercado profundo como vehículo del ahorro que hiciera crecer la inversión productiva en nuestro país. Asimismo las Bolsas argumentaban la existencia de sus propios servicios de estudios, que hacían velar por los intereses de los inversores, demostrando un desconocimiento total de la especializada función que cubren los auditores, que en ningún caso puede ser comparable con un servicio de estudios.

No obstante, estos argumentos cobraban peso e iban adquiriendo legitimidad dentro de un contexto en el que se daba una total ausencia de empresas sometidas a una verdadera auditoría, por lo que no habrían de ser aquellas empresas que venían a cumplir con un alto objetivo de política económica las que sometieran únicamente sus cuentas a auditoría: el valor social de la auditoría no parecía entenderse. Por otra parte si estas empresas sometieran sus cuentas a auditoría, éstas se verían inspeccionadas por accionistas censores, por Censores Jurados de Cuentas designados por la minoría de accionistas descontentos y por un censor jurado de cuentas para su admisión a cotización; demasiadas revisiones en un contexto social en el que se desconocía la verdadera labor que venían a cumplir los auditores de cuentas y donde el secreto contable había adquirido bastante arraigo. En suma, la nula exigencia de las bolsas para que las empresas realizaran una auditoría de sus cuentas, unida a que las autoridades legislativas nada hacían para que se cumpliera con la filosofía de la norma, dieron una vez más al traste con la implantación de la auditoría en nuestro país, sin la cual la profesión no podía subsistir y desarrollarse.

La auditoría, como función, sufría con ello un claro revés; no tanto la profesión que sí veía reconocida su figura, denegada con carácter subsidiario y excepcional en la regulación de 1951. Bien es verdad que la limitación del alcance de certificación que se pretendía imponer, según la cual el auditor no parecía otra cosa que un fedatario público, no satisfacía enteramente a la profesión; principalmente porque el trabajo exigido limitaría enormemente sus honorarios, motivo por el cual el Instituto de Censores Jurados de Cuentas, pretendió, en primera instancia, argumentar en favor de una interpretación no restringida del término certificación y que se cumpliera con la finalidad de la normativa bursátil. Esta corporación profesional hizo ingentes esfuerzos para que se hiciese una adecuada interpretación de la finalidad de la normativa, interponiendo numerosos escritos enviados al Ministerio de Hacienda (ICJC, 1970), así como interponiendo preguntas en las Cortes Generales para que se diesen explicaciones de por qué las autoridades y las bolsas no exigían una efectiva explicación de la norma (Pont, 1991).

Esas peticiones nunca fueron oídas, de forma que nuevamente la auditoría quedaba desacreditada, por lo que el Instituto de Censores Jurados de Cuentas pareció entender que la mejor opción era acomodarse a los intereses de la Bolsa, acordando en asamblea General de 25 de enero de 1973, que sus miembros aceptasen la interpretación restrictiva impuesta por las Bolsas. Esto pareció la única opción que pudo tomar la profesión, dado que se estaba dando cierto intrusismo profesional en la medida que las bolsas admitían la certificación de personas no miembros del Instituto de Censores Jurados de Cuentas. Sin embargo, como señala el profesor Fernández Peña, ésta pudo ser una opción válida en el muy corto plazo y

como defensa de una jurisdicción ocupacional otorgada por la regulación, pero que haría, en el largo plazo, perder legitimidad al profesional y ocasionaría una pérdida de reputación irrecuperable.

Un nuevo hito en el proceso de desarrollo y configuración de la profesión auditora en España queda situado en 1973 con la reforma del Código de Comercio. El texto del código hizo resurgir los lastres que habían anclado el desarrollo de la auditoría en nuestro país. Se volvió a introducir el principio del secreto contable equiparado al derecho individual a la intimidad, e igualmente se señaló que la auditoría sería realizada en la medida que resultara indispensable. Nuevamente, la inadecuada concepción del secreto contable puso trabas al alcance con el que ha de entenderse la auditoría, al realizarse una extraña oposición entre ambos, pareciendo que la legislación no llega a entender correctamente el papel que juegan los profesionales capacitados independientes, cuyos requerimientos de conducta ética velan, en todo momento, por el secreto profesional (Pont, 1973).

Aunque esta cuestión resulta expresiva para adelantar la intención del legislador y el posible alcance en términos prácticos de la reforma en lo referente a la introducción de la auditoría en nuestro país, más importante es, si cabe, su referencia a los profesionales que debían acometerla. En efecto, en el Anteproyecto que entró en las Cortes Generales aparecía la figura del experto autorizado, pareciendo que la intención del legislador era retardar la reforma hasta que no se precisara por vía reglamentaria esta figura. No obstante, el texto definitivo no aclaró nada sobre este particular, sino que al contrario aludió a que la auditoría debía ser realizada por un experto cualificado al que denominó «experto habilitado superior». El matiz que se introduce fue importante, dado que el legislador entendió que la figura que se habilitara debía contar con una formación universitaria superior, siendo curioso que la titulación con la que contaban la mayoría de los profesionales reconocidos en regulaciones anteriores, los Censores Jurados de Cuentas, era considerada de nivel técnico. Así pues el legislador no sólo no quería que ningún colectivo monopolizara la actividad sino que también denegaba capacitación profesional a los únicos profesionales que, con un alcance muy limitado, habían venido realizando auditorías hasta ese momento.

Esta posición del legislador parece que era una respuesta a la lucha entre distintos colectivos que se consideraban con derecho a ejercer la función de la auditoría, a detentar la tradición y a representar al colectivo, particularmente los economistas, avalados por su formación, y los Censores Jurados de Cuentas, avalados por su tradición histórica. El legislador, ante las presiones de unos y otros, remitió la precisión del profesional habilitado y de su estatuto profesional —responsabili-

dades, incompatibilidades, retribuciones y régimen de actuación—, a su posterior desarrollo reglamentario (Fernández Peña, 1983). Este desarrollo nunca fue realizado, con la consecuencia de que este vacío legal, causado por la indeterminación del profesional habilitado, suponía de hecho la ausencia de creación de profesión auditora y por ello la ausencia de su institucionalización (Broseta, 1978, p. 77). El proceso de profesionalización sufrió un nuevo revés y la auditoría no fue introducida en nuestro país en términos reales.

4. LA HISTORIA RECIENTE DE LA AUDITORIA EN ESPAÑA

4.1. La instauración de un nuevo sistema político

A partir de 1973, el desarrollo de la profesión auditora en España quedó en suspenso, puesto que el estatuto de los profesionales no llegó a perfilarse y con el tiempo la profesión perdió interés en presionar a las autoridades para que regulara la auditoría. Hemos de llamar la atención también sobre el hecho que España vivió un claro punto de inflexión en 1975 con la caída del régimen franquista, lo que provocó la instauración de un nuevo sistema de libertades y la construcción de una nueva forma de vivir en sociedad (puede consultarse Bougen, 1997). Los cambios sociopolíticos y la construcción del nuevo Estado de derecho español eran una tarea tan ardua que el legislador entendió que había problemas más urgentes que resolver y bien podía esperar, entre otros aspectos, la regulación de la auditoría.

No obstante, de forma voluntaria las empresas iban aceptando la práctica de la auditoría, debido fundamentalmente a la mayor implicación de éstas en la economía internacional. Por otra parte se dieron determinadas circunstancias para que dos grandes sectores sirvieran de catalizadores de esta implantación voluntaria. Por un lado, las grandes crisis financieras de determinados bancos, hicieron tambalear el equilibrio del sistema financiero español, lo que provocó que el Banco de España recomendara la realización de auditorías en dicho sector, cuya práctica se generalizó en pocos años. En segundo lugar, las empresas públicas, con el objeto de borrar la imagen de mala gestión y falta de control de la financiación pública, contribuyeron enormemente al despegue de la función de la auditoría.

Al margen de estas cuestiones, hemos de señalar que el verdadero elemento impulsor de la auditoría voluntaria en España fue la implantación de las firmas internacionales de auditoría en nuestro país, ya que prácticamente sólo las empresas con capital mayoritariamente extranjero solicitaban los servicios de auditoría de cuentas (véase, Gabás Trigo, 1992; García Benau y Humphrey, 1992). Con pequeñas diferencias, la entrada de las firmas internacionales de auditoría en España cabe

situarla en la década de los sesenta, encontrando éstas una regulación de la auditoría fragmentaria y una profesión autóctona que parecía haber perdido la esperanza de su institucionalización. El escenario en principio no parecía muy favorable, dado que la sociedad desconocía casi por completo la función de la auditoría y las empresas eran enormemente reticentes a la misma. Esto provocó que las firmas internacionales de auditoría sirvieran, en gran medida, como catalizador para despertar el interés de la sociedad por la auditoría. Así pues, las firmas internacionales pronto coparon las necesidades y demandas de auditoría en nuestro país, avalándose con su prestigio y su elevada independencia profesional. La única firma española digna de mención era Espaccontrol, cuyo tamaño la hacía comparable con las firmas internacionales. Sin embargo, esta firma acabó fusionándose con Deloitte Haskins & Sells. En los últimos años, Audihispana ha adquirido un volumen que la sitúa junto a las Seis Grandes, posicionándose como la firma española más importante de finales de los años noventa (véase, *International Accounting Bulletin*, 31 octubre 1997).

Uno de los aspectos que marcaron la época de la redacción del Código de Comercio de 1973 fue la lucha entre las corporaciones profesionales. En la década de los setenta la administración pública española sufrió una clara revolución tecnocrática, donde emergió, con una pujante fuerza, la figura del economista. Avalado por este creciente prestigio, en 1977 se reguló el estatuto profesional de los economistas, entre cuyas competencias se recogía la de la auditoría. La falta de una definición del Código de Comercio sobre el estatuto profesional del auditor y esta aureola que empezaba a recubrir la figura del economista, hizo que el Consejo General de Colegios de Economistas creara el Registro de Economistas Auditores como un claro intento de anular el monopolio de representación que había detentado el Instituto de Censores Jurados de Cuentas.

Una de las principales disputas en las que se enzarzaron estas corporaciones fue por un conflicto surgido en torno a las firmas internacionales. Como decíamos, estas firmas coparon la demanda voluntaria de la auditoría en España, si bien su actividad no contaba con un marco regulado que las amparara, dado que el Código de Comercio en su redacción hablaba del habilitado en singular, de forma que la figura de las empresas auditoras era una desconocida en nuestro ordenamiento. Pronto las corporaciones, dado el prestigio de estas firmas y la actividad que realizaban, concibieron como un elemento que diera peso y prestigio a su corporación contar con estas firmas como miembros, y tanto el Instituto de Censores Jurados de Cuentas como el Registro de Economistas Auditores, comenzaron la negociación con estas firmas para su incorporación a las corporaciones. Las rigurosas condiciones que impuso el ICJC, entre las que destaca la no utilización del nombre de

marca, hizo que las firmas internacionales se integraran en el REA, consiguiendo éste ingresar en sus filas auditores muy reputados.

En 1982 hubo un cambio político que habría de ser trascendental para la profesión auditora, puesto que tras más de doscientos años de gobiernos liberales con ciertas discontinuidades, accedió al poder un partido socialista con una nueva concepción en torno al bienestar general, lo que indudablemente adquiere enorme importancia a efectos de la implantación de la auditoría. Unido a ello en el programa político de este partido aparecía la vocación por la adhesión de nuestro país a la Unión Europea, lo que supondría asumir toda la normativa comunitaria, y entre ella la octava directiva del derecho de sociedades comunitario sobre habilitación profesional de los auditores.

Desde la incorporación de este partido a las labores de gobierno la situación de la auditoría y de la profesión se revitalizó, y ya en 1983 fue elaborado un Anteproyecto sobre la Ley de Auditoría. Fue en octubre de 1987 cuando el Consejo de Ministros aprobó para su entrada en debate parlamentario la ley de auditoría de cuentas, que ha merecido numerosas críticas por parte de las corporaciones profesionales y que constituye un argumento de la existencia de una crisis institucional de la profesión auditora si atendemos a dos aspectos: el reconocimiento de la profesión auditora y el estatuto profesional, y la organización de la actividad de la auditoría.

Una de las cuestiones más importantes que había que resolver era plantear el sistema de habilitación de los profesionales, puesto que de ello iba a depender el éxito en la implantación de la auditoría. En los primeros borradores reconocidos de la Ley, los requisitos exigidos para la inscripción en un registro, que se crearía al efecto (dependiente del ministerio de Economía y Hacienda), fueron que los profesionales contaran con «capacidad general» y experiencia profesional probada. Para ello habrían de haber actuado, como mínimo, durante tres años ejerciendo auditoría. El sistema previsto, aun cuando con cierta consistencia lógica, no pareció contentar a ninguna de las corporaciones profesionales, ya que parecía que prevalecían los intereses de aquellos profesionales que más tiempo venían actuando. Esta controvertida situación fue resuelta en la redacción definitiva de la ley no concediendo derecho alguno, al menos explícito, a ningún colectivo específico y no reconociéndose derechos históricos, de forma que todos los profesionales que pretendiesen ser habilitados se situarían en la misma situación ante la Administración. Esto hizo que las dos corporaciones más importantes comenzaran a luchar por ostentar la representación de la profesión, lo cual tendría lugar por el mayor número de auditores habilitados miembros de su corporación.

El regulador, no obstante, previó este «efecto anuncio» y con el objeto de que no se inflase de forma artificiosa los miembros de las corporaciones y no se produjese una indiscriminada acreditación por parte de las corporaciones en favor de sus miembros, pretendió situar a todas las personas con expectativas para ejercer la profesión en las mismas condiciones, para lo cual indudablemente tendría que limitar enormemente las exigencias. A ello responde la polémica Disposición Transitoria Primera de la Ley de Auditoría en la que se señalaba que se entenderá que tienen la formación práctica exigida aquellas personas que cuenten al menos con un año de experiencia, en la fecha de entrada en vigor de la ley, en trabajos realizados en el ámbito financiero y contable referidas especialmente a cuentas anuales, cuentas consolidadas o estados financieros análogos. Los requisitos resultaban, sin duda, poco exigentes para conseguir la habilitación de auditor, dado que los términos en que quedaba definida la disposición transitoria, serían muchas las personas que podían quedar reconocidas como auditores, sin que nunca hubiesen realizado una auditoría ni tuviesen conocimientos específicos de la misma.

El resultado no podía ser otro, y la avalancha de peticiones para quedar inscritos como auditores se cifró en más de cincuenta mil, curiosa cifra dada las circunstancias anteriormente resaltadas de un país donde la auditoría no era socialmente reconocida y donde la mayoría de las que se hacían voluntariamente era acometida por las grandes firmas internacionales. Ahora bien, sólo se le reconoció este derecho a algo más de trece mil auditores, cifra ésta que duplica en mucho al número, que con anterioridad a la ley, estaban inscritos en algunas de las corporaciones profesionales. La ley no sólo no reconoció la existencia de una profesión auditora que ya venía ejerciendo, en lo que Gonzalo (1995, p. 597) denomina *efecto amnesia*, sino que hizo aflorar artificiosamente un volumen importante de auditores. La conclusión que podemos sacar de este cúmulo de acontecimientos parece clara y es el fracaso de la profesión para conseguir su reconocimiento, denegado durante años, y cerrar el mercado ante profesionales a todas luces no competentes.

4.2. Algunas reflexiones adicionales sobre el estatuto profesional de los auditores en España

De la revisión de la literatura internacional relativa al estudio de las profesiones, podemos señalar que uno de los objetivos básicos de toda profesión es obtener y mantener su capacidad de autorregulación. Es decir, la propia profesión decide la forma de realizar su trabajo y las condiciones en las que el mismo se va a desarrollar. Esto supone que gran parte del poder que ostentan los profesionales queda estrechamente vinculado a la capacidad de autorregular su actividad, ya que

de la autorregulación se deriva la posibilidad de aislar su actividad de injerencias externas y con ello minimizar el grado de control e interferencia sobre su trabajo, aspectos ambos que posibilitan el ejercicio de la autoridad intelectual y organizativa sobre la actividad ocupacional (Parker, 1994). A este respecto Willmott et al. (1993, p. 69) insisten en que el poder y el valor de una profesión dependerán de la capacidad de sus miembros para controlar las condiciones materiales e ideológicas de su trabajo, lo cual, indudablemente, depende de la capacidad con la que se cuenta para autorregular su actividad.

Sobre este aspecto, que determina de forma precisa el estatuto de los profesionales de la auditoría, la gestación parlamentaria de la Ley de Auditoría fue sumamente conflictiva y en ella pudo contemplarse la existencia de una clara confrontación entre las dos fuerzas políticas mayoritarias representadas en el arco parlamentario español, con concepciones sobre cómo organizar la actividad de la profesión auditora radicalmente opuestas. Por una parte el grupo parlamentario socialista, el cual sustentaba al gobierno, que defendió un modelo de regulación de la actividad de la profesión por parte de los poderes públicos, mientras que el principal partido de la oposición, con una profunda ideología liberal, concebía un modelo de autorregulación por parte de las propias corporaciones profesionales. El problema de la organización de la actividad profesional mereció un profundo debate en las cortes y más que un problema técnico como aparentemente parecía en su origen, se convirtió en un problema de naturaleza política, reduciéndose el mismo a una mayor intervención pública o bien a la necesidad de una mayor participación de la sociedad civil. La mayoría del grupo parlamentario socialista hizo que la balanza se decantará en favor de un modelo de organización profesional intervencionista, adquiriendo cierta resonancia la frase de que la administración pública no parecía confiar ni en auditados ni en auditores.

En términos absolutos, ninguno de los dos modelos extremos de organización de la actividad profesional, autorregulación o regulación externa, resultan más eficientes. La racionalidad de la autorregulación encuentra su justificación en que se espera que la profesión auditora pueda ofertar la cantidad y la calidad del servicio deseada por los beneficiarios del mismo, siendo consistente con el espíritu liberal que considera que las formas voluntarias de regulación son más aceptables para la sociedad que la regulación pública (Willmott et al., 1993). Por el contrario, las limitaciones que se derivan de la autorregulación es el excesivo control de la profesión sobre el desarrollo de su actividad y la falta de incentivos para crear un alto nivel de eficiencia en la prestación del servicio (Shaked y Sutton, 1981).

El modelo de organización de la actividad profesional no parecía poder adquirir otro sentido que no fuera el de una profesión estrechamente regulada por autoridades administrativas. A esta situación se llegaba inevitablemente por la falta de tradición de la profesión auditora en España, y a la vocación de control del gobierno socialista sobre todas las instancias sociales. Así pues, el modelo de organización y control de la profesión auditora en España fue intervencionista, creándose un organismo dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda, el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, al cual la ley ha conferido de forma directa o subsidiaria las principales funciones sobre la organización y control de la actividad profesional.

Dicho organismo ostenta las competencias sobre el régimen disciplinario y sancionador de los miembros de la profesión y el control técnico para verificar que los profesionales desarrollan su trabajo de acuerdo con la legislación. Uno de los aspectos más controvertidos y que mayores críticas ha merecido por parte de la profesión, es el posible acceso a los papeles de trabajo y cualquier documentación de los auditores por parte de este organismo público cuando así lo exija el superior interés público, poniendo en cuestión unos de los principales valores de todo profesional, o sea el controvertido secreto profesional. Por otra parte, la ley delega en las corporaciones profesionales otras funciones importantes sobre la organización de la profesión, tales como emisión de normas contables y procedimientos de auditoría, el control de calidad, el acceso a la profesión, etc. Ahora bien, esta delegación se realiza de forma subsidiaria, ya que en el caso de que dichas corporaciones no realicen de forma adecuada sus atribuciones, será el propio Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas el que asuma esta responsabilidad. Podemos, en puridad, hablar de un sistema de regulación mixto, en el cual el organismo público cuenta con grandes atribuciones, y donde la profesión podrá mantener cierta capacidad autorreguladora dependiendo de su comportamiento.

La profesión ha sido sumamente crítica con el modelo de organización basado en la regulación externa, puesto que la misma es percibida como una disminución del poder y de los privilegios de los profesionales, suponiendo esto una reducción de los incentivos para el ejercicio de la actividad. Asimismo la regulación externa implica una serie de costes derivados de los mayores requerimientos en la realización del trabajo que pueden encarecer el servicio. Estos costes, en un contexto marcado por la competencia, pueden no ser traspasados a los clientes, aumentando por otra parte su exposición ante litigios judiciales derivado de las mayores obligaciones que explícitamente pueden derivarse de la regulación externa (Gaa, 1991). Por todo ello las injerencias externas sobre la regulación de la actividad profesional han sido entendidas por la profesión como el incremento del poder de

las autoridades en detrimento del poder profesional, así como la violación de la legítima libertad y los derechos morales de los miembros de la profesión.

Para ello la profesión auditora española ha pretendido defender la autorregulación a través de una articulación ideológica, que como señalan Robson et al. (1994, p. 533) pretende naturalizar la misma y actuar en los siguientes órdenes: clarificar la auditoría como una actividad distintiva; justificar el modelo apropiado de estructurar la función y hacer similar la regulación de la actividad con la autorregulación. En este sentido, los miembros más influyentes de la profesión, entre los que destacan los presidentes de las corporaciones profesionales y los presidentes de las grandes firmas de auditoría, se han lanzado a una campaña encarnizada en los medios de comunicación y revistas a su servicio en defensa de la autorregulación. Como exponente más representativo de esta estrategia cabe resaltar el que se haya recurrido, si bien sin éxito, la Ley de Auditoría ante el Tribunal Constitucional.

En síntesis, si como señalábamos anteriormente el poder profesional que se deriva de la autorregulación depende de la capacidad de la profesión para aislar su actividad de terceros y de minimizar el control sobre la misma, no podemos menos que concluir que la profesión auditora en España parece haber limitado mucho el disfrute de los privilegios derivados de su status. Ello nos lleva a argumentar que la profesión auditora española, no parece haber conseguido su deseo de ostentar su capacidad para autorregular su actividad.

Esto nos va a permitir reflexionar sobre la situación de la profesión auditora en lo que se refiere al sistema de organización institucional que regula su actividad. Sirviéndonos de la metáfora del equilibrio de la teoría económica neoclásica, podemos argumentar que los privilegios de los que puede disfrutar la profesión auditora en España dependerán de la capacidad de hacer frente a las necesidades de los beneficiarios de los servicios de auditoría. El punto de equilibrio vendrá establecido cuando los profesionales actúen movidos por el bienestar público y con un compromiso por el servicio que exceda sus propios intereses privados. De esta forma los privilegios vendrán condicionados a que la profesión actúe como verdaderos guardianes del interés público (Sikka et al., 1989, p. 48; Willmott, 1990).

CAPITULO 4

LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LOS SERVICIOS DE AUDITORIA EN ESPAÑA. ANALISIS EMPIRICO

En este capítulo se presenta un estudio empírico realizado para la determinación de la estructura del mercado de servicios de auditoría, y en especial, del tipo de competencia que rige en él.

I. UNA APROXIMACION INICIAL A LA NATURALEZA COMPETITIVA DEL MERCADO DE AUDITORIA EN ESPAÑA

En 1986, España se adhiere a la entonces denominada Comunidad Europea. La vinculación económica a organismos supranacionales implica la necesidad de que los sistemas contables de los países adheridos se vean afectados por el nuevo entorno que los delimita. Así pues, las adaptaciones a las regulaciones europeas supusieron para nuestro país un cambio cualitativo muy significativo en cuanto a la información financiera que debían formular las empresas y que deberían ser auditadas por profesionales cualificados. Este cambio incidió de lleno en el desarrollo de la profesión auditora y en su regulación.

Un recorrido por la historia de la auditoría legal en España, permite afirmar que actualmente nos encontramos ante un mercado maduro y consolidado. Por ello, pensamos que las conclusiones que se pueden extraer en este momento, tras haber superado el boom inicial de someter a auditoría legal las cuentas anuales de las sociedades requeridas, son válidas para inferir las consecuencias y efectos que esta situación tiene sobre el futuro desarrollo de la profesión de auditoría en nuestro país. Ahora bien, para poder sostener con argumentos válidos las ideas que acabamos de exponer, debemos contrastar cómo se configura la oferta y la de-

manda del servicio de auditoría en España y analizar si la información disponible es o no válida para poder conocer el tipo de competencia que existe.

Para conocer el número de oferentes del servicio de auditoría con el que contamos en España, así como el número de empresas que realizan auditoría, hemos analizado la información que publica el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Dicha información es obtenida por el Instituto directamente de las firmas de auditoría y los profesionales individuales, y ha venido presentándose durante los últimos años a través de unos informes generales sobre la situación del mercado de auditoría en nuestro país.

El número de oferentes del servicio de auditoría en España puede ser obtenido a través de la cuantificación del número de profesionales registrados en el ROAC. En la tabla 4.1 se presenta la información que sobre este particular existe publicada.

TABLA 4.1

Oferta en la prestación del servicio de auditoría en España

Años	Personas físicas inscritas en el ROAC	Sociedades inscritas en el ROAC	Audidores individuales ejercientes	Suma de sociedades inscritas e individuales ejercientes
1991	13.468	645	4.786	5.431
1992	13.418	713	4.688	5.401
1993	14.369	735	4.606	5.341
1994	14.386	744	4.488	5.232
1995	14.332	757	4.414	5.171
1996	15.574	802	5.253	6.055

Dos datos deben destacarse de los reflejados en la tabla 4.1. En primer lugar, que el número de personas físicas y sociedades inscritas en el ROAC se ha estancado claramente desde 1993, registrándose unas tasas de crecimiento prácticamente nulas o incluso negativas. El crecimiento producido en el año 96 se corresponde básicamente con la incorporación del grupo de auditores que fue habilitado en las pruebas de acceso a la profesión. Por otro lado se debe resaltar el hecho de que, a lo largo de todo el horizonte temporal analizado, la proporción de auditores individuales ejercientes es muy baja, rondando en torno al 30% (puede verse BOICAC, números 9, 13, 18, 21, 25 y 30).

Esta información sobre la breve historia de la oferta de auditoría en España nos permite afirmar que nos encontramos ante un mercado en el que ha existido una fuerte expansión de los servicios de auditoría, durante los dos primeros años de auditoría obligatoria pero que rápidamente se produjo un posterior estancamiento. Por otro debemos ser conscientes de que, en términos reales, la cuantificación de la oferta de servicios de auditoría en España debe ser evaluada en términos de auditores ejercientes (personas físicas y sociedades). Desde este punto de vista, concretamente, en 1996, la oferta en el mercado, considerando como tal a las sociedades inscritas y a los auditores individuales ejercientes, se cifraba en 6.055 auditores.

El análisis de la naturaleza del mercado de auditoría español requiere, además de la información relativa a la oferta, la cuantificación de la demanda de este servicio, es decir de las empresas que solicitan ser auditadas. A continuación tratamos este aspecto, intentando extraer algunas conclusiones sobre la naturaleza competitiva que reina en el mercado de auditoría español.

Tal y como puede observarse en la tabla 4.2 la demanda del servicio se está situando, en los últimos años, alrededor de 33.000 auditorías. Si comparamos la información obtenida de esta tabla con la ofrecida por la tabla anterior observamos un claro desequilibrio entre la oferta y la demanda del servicio. Así, por ejemplo en el año 1996 existían 6.055 auditores para hacer frente a 36.487 auditorías. Una primera aproximación numérica a estos datos, indica que a cada auditor correspondían aproximadamente 6 auditorías, lo que en principio no parece revelar demasiadas posibilidades de desarrollo para los profesionales desde el punto de vista económico. En cualquier caso, hay que tener presente que esta conclusión es vaga e imprecisa, ya que un análisis riguroso de la composición y distribución del mercado, y en especial el estudio del tipo de competencia que en él se registra, requiere más información que la disponible publicada por el ICAC.

TABLA 4.2

La demanda en los servicios de auditoría en España

Años	Auditoría obligatoria de cuentas anuales	Auditoría voluntaria de cuentas anuales	Otros trabajos obligatorios	Otros trabajos voluntarios
1991	16.492	4.059	1.516	2.579
1992	18.252	4.671	3.434	2.657
1993	20.324	5.546	2.218	3.172
1994	20.304	5.739	2.309	2.745
1995	21.371	6.389	2.210	3.270
1996	22.184	6.928	2.103	3.276

Una aproximación a la composición del mercado de auditoría español, adicional a la anterior, puede obtenerse mediante el estudio de la facturación de los auditores. El ICAC publica en sus informes sobre la situación de la auditoría datos de este tipo. En la tabla 4.3 recogemos un resumen de los mismos. Concretamente nos centraremos en la distribución de la facturación por firmas en los años comprendidos entre 1990 y 1996. (Véase BOICAC números 5, 9, 13, 18, 21, 25 y 30.)

TABLA 4.3

Distribución de la facturación de los auditores en España

Año	Facturación total (1)	Facturación auditores individuales		Facturación Sociada- des de Auditoría		Facturación Seis Grandes	
		Total (2)	% (2/1)	Total (3)	% (3/1)	Total (4)	% (4/1)
1990	23.061	1.908	8,27	21.153	91,73	15.778	68,42
1991	38.171	4.474	11,72	33.697	88,28	22.863	59,90
1992	44.147	5.674	12,85	38.473	87,15	26.038	58,98
1993	46.081	6.386	13,86	39.695	86,14	26.237	56,94
1994	47.735	6.686	14,00	40.671	86,00	26.659	55,85
1995	48.212	6.818	14,14	41.394	85,85	26.393	54,74
1996	49.819	6.911	13,87	42.908	86,12	27.448	55,09

Fuente: Boletín Oficial del ICAC, números 9, 13, 18, 21, 25 y 30. Datos expresados en millones de ptas.

A la vista de los resultados ofrecidos en la tabla 4.3, se puede apreciar que existe un crecimiento muy importante de la facturación total entre 1990 y 1991, años en los que se produce el grueso de la incorporación de demandantes al mercado como consecuencia del establecimiento de auditoría obligatoria. A partir de 1992 se registran tasas de crecimiento mucho más reducidas, observándose signos de escaso crecimiento hasta 1996.

Puede observarse que sólo seis firmas (aquellas cuya facturación es superior a mil millones de pesetas), absorben un alto porcentaje de la actividad total del mercado. Concretamente en 1996, el 55,09% de la facturación total del sector correspondía a estas seis firmas. Esto evidencia que el mercado de auditoría en España se concentra en un número reducido de oferentes. Esta circunstancia aleja al mercado español del modelo competitivo, poniendo de manifiesto diferencias notables en el grado de competitividad del que disfrutaban las distintas firmas o profesionales de auditoría. De ello, puede deducirse que determinadas empresas cuentan, por su

posición en el mercado, con un importante grado de influencia, rompiéndose, de esta forma, una de las premisas básicas del modelo de competencia perfecta.

La posición de predominio de Seis Grandes firmas de auditoría en el mercado de auditoría español se aprecia claramente a través de la evolución de la participación de su facturación en el mercado en todo el período analizado. Estas firmas han mantenido al menos un 54% de cuota de mercado en términos de facturación. Es de destacar el brusco descenso de en torno a nueve puntos registrado entre 1990 y 1991, como consecuencia de la incorporación al mercado de un buen número de nuevos profesionales nacionales. A partir de este año se produce una suave pero continuada tendencia a la baja que lleva a estas firmas a detentar el comendado un 55,09% de la facturación total en 1996. El estancamiento que se aprecia a partir de 1993 puede ser explicado por la depresión económica pero también como un signo de la madurez del mercado de auditoría español, aspecto este último que es por el que nos inclinamos, debido a que el número de empresas sometidas a auditoría legal ya ha tocado techo.

Existe cierto acuerdo en el ámbito internacional de que los mercados de auditoría no funcionan con los parámetros del modelo de competencia perfecta, tal y como se ha observado en los razonamientos que hemos expuesto en el capítulo 2. Como hemos comentado con anterioridad, los datos ofrecidos por el ICAC son insuficientes para un análisis riguroso de las características del mercado. Una de las deficiencias en este sentido es que tal información se presenta a escala agregada, sin particularizar sobre aspectos relevantes en estudios sobre el comportamiento de los mercados como información de auditores concretos, y por sectores de la actividad en la que operan los demandantes. Este es uno de los motivos por los que, hasta la fecha, no habían sido realizados estudios que analicen la naturaleza competitiva del mercado de auditoría en España. A su vez, tal carencia ha incrementado nuestro interés por avanzar en el conocimiento de esta materia para el caso español, motivando en buena parte el desarrollo de este trabajo. Esperamos que nuestra investigación ofrezca alguna luz sobre el tema.

Con el objetivo de referirnos a todas las fuentes que han hecho, durante estos años, referencia al mercado de auditoría español, queremos señalar que al margen de la información oficial, hemos encontrado información interesante en la prensa económica especializada. Las noticias presentadas ponen de manifiesto el gran interés que despierta el análisis económico del mercado de auditoría en nuestro país, utilizando para ello sugerentes títulos como: «Las auditoras españolas denuncian el oligopolio de las multinacionales del sector» (El País, 27 de junio de 1995); «Las seis mayores auditoras aumentan su mercado en la gran empresa española»

(Expansión, 31 de junio de 1995); «Arthur Andersen, primera firma auditora por volumen de clientes» (Expansión, 7 de septiembre de 1994); «La batalla en el sector va a más» (Expansión, 27 de septiembre de 1994); «Las grandes firmas crecieron un 4,7% en 1994» (Expansión, 9 de enero de 1995); «Eldorado de la auditoría» (Expansión, 11 de junio de 1992). Todos estos titulares resaltan el gran interés de la materia que constituye el objeto central de este capítulo y, en general, lo atractivo que resulta en los medios cercanos al mundo de los negocios las particularidades del mercado de servicios de auditoría. El análisis del contenido de toda esta información ofrecida en los medios de comunicación revela también que existe una posición de dominio en el mercado de auditoría español por parte de las firmas internacionales, situación que parece preocupante a la vista de algunas reacciones que están produciéndose por parte de los auditores individuales y las pequeñas firmas de auditoría.

Así pues, del análisis de la información publicada por el ICAC y del contenido de las informaciones de la prensa española se desprende la existencia de una elevada concentración del mercado en las Seis Grandes firmas de auditoría. Esta evidencia, obtenida para el caso español y de fuentes españolas se corrobora si se acude a datos sobre nuestro país presentados en fuentes extranjeras, entre ellas la prensa económica internacional.

El International Accounting Bulletin ha publicado, en varias ocasiones, estadísticas relativas a la auditoría en España. La última información presentada (31 de octubre de 1997) pone de manifiesto la alta concentración del mercado de auditoría en España, estando la mayor parte de los ingresos obtenidos por los servicios en manos de las Seis Grandes y de la firma española Audihispana, que paulatinamente ha ido ganando cuota de mercado hasta llegar en la actualidad a estar compitiendo en los mismos términos que las Seis Grandes.

Toda la información anterior, tanto la nacional como la internacional, sitúa al mercado de auditoría español ante un modelo de competencia imperfecta asumiendo, por tanto, las hipótesis en las que el mismo se apoya. Esto significa que aun existiendo un número importante de oferentes del servicio, en torno a 6.000, un número reducido de empresas, concretamente seis, disfrutaban de un cierto control de mercado, es decir, una capacidad más o menos importante para dominar la prestación del servicio. Un marco teórico de competencia imperfecta, puede ser el resultado de la existencia de pocos oferentes del servicio que controlan gran parte de la actividad del mercado, o bien porque los demandantes perciban diferencias en el servicio ofertado por los distintos auditores. En ambas situaciones, el resultado es similar porque, dada la ausencia de pre-

siones competitivas, unas pocas empresas pueden ejercer un poder económico que resta eficiencia al mercado.

El principal objetivo de esta segunda parte del trabajo es llegar a conocer la naturaleza de la competencia del mercado de auditoría en España. En función de lo argumentado hasta ahora en este capítulo, partimos de un punto inicial en el que existen razones suficientes para considerar que la naturaleza competitiva del mercado de auditoría español es oligopolística. Ahora bien, dado el grado de agregación que presentan los estudios del ICAC, no podemos obtener conclusiones sobre cuáles son las empresas en que se concentra el mercado, ni cómo se distribuye la cuota del mercado entre las diferentes empresas activas. Ello nos lleva a la necesidad de realizar un estudio empírico basándonos en una muestra representativa de empresas españolas. En los apartados que siguen en este capítulo se presenta dicho estudio. Los resultados alcanzados nos permitirán, en los capítulos 5 y 6, analizar los factores que explican el tipo de estructura del mercado de auditoría en España. Para ello, partiremos de la asunción de que no todas las empresas actúan bajo similares condiciones competitivas, debiendo ser objeto de contrastación si las grandes empresas de auditoría cuentan con una apreciable ventaja competitiva sobre el resto de oferentes en el mercado, siendo esta ventaja competitiva la causante de la estructura del mercado.

2. METODOLOGIA SEGUIDA PARA EL ESTUDIO DE LA CONCENTRACION DEL MERCADO DE AUDITORIA ESPAÑOL

2.1. La base de medida de la actividad del mercado y la utilización de subrogados

La literatura internacional resalta que para poder clasificar adecuadamente la naturaleza competitiva del mercado, debemos basarnos en la medida de la concentración, ya que la misma se considera una variable observable que cuenta con gran capacidad explicativa. El objetivo de este epígrafe es describir la metodología utilizada para medir el nivel de concentración existente en el mercado de auditoría español. Deseamos analizar cómo se distribuye la actividad total del mercado entre las diferentes firmas activas en el mismo. Para ello, necesitamos utilizar una base de medida de la actividad del mercado y plantear una medida de la concentración o análisis de cómo la actividad total del mercado queda distribuida entre las distintas firmas que operan en el mismo.

La medición de la actividad del mercado de auditoría requiere conocer la oferta total existente en el mismo. Para ello, debemos utilizar una serie de indicadores que permitan ofrecer una aproximación a dicha oferta. Dichos indicadores pueden clasificarse como indicadores directos e indirectos. Los indicadores directos vienen determinados por el nivel de facturación total de las distintas firmas y profesionales individuales que actúan como habilitados ejercientes en el mercado. No obstante, pese a que existen datos fidedignos y de fácil alcance sobre su número, es difícil obtener datos sobre su volumen de facturación, ya que en muchos países la regulación no exige que se hagan públicos.

Por esta razón, la mayor parte de los estudios empíricos utilizan medidas indirectas para determinar el nivel de actividad del mercado, es decir, utilizan subrogados para inferir cómo se distribuye la actividad del mercado entre distintos oferentes, atendiendo a las propias empresas auditadas. Es necesario resaltar que la utilización de medidas indirectas para medir el nivel de actividad del mercado tiene como único objeto crear un subrogado para el análisis de la concentración del mercado, sin intención de ser un subrogado perfecto del volumen de facturación del mercado pero que ofrece una adecuada aproximación a la misma. Un estudio crítico sobre la utilización de estas medidas indirectas en los análisis de la concentración de los mercados de auditoría puede encontrarse en Moizer y Turley (1987).

Una de las medidas que con generalidad se utiliza para conocer el nivel de actividad del mercado, es el número de auditorías realizadas por cada auditor que presta sus servicios en él. Esta variable puede ser un adecuado indicador de la actividad del mercado, sin embargo, hemos de resaltar que la utilización de la misma considera similares a todas las auditorías realizadas, sin discriminar aspectos como el tamaño de las empresas que son auditadas. Así pues, si se utiliza como subrogado de la actividad el número de auditorías realizadas se considera que desarrollan la misma actividad un auditor que audita una gran empresa que el que audita una de dimensión más reducida. Desde este punto de vista los estudios de actividad en este subrogado parten de la consideración del número de empresas sometidas a auditoría, independientemente del tamaño de la misma y por tanto, igualando a todas las empresas participantes. Por otro lado, puesto que el precio del servicio va a depender, por lo general, de la complejidad de la auditoría y de su tiempo de ejecución, en ocasiones, se considera que el número de auditorías no resulta un buen indicador del nivel de actividad en el mercado. Dadas estas limitaciones, en nuestro estudio empírico, aunque utilizamos el número de auditorías realizadas por cada firma auditora como subrogado de la actividad en el sector, completaremos su información con la que se deduce de utilizar otro subrogado, cuyas características mencionamos a continuación.

Numerosos estudios empíricos sobre concentración de los mercados de auditoría han venido utilizando otra medida indirecta de la actividad del mercado: el tamaño de la empresa auditada medido a través de su facturación. La idea que subyace en este subrogado es, en primer lugar que la facturación y el tamaño tienen una relación positiva, y en segundo lugar que un mayor tamaño supone una mayor actividad del auditor. Autores como Simunic (1980), Elliot y Korpi (1978), Palmrose (1986) y Dye et al. (1990), coinciden en considerar la bondad de este subrogado, dado que la facturación de la empresa auditora es una función lineal de la raíz cuadrada del tamaño de la empresa auditada. Partiendo de esta asunción pueden ser construidas estadísticas de concentración del mercado de auditoría identificando los demandantes del servicio, y utilizando el tamaño de éstos como base para evaluar la cuota de mercado de diferentes firmas de auditoría y profesionales independientes.

En nuestro estudio empírico utilizaremos, por tanto, dos subrogados: número de auditorías realizadas y facturación de las empresas auditadas. Queremos resaltar que no utilizamos los ingresos de auditoría percibidos por el auditor debido a que dicha información no está disponible en España. No obstante, es interesante resaltar que si se dispusiera de él, lo utilizaríamos ya que está ampliamente demostrado, y compartimos los argumentos utilizados en la literatura para ello, que es la mejor forma de medir la concentración del mercado de auditoría.

2.2. Aproximación analítica a la medida de la concentración

Una vez elegida la variable para medir el nivel de actividad del mercado ha de procederse a plantear una medida de la concentración. Es esta medida la que permite conocer cómo queda distribuida la actividad del mercado entre los distintos oferentes del servicio. Se trata, en suma, de proporcionar una medida aproximada de la estructura de un mercado a través de las características de la distribución de las unidades que participan en el mismo.

Como señala Segura (1993, p.146) un índice de concentración es un número real que debe depender tanto del número de empresas que componen el mercado, como de la estructura de sus cuotas de mercado. Según el citado autor, para que los índices de concentración adquieran capacidad explicativa sobre la estructura de un mercado, éstos han de cumplir una serie de propiedades tales como depender inversamente del número de empresas, no deben variar con un simple cambio en el orden de las empresas, deben aumentar cuando una empresa aumenta su cuota de mercado y deben reflejar de manera adecuada los procesos de entrada y salida de empresas en la industria.

Las medidas de concentración que normalmente son utilizadas en los estudios empíricos de esta naturaleza son *los índices de concentración de orden n*, es decir la suma de las participaciones o cuotas de mercado de las n mayores empresas del mercado. Analíticamente toman la siguiente forma:

$$C_n = \frac{\sum_1^n F_n}{F}$$

donde:

- C_n = cuota de mercado de n empresas
- n = número de empresas analizadas (1, 2, 4, 6, etc.)
- F_n = subrogado de n firmas (facturación/número de empresas)
- F = facturación/número de empresas totales del mercado.

Así pues, los índices de concentración al nivel, por ejemplo, C1 y C6 expresan la proporción del mercado de auditoría que puede ser atribuido a una o seis empresas de auditoría (las más grandes), con respecto al total del mercado analizado. La utilización de estos índices tiene la ventaja de su facilidad de cálculo, su amplia aceptación, y su clara interpretación. Sin embargo, también presenta una serie de inconvenientes, tales como no tener en consideración la distribución completa de las cuotas de mercado o tamaño del mercado, es decir, no refleja ni los procesos de entrada y salida en la industria, ni los cambios en las posiciones relativas de las n mayores empresas.

Por esta razón, han venido utilizándose también otros índices para medir la concentración de los mercados, adquiriendo especial relevancia el índice de Herfindahl que toma en consideración todas las firmas activas en el mercado y la dispersión de actividad entre los distintos oferentes del servicio de auditoría. La formulación analítica del índice H puede ser expresada en la forma siguiente:

$$H = \sum_{i=1}^n Z_i^2$$

donde:

- H = índice Herfindahl
- Z_i = cuota de mercado absorbida por las empresas de la muestra
- n = número de empresas activas en el mercado.

Este índice tiene como valor máximo 1, con el que se indica que el mercado está totalmente controlado por una única firma de auditoría, mientras que el valor mínimo es 0, lo que expresa que la concentración existente es mínima ya que el mercado se reparte entre todos los participantes. Como puede apreciarse, el índice H es sensible al número de empresas activas en el mercado y al grado de actividad que tienen las mismas. En efecto, el índice de Herfindahl es una suma ponderada de las cuotas de mercado, donde la ponderación que es otorgada a cada empresa viene determinada por la propia cuota. Ello implica que las pequeñas empresas ejercen una menor influencia en el índice que las firmas más grandes, por lo que el índice puede ser concebido como una medida de la dispersión de la cuota de mercado entre las distintas empresas que actúan en el mismo.

En el gráfico 4.1 se sintetiza el proceso que hemos seguido en nuestro estudio empírico para analizar la distribución del mercado de auditoría en España, y que hemos expuesto conceptualmente en este apartado.

3. ANALISIS EMPIRICO DE LA MEDIDA DE LA CONCENTRACION DEL MERCADO DE AUDITORIA ESPAÑOL

3.1. Descripción de la muestra y metodología empleadas

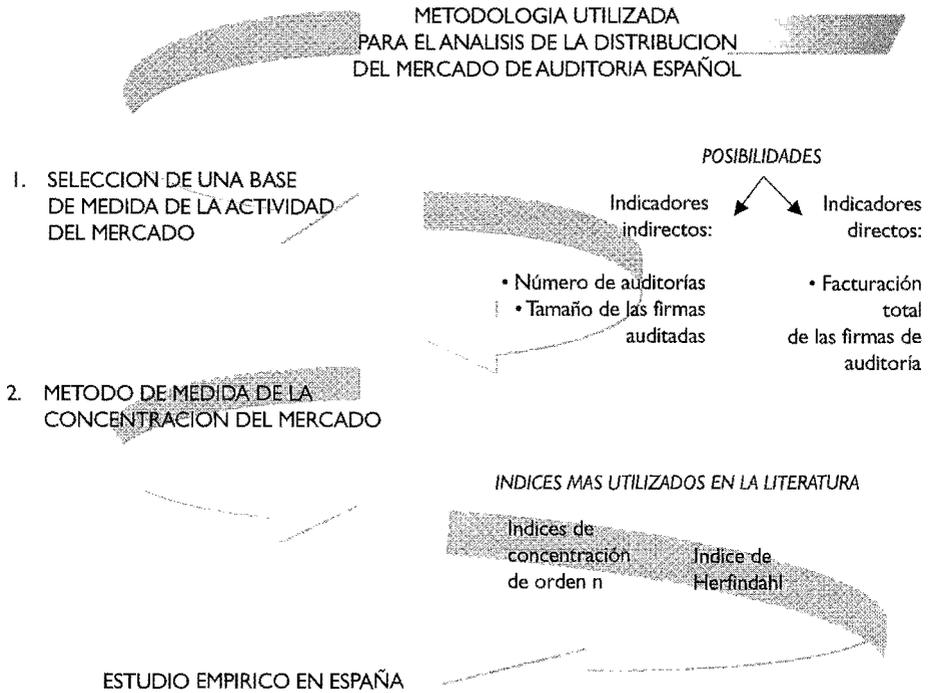
Una vez descrita la metodología que vamos a utilizar seguir para someter a estudio la naturaleza del mercado de auditoría español, el siguiente paso es contrastar empíricamente qué tipo de competencia tiene lugar en el mismo.

Como resaltábamos anteriormente, la legislación española no obliga a las firmas de auditoría y a los profesionales individuales a divulgar su volumen de facturación u honorarios de auditoría. Por esta razón, y en orden a realizar un estudio empírico sobre la naturaleza de la competencia del mercado de auditoría español, hemos de utilizar indicadores indirectos para analizar la distribución de la facturación del mismo entre las firmas de auditoría. Entre las distintas medidas para inferir el volumen de actividad del mercado vamos a utilizar aquellas que más asiduamente han venido siendo usadas por los estudiosos del funcionamiento del mercado de auditoría, en particular el número de auditorías realizadas y el tamaño del cliente de la firma auditora, medido a través de su facturación.

Una vez descritas las variables a través de las que vamos a inducir el nivel de actividad de las firmas auditoras y profesionales independientes, pasamos a seleccionar

GRAFICO 4.1

Proceso seguido en el estudio de la distribución del mercado de auditoría en España



un conjunto de empresas que someten sus cuentas a auditoría. La selección de las empresas nos permitirá identificar el auditor que revisa sus cuentas anuales, lo que posibilita crear estadísticas de la distribución de la facturación del mercado entre las distintas empresas. Dada la imposibilidad, ante la inexistencia de bases de datos adecuadas en nuestro país, de analizar el total de empresas que están obligadas a auditarse, vamos a intentar inferir la estructura del mercado de auditoría en España a través de la utilización de una muestra de empresas, considerando que dicha muestra es representativa y está acorde con los estudios publicados en otros países.

En la selección de la muestra de empresas hemos pretendido que estén representadas empresas auditadas de distintos tamaños (grandes y medianas) y de sec-

tores de actividad variados, al objeto de que los resultados que se infieran de nuestro estudio adquieran relevancia.

El horizonte temporal al que se refiere el estudio comprende los años 1992, 1993 y 1994. En la selección de este horizonte se ha pretendido deliberadamente dejar fuera del estudio los años 1990 y 1991, es decir los dos primeros años de auditoría obligatoria. Esta omisión voluntaria, se debe principalmente a la necesidad de neutralizar el efecto distorsionador que tendría su inclusión en los resultados del estudio ya que en esos dos años fue cuando se incorporaron tanto el grueso de las empresas obligadas a auditarse como de los profesionales habilitados para ello. Transcurrido un plazo de tiempo prudencial, consideramos que 1992 puede constituirse en un año en el que el mercado de auditoría comienza a madurar, y que un horizonte de tres años puede resultar una dimensión temporal adecuada para representar una primera aproximación a la estructura y evolución del mercado de auditoría en España. Una razón adicional por la que hemos centrado nuestro estudio en estos años se debe a los propios datos facilitados por el ICAC en sus estudios sobre la situación de la auditoría en España. En los mismos, y tal y como pudimos observar cuando expusimos la información publicada sobre el funcionamiento del mercado español, se observa un estancamiento del mercado desde 1993, existiendo, desde entonces, una demanda de servicios de auditoría prácticamente invariable. El resumen de todos los datos muestrales queda recogido en la tabla 4.4.

TABLA 4.4

Descripción de la muestra de empresas utilizadas para analizar la estructura del mercado de auditoría español

Conceptos	1992	1993	1994
Número de empresas auditadas	314	319	293
Número de auditores/firmas auditoras que han ofrecido el servicio	90	84	81

Utilizaremos dos medidas para analizar cómo queda estructurado el mercado de auditoría. Por un lado calcularemos índices de concentración de orden n , que expresan el nivel de actividad que absorben n empresas en el mercado (elegidas de forma apriorística). En nuestro caso el componente apriorístico lo determina el haber elegido que n sea igual a seis, para que sea susceptible de discriminar la concentración del mercado en las seis grandes firmas internacionales, que se presume son las primeras firmas por su posición en el mercado y por la información publica-

da por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Por otra parte, y al objeto de evitar el sesgo que se deriva de la elección apriorística del número de empresas seleccionadas, calcularemos el índice Herfindahl, por su sensibilidad ante el diferente nivel de actividad que desarrollan todas las firmas activas en el mercado.

3.2. Concentración atendiendo al volumen de facturación de la empresa auditada

En este apartado vamos a presentar los resultados de la medida de concentración del mercado de auditoría español, utilizando como subrogado de la misma, el volumen de facturación de la empresa auditada, en el epígrafe siguiente realizaremos el estudio basándonos en el número de empresas auditadas. Tras el proceso de los datos fueron obtenidos los índices de concentración que se recogen en la tabla 4.5.

TABLA 4.5

Índices de concentración por volumen de facturación

Índice de concentración	1992	1993	1994
C1	0,41	0,42	0,43
C2	0,52	0,54	0,55
C4	0,72	0,76	0,75
C6	0,85	0,86	0,86

Los resultados que aparecen en la tabla 4.5, nos permiten observar un alto nivel de concentración. Basándonos en estos resultados podemos percibir que el mercado de auditoría español está dominado por seis grandes firmas (véase C6), así como que esta concentración, aun cuando de forma matizada, dada la corta dimensión temporal que estamos estudiando, se mantiene constante en los ejercicios estudiados. De la tabla se infiere que sólo seis firmas de auditoría controlan el 85%, 86% y 86% del nivel de actividad total del mercado de auditoría para los años sometidos a estudio. Además llama poderosamente la atención el alto porcentaje de cuota de mercado que es absorbido por una sola firma, lo que se aprecia al observar que el índice C1 alcanza valores para los tres años en torno al 0,4. Ello equivale a decir que del total de la facturación del sector una sola firma de auditoría posee el 40%.

Una primera y contundente conclusión que puede ser inferida de los resultados obtenidos, es que el mercado de auditoría en España se aleja de la estructura

ideal de competencia perfecta, permitiendo dichos resultados calificar la naturaleza de la competencia cercana al oligopolio, ya que existen diferencias perceptibles entre las distintas unidades que forman la muestra. Así pues existe un reducido número de empresas, concretamente 6, que cuentan con gran poder de mercado. Podemos hablar, por tanto, de una estructura de mercado desigual, es decir, no todos los oferentes activos en el mercado se encuentran en la misma situación respecto a la cuota de mercado de la que disfrutan.

La naturaleza oligopolística del mercado de auditoría español, puede llevarnos a la idea de que esta estructura posibilita la existencia de fuertes relaciones de interdependencia entre las empresas que controlan el mercado, pudiendo llegar a acuerdos explícitos o implícitos para dificultar que otras empresas puedan crecer lo suficiente para poner su situación en peligro. En un oligopolio en el que se produce un producto homogéneo, como aparentemente es el de la auditoría, las empresas son conscientes de su interdependencia porque en un mercado concentrado en pocas firmas las acciones de cada una de ellas tendrán un considerable efecto sobre sus competidores inmediatos. Este hecho permite plantearse la posibilidad de que las empresas que controlan el mercado cuenten con incentivos suficientes para llegar a acuerdos colusivos, cuyo objetivo puede ser poner límites a la existencia de competencia, eliminando la dinámica competitiva del mercado. Este planteamiento ha sido ya vertido en la literatura sobre mercados de auditoría por Dopuch y Simunic (1980), quienes consideran que la estabilidad de las cuotas de mercado de las distintas empresas líderes del mercado, puede entenderse como una consecuencia de la existencia de acuerdos colusivos, es decir, acuerdos que se alcanzan para no competir entre sí.

Para desvelar la posible existencia de tales acuerdos colusivos es necesario realizar un análisis particularizado del papel que desarrollan en el mercado las firmas líderes del mercado, prestando especial interés en la evolución de su actividad en el mismo. Al objeto de precisar cuáles son estas firmas, presentamos a continuación, la descripción y posición que ocupan las mismas en nuestra muestra, al objeto de plantear un ranking de empresas por la actividad desarrollada en los años objeto de estudio. Dichos datos son presentados en la tabla 4.6.

Como puede observarse en la tabla 4.6, las seis empresas que absorben más cuota de mercado en nuestra muestra son, efectivamente, las conocidas como Seis Grandes. Así pues, la situación española no difiere de la de otros países, tal como hemos podido apreciar en un capítulo anterior, ya que el mercado español de auditoría está controlado, al igual que ellos, por las firmas multinacionales. Como se puede apreciar en función del ranking que determinan las cuotas de mercado, Arthur Andersen goza de una posición líder en los tres ejercicios.

TABLA 4.6**Cuota de mercado de las distintas firmas de auditoría en nuestra muestra**

Firma de auditoría	1992	1993	1994
Arthur Andersen	0,41 (1)	0,42 (1)	0,43 (1)
Coopers & Lybrand	0,11 (2)	0,12 (2)	0,10 (3)
Peat Marwick	0,10 (3)	0,07 (5)	0,09 (5)
Price Waterhouse	0,10 (4)	0,12 (3)	0,12 (2)
Ernst & Young	0,09 (5)	0,10 (4)	0,10 (4)
Deloitte & Touche	0,04 (6)	0,03 (6)	0,02 (6)

El número entre paréntesis expresa la posición de cada empresa en un ranking anual de 1 a 6.

Repasando un poco la historia de la auditoría en nuestro país, podemos argumentar que pueden existir una serie de condiciones históricas que expliquen el importante papel y posición en el mercado del que disfrutaban las firmas internacionales de auditoría. El momento en el que se instalaron en nuestro país, que con pequeñas diferencias puede situarse en la década de los sesenta, venía caracterizado, como ya hemos analizado anteriormente, por una casi total ausencia de auditoría en la empresa española, una muy joven profesión y un cuerpo normativo fragmentado y, en muchas ocasiones, cargado de incoherencia. Este entorno no favorecía que germinara en la sociedad española la necesidad de la implantación de un sistema de control externo de la información contable (puede consultarse, García Benau y Humphrey, 1992). Ante este mercado «virgen», dichas firmas de auditoría se implantaron con un importante bagaje de conocimientos y experiencia. Todo ello, junto con el prestigio internacional, facilitó que las Seis Grandes coparan pronto el incipiente mercado de auditoría español. A dichas firmas cabe, en gran medida, la creación de cierta sensibilización sobre la necesidad de regular la obligatoriedad de la auditoría. Esto puede explicar que cuando la reforma del ordenamiento mercantil instauró la auditoría obligatoria, creándose un mercado legal, protegido y regulado, las Seis Grandes se habían formado ya una imagen de marca que ha podido actuar como una barrera de entrada para el resto de oferentes del servicio.

De la tabla 4.6 se puede deducir que Arthur Andersen posee el liderazgo en el mercado español. En segundo término encontramos cuatro firmas, Coopers & Lybrand, Peat Marwick, Price Waterhouse y Ernst & Young, que con una apreciable distancia respecto a Arthur Andersen, mantienen entre sí cuotas de mercados similares. Es en este segundo tramo, donde puede apreciarse cierta dinámica competitiva, dado que, como se infiere de la lectura de la tabla, no existe continuidad en la posición que disfrutaban estas empresas dentro del ranking definido.

3.3. Concentración atendiendo al número de empresas auditadas

El segundo subrogado que hemos utilizado en nuestro estudio empírico para analizar la estructura competitiva del mercado de auditoría español ha sido el número de empresas auditadas. En este apartado exponemos y analizamos los resultados obtenidos al aplicar a nuestra muestra dicho subrogado. En la tabla 4.7 se exponen los índices C obtenidos.

TABLA 4.7

Indices de concentración por número de auditorías

Indices	1992	1993	1994
C1	0,27	0,27	0,27
C2	0,37	0,37	0,37
C4	0,54	0,54	0,55
C6	0,65	0,64	0,64

En la citada tabla 4.7 puede apreciarse que los ratios de concentración basados en el número de auditorías realizadas, aun siendo altos, determinan una estructura diferente a la que se obtenía cuando estudiábamos la concentración basándonos en el tamaño de la firma auditada.

En la tabla 4.8 se presentan datos sobre número de auditorías realizadas por las seis firmas que más empresas auditan en nuestra muestra, que coinciden de nuevo con las Seis Grandes.

TABLA 4.8

Participación en el mercado de las firmas internacionales de auditoría atendiendo al número de auditorías realizadas

Firma de auditoría	1992		1993		1994	
	N.º auditorías	%	N.º auditorías	%	N.º auditorías	%
Arthur Andersen	86	0,27	85	0,27	78	0,27
Price Waterhouse	30	0,1	33	0,1	30	0,1
Peat Marwick	28	0,09	25	0,08	26	0,09
Ernst & Young	27	0,08	29	0,09	27	0,09
Coopers & Lybrand	25	0,08	27	0,08	22	0,07
Deloitte & Touche	9	0,03	7	0,02	7	0,02

Como puede observarse en la tabla 4.8, Arthur Andersen ocupa también el primer lugar en los tres años. Ello significa que esta firma no sólo audita a las empresas de mayor tamaño sino también es la que audita más empresas. Le siguen un grupo formado por Price Waterhouse, Peat Marwick, Ernst & Young y Coopers & Lybrand, cuya actividad en el mercado, en cuanto a número de empresas, es bastante similar, y situándose alrededor del 10% del mercado para cada una de las firmas citadas.

3.4. Análisis de la dispersión del mercado de auditoría

La lectura conjunta de los niveles de concentración y el ranking de las empresas atendiendo al número de auditorías y al tamaño de la firma auditada, pone de manifiesto la existencia de cierta especialización de las distintas firmas auditoras por tamaño del cliente. Este dato se infiere de la distinta cuota de mercado de las firmas auditoras atendiendo a ambos criterios. Sobre este particular profundizaremos en un epígrafe posterior.

Ahora bien, el estudio de la estructura del mercado basado en la absorción de actividad por las mayores empresas, tiene la limitación de que no analiza de forma conjunta todas las empresas activas en el mismo. Los estudios sobre concentración de los mercados suelen hacer uso de índices que tengan en consideración todas las empresas de una muestra concreta, siendo el índice Herfindahl uno de los más utilizados. Según nuestro estudio empírico, para el mercado de auditoría español, los datos que alcanza el índice Herfindahl son los mostrados en la tabla 4.9.

TABLA 4.9

Indices Herfindahl por número de empresas auditadas y por volumen de facturación

Índice Herfindahl	1992	1993	1994
Por número de empresas auditadas	0,11	0,106	0,106
Por volumen de facturación	0,21	0,22	0,23

De los resultados recogidos en la tabla 4.9, podemos concluir que la concentración va aumentando en todos los ejercicios sometidos a estudio. El mercado va perdiendo grado de competencia al aumentar la diferencia entre los tamaños de las

empresas. Una lectura interesante que puede realizarse del índice, es que éste determina una estructura en la cual se refleja el número de empresas activas en el mismo. Un índice igual a 0,5 significaría que la estructura del mercado es muy similar a una compuesta por dos empresas. Si realizamos esta lectura en función de los resultados obtenidos, podemos concluir que la estructura del mercado español es equivalente a una en la cual actúan 4,7 empresas para 1992, 4,5 empresas para 1993, y 4,3 empresas para 1994. Ello nos permite profundizar sobre el estudio realizado sobre los índices de concentración. Concretamente, el índice Herfindahl pone de manifiesto que el mercado español se comporta como un mercado de competencia imperfecta, donde existen apreciables diferencias entre las empresas activas en el mismo, y donde cinco grandes firmas absorben la mayor parte de la actividad del mismo.

Con los resultados obtenidos a través de nuestro estudio empírico, podemos concluir que dado el alto nivel de concentración del mercado de auditoría, la naturaleza de la competencia del mismo queda, en gran medida, determinado por el comportamiento de las firmas líderes, es decir, por el comportamiento de las seis grandes firmas internacionales de auditoría.

A partir de este momento, para avanzar cualitativamente en el análisis del mercado nos marcamos como objetivo analizar cuáles son los factores que explican su alto nivel de concentración en las Seis Grandes. Pretendemos, en definitiva, conocer el tipo de comportamiento y la conducta estratégica de estas firmas. A continuación se explica cómo llevamos a cabo esta tarea.

4. EXPOSICION INICIAL DEL ANALISIS SEGUIDO PARA EXPLICAR LA CONCENTRACION EXISTENTE EN EL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA ESPAÑOL

En términos subjetivos, los dos elementos personales fundamentales que se relacionan con motivo de la puesta en marcha de un contrato de auditoría son la empresa auditada y la firma de auditoría. Por su parte, los auditores son profesionales que ofrecen un servicio en el contexto de un mercado en el que, al fin y al cabo, se organiza la oferta y demanda de servicios de auditoría. La demanda, es decir las empresas auditadas, plantean el proceso de elección de auditor en términos de la optimización de una decisión interna en la que va jugar un papel importante el nivel de confianza que los auditores otorgan a la información financiera que publiquen. Así pues, para llevar a cabo un estudio sobre los factores que determinan la condición oligopolística del mercado de auditoría español, es preciso estudiar no

sólo el comportamiento de los gerentes del servicio, los auditores, sino también el de las empresas auditadas. Por ello, como se aprecia en el gráfico 4.2 vamos a intentar explicar la alta concentración existente en el mercado de auditoría español, analizando las estrategias seguidas por las firmas de auditoría, así como los factores que hacen que las empresas auditadas se aglutinen en torno a un número reducido de oferentes del servicio.

GRAFICO 4.2

Líneas de estudio de la concentración del mercado de servicios de auditoría español

ESTUDIO EMPIRICO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES EN EL MERCADO DE AUDITORIA ESPAÑOL



Estrategias de las firmas de auditoría
Capítulo 5



Prácticas de elección de auditor por parte de las empresas auditadas
Capítulo 6

Explicación del comportamiento del mercado de auditoría

CAPITULO 5

RAZONES DE LA CONCENTRACION DEL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA ESPAÑOL, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS FIRMAS DE AUDITORIA

En este capítulo se analizan teóricamente los factores que pueden determinar la estructura de los mercados de auditoría desde el punto de vista de los auditores, y se lleva a cabo un estudio empírico al respecto sobre el mercado de auditoría español.

I. POSIBLES EXPLICACIONES A LA ESTRUCTURA CONCENTRADA DEL MERCADO DE AUDITORIA ESPAÑOL

En el capítulo anterior hemos sometido a estudio la estructura del mercado de auditoría en España, habiendo concluido que el mercado en nuestro país, al igual que en otros países desarrollados, está altamente concentrado. Esto supone que unas pocas firmas, concretamente las seis grandes firmas internacionales de auditoría, detentan un alto porcentaje de la actividad total del mercado. Desde el punto de vista analítico resulta interesante someter a estudio las causas por las que se produce esta estructura concentrada en el mercado de auditoría, es decir, las razones que pueden explicar por qué las firmas internacionales parecen contar con cierta ventaja competitiva respecto al resto de firmas activas.

Una de las razones que han sido expuestas en la literatura internacional, es que estas empresas líderes del mercado disfrutan de diferencias en la eficiencia en la prestación del servicio, es decir, que ofertan el servicio a precios más competitivos que el resto de auditores en el mercado. Si el mercado permite la existencia de eficiencias diferenciales, por ejemplo en costes, las firmas más eficientes obtendrán una mayor cuota de mercado y, en consecuencia, aquellos mercados en los que

existen diferencias de productividades importantes entre empresas, tenderán a estar concentrados (Vives, 1990, p. 29).

I.1. Comportamientos estratégicos de las firmas de auditoría: especialización por sector de actividad y tamaño

La hipótesis de diferencia de eficiencia en el mercado de auditoría, lleva a aceptar que la estructura del mercado, y por tanto la concentración, no es una variable exógena sino que ésta viene explicada, tanto por las condiciones básicas del mercado, y en particular por la estructura de costes de la industria y la naturaleza de la demanda, como por los comportamientos estratégicos de las empresas que participan en el mercado (Jaumandreu y Mato, 1987, p. 49). Estas nuevas variables se convierten en los aspectos fundamentales para comprender la dinámica de funcionamiento de un mercado y constituyen los determinantes de la concentración. Por ello, para comprender la naturaleza de la competencia de un mercado particular resulta necesario someter a estudio las condiciones de la estructura de costes y de demanda del mercado, situando en el centro del interés analítico las estrategias de las empresas que operan en el mercado.

Las firmas pueden disfrutar de cierta ventaja competitiva por su propia conducta estratégica. En este sentido las variables que más interés ha despertado entre los estudiosos del mercado de auditoría, han sido la especialización por sector de la actividad de las empresas auditadas y por el tamaño de estas.

Puede hablarse de la posibilidad de que exista una «tecnología contable» específica por sectores de actividad. Con ello se plantea que en determinados casos la aplicación y selección de políticas contables tienen carácter único para determinado sector de actividad. La demanda de especialización por sectores de actividad conducirá a las firmas de auditoría, como conducta estratégica, a una inversión en especialización, fundamentalmente basada en conocimiento especializado, es decir, una habilidad y experiencia por encima de la experiencia media requerida en el mercado (Shockley y Holt, 1983). En este sentido, podemos llegar a la conclusión que el mercado puede ser segmentado y permitir la especialización en función de la propia naturaleza de la firma auditada, siendo uno de los aspectos fundamentales al respecto el sector de actividad al que pertenezca la empresa cliente.

El otro aspecto sobre el que se puede basar la especialización deriva del propio tamaño del cliente. La planificación de la auditoría, las pruebas de cumplimiento del control interno, así como el programa de auditoría, resultan dependientes del

tamaño de aquél. En este sentido, podemos destacar la posible existencia de cierta especialización por el tamaño del cliente.

En la práctica, resulta difícil que una empresa determinada siga una de estas estrategias señaladas en sentido puro, bien liderazgo en costes o especialización, existiendo más bien una conjunción de ellas.

1.2. Relación entre economías de escala y liderazgo en el mercado: el tamaño de las firmas de auditoría y el uso de metodologías estructuradas

El estudio de las relaciones entre oferta de servicios de auditoría y estructura del mercado puede realizarse desde una perspectiva del análisis de la conducta de los oferentes, es decir de los auditores, como hemos visto en el epígrafe 1.1. No obstante también pueden realizarse estudios donde la variable estratégica o conductual no sea la variable explicativa. En la literatura especializada ha existido un gran interés por inferir la existencia de relaciones entre el tamaño de las firmas de auditoría y su poder en el mercado, fundamentalmente a raíz de la controversia surgida en los Estados Unidos a finales de los setenta sobre la posibilidad de que las grandes firmas internacionales de auditoría actúen en condiciones que impidan la existencia de adecuados niveles de competencia (ver Metcalf Committee, 1978).

En particular, resulta importante analizar la forma en la cual puede existir una relación empíricamente contrastable entre tamaño empresarial y estrategia de liderazgo en costes, adquiriendo especial relieve en lo que se refiere al mercado de auditoría explotar las ventajas por tener una posición más favorable en la curva de costes medio y la utilización de tecnologías que permita la producción del servicio a precios más competitivos. De esta forma, distinguimos dos variables o factores explicativos que pueden explicar la alta concentración del mercado de auditoría en España, como son la existencia de *economías de escala* y la posible utilización de una *tecnología de la auditoría* específica.

Existe la posibilidad de que la existencia de economías de escala, es decir las derivadas del tamaño empresarial, den lugar a que determinadas empresas sean más eficientes que otras a través de una reducción de costes del servicio ofertado. Desde este punto de vista, resulta altamente interesante determinar si las altas cuotas de mercado que poseen las grandes firmas de auditoría en España podrían venir explicadas por la existencia de estas economías del tamaño. Dada la singularidad del mercado que sometemos a estudio, así como del servicio que en el mismo

se oferta, la existencia de economías de escalas requiere un análisis de los factores a través de los cuales éstas pueden tener lugar. Una vez realizado éste se puede contrastar si existen evidencias empíricas que determinen que las principales firmas auditoras operan a costes medios más bajos que les permite disfrutar de cierta ventaja competitiva.

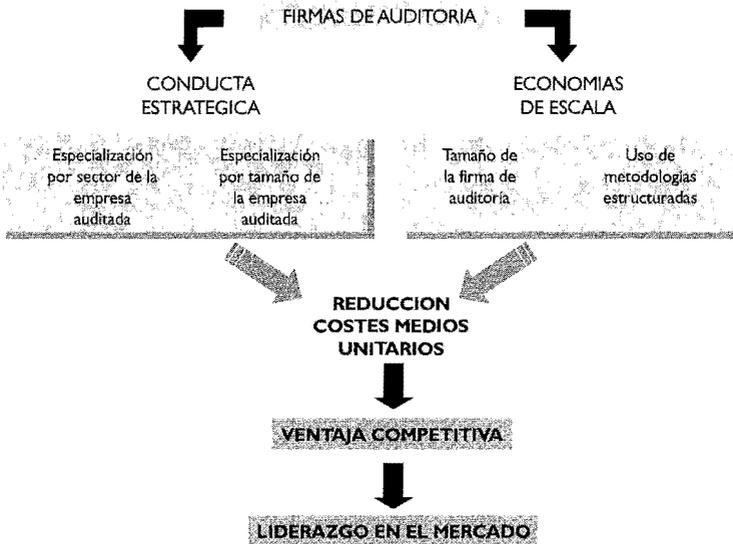
La utilización de metodologías de planificación y ejecución estructurada de las auditorías puede ser también un elemento a través del cual las firmas de auditoría alcancen una posición competitiva vía reducción de costes medios unitarios. El uso de procedimientos y métodos contrastados y recurrentes debe, en principio, suponer una reducción en costes. Sin embargo, como tendremos ocasión de comentar con posterioridad, ello es cuestionable por cuanto una misma metodología no tiene por qué ser aplicable con el mismo grado de efectividad a dos clientes de auditoría distintos.

1.3. Planteamiento del estudio empírico sobre concentración

En el resto de este capítulo se exponen los resultados de un estudio empírico realizado para determinar hasta qué punto todos los factores resaltados hasta el momento pueden explicar la estructura concentrada del mercado de auditoría en España, convirtiéndose pues en los determinantes de la ventaja competitiva de las grandes firmas internacionales. Para ello utilizamos la misma muestra y datos obtenidos en el estudio empírico sobre concentración del mercado detallado en el capítulo 4 de este trabajo de investigación. En el estudio se contrastan empíricamente las relaciones entre cada uno de los cuatro factores comentados y la estructura del mercado de auditoría español. A fin de sustentar teóricamente los planteamientos que subyacen en el estudio empírico, para cada uno de los cuatro factores comentados se hace una presentación previa de los argumentos teóricos en que se basa la consideración de los mismos como posible explicación de las estructuras de mercado concentradas. En el gráfico 5.1 se recogen las líneas básicas que hemos planteado en nuestro estudio empírico sobre los factores que determinan la estructura del mercado de auditoría español desde el punto de vista de comportamiento de las firmas de auditoría.

GRAFICO 5.1

Líneas de estudio de la concentración del mercado de auditoría español desde el punto de vista de las firmas de auditoría



2. LA ESPECIALIZACION ATENDIENDO AL SECTOR ECONOMICO DE LA EMPRESA AUDITADA

2.1. Argumentos teóricos

Uno de los factores que pueden explicar la estructura de un mercado particular es el tipo de conducta estratégica que desarrollan las firmas de auditoría. En este apartado nos centramos en el efecto especialización por sector. Como expresan las normas de ejecución del trabajo del ICAC en España, una auditoría eficiente requiere el conocimiento de la problemática ambiental de la empresa, obligando al auditor, entre otros aspectos, al conocimiento del sector, su problemática financiera, comercial y económica, como medio de realizar una auditoría eficiente. Todo ello nos lleva a considerar la posibilidad de que las firmas de auditoría lleven a cabo el desarrollo de una conducta estratégica de especialización en sectores específicos de actividad.

Son varios los factores que contribuyen al crecimiento de la especialización de las firmas de auditoría por sectores de actividad económica. Entre ellos se pueden

citar la adquisición del conocimiento sobre los procedimientos contables específicos aplicables al sector concreto, la estructura de los procesos productivos, la estructura de costes, la propia organización y los sistemas de control interno. El logro de estos conocimientos se considera que ocasiona un coste fijo que debe ser soportado por la firma auditora, por lo que a medida que las empresas se orientan a sectores específicos, el coste medio de la auditoría tiende a disminuir conforme el aprendizaje aumenta. La primera auditoría requiere de cierto coste de «familiarización» con los problemas específicos del sector. Dicho coste permanecerá invariable en posteriores auditorías. Por ello, la firma auditora que adquiere experiencia en el sector puede ofrecer el servicio en condiciones más eficientes, ya que utiliza menor tiempo de ejecución del servicio y por ello puede cargar precios menores (Magee y Tsesng, 1990, p. 318).

Ello podría explicar que las empresas, como opción estratégica, segmenten el mercado y se especialicen en determinados sectores productivos. No obstante, es conveniente resaltar que la excesiva especialización presenta un claro coste en términos de oportunidad, debido a la renuncia a entrar en otros sectores específicos, explotados por otros competidores, y a la dificultad de utilizar esa experiencia en otros sectores. Por ello la posibilidad de explotar economías de escala derivadas de la curva de experiencia puede que no sea del todo óptima, y por tanto debe existir una decisión de naturaleza estratégica sobre si especializarse o no en sectores de actividad económica determinados.

2.2. Contrastación empírica de la especialización por sector en España

Respecto a la contrastación empírica de la existencia de efecto especialización en el mercado de auditoría en España, hemos dividido la muestra total del mercado en distintos subsectores de actividad. Esta subdivisión se realiza al objeto de analizar si tales sectores exigen requerimientos específicos respecto a la ejecución de la auditoría que hagan percibir en las firmas la necesidad de realizar auditorías especializadas y considerar esta variable como de conducta estratégica. Para la definición de los distintos sectores de actividad hemos conjugado dos criterios acordes con otros estudios publicados, como son la existencia de una regulación específica, principios de contabilización propios del sector y procesos productivos especiales, entre otros, y además que el número de empresas representadas en el sector sea lo suficientemente importante para que las conclusiones que puedan inferirse adquieran relevancia.

Una primera aproximación al conocimiento de la especialización en el mercado de auditoría atendiendo al sector de actividad donde la firma auditada desarrolla su

actividad, puede ser apreciada a través de la distribución de la actividad en dichos sectores. Para ello en la siguiente tabla 5.1 se recoge la participación de dos grupos de firmas auditoras: por una parte las seis grandes firmas internacionales y por otra parte el resto de firmas y profesionales activos en el mercado de auditoría.

TABLA 5.1

Participación por sectores de los auditores activos en el mercado de auditoría español, según la muestra

Sectores	1992		1993		1994	
	Porcentaje de empresas auditadas por las seis grandes	Porcentaje de empresas auditadas por el resto de firmas	Porcentaje de empresas auditadas por las seis grandes	Porcentaje de empresas auditadas por el resto de firmas	Porcentaje de empresas auditadas por las seis grandes	Porcentaje de empresas auditadas por el resto de firmas
Alimentación.	83	17	84	16	85	15
Automoción	95	5	100	—	100	—
Decoración.	43	57	40	60	37	63
Comerciales	66	34	67	33	73	27
Comercio	83	17	96	4	88	12
Construcción	86	14	83	17	88	12
Const. Maquinaria. . .	76	24	76	24	78	22
Eléctricas	98	2	99	1	94	6
Informática	94	6	93	7	98	2
Metalurgia.	90	10	96	4	82	18
Minería-Petróleo. . .	100	—	100	—	100	—
Química	94	6	94	6	100	—
Servicio Público. . . .	68	32	70	30	50	50
Transporte	90	10	92	8	91	9
Varios.	73	27	73	27	84	6

Como puede apreciarse en la tabla 5.1, los datos de distribución del mercado atendiendo a sectores de actividad económica del cliente, resultan consistentes con los resultados sobre concentración obtenidos en el capítulo anterior. En los distintos sectores de actividad referidos la participación de las grandes firmas internacionales de auditoría es muy alta. Podemos considerar que esta estructura resulta en gran medida explicada por el efecto especialización, dado que si partimos de la hipótesis de que las grandes firmas internacionales cuentan con mayor capacidad de especializar su conocimiento, una estructura como la especificada en la tabla podría inducirnos a pensar que el mercado de auditoría español requiere auditores especializados. No obstante, para admitir esta interpretación debemos

hacer una simplificación, como es la de considerar a las firmas internacionales como especializadas y al resto de firmas que actúan en el mercado como no especializadas, cuestión ésta de difícil justificación teórica. Por otra parte, no ha sido tenido en consideración el número de empresas auditoras que realmente están activas en sectores de actividad. Para solventar estos problemas, vamos a considerar que la especialización en el sector va a depender de dos variables: el número de auditores activos en un sector específico y la dispersión de las cuotas de mercado entre estos auditores activos.

Si atendemos al número de empresas activas en sectores específicos, puede suponerse que mientras menor sea el número de empresas auditoras activas en sectores específicos, mayor será la dificultad que supone realizar auditorías en el mismo. Ello puede resultar un indicador de la especialización que se requiere en el sector. Aun cuando esta afirmación pueda ser válida, si atendemos sólo al número de empresas y no a la posición relativa de cada firma auditora en cada sector de actividad, puede que el efecto especialización no haya sido reflejado de modo cierto. Por este motivo utilizamos el índice de Herfindahl, que refleja adecuadamente la estructura real de un mercado, en la medida que es sensible tanto al número de empresas que actúan en el mercado como a la diferencia de sus cuotas de mercado. De esta forma, en aquellos sectores en los que el índice de Herfindahl sea apreciablemente mayor al del mercado total, se demuestra que el sector no posibilita que cualquier auditor desarrolle su trabajo en el mismo, ya que exige que los auditores implantados en los mismos estén especializados.

Los datos obtenidos en nuestro estudio empírico del mercado español sobre el número de auditores activos en cada sector y el valor del índice de Herfindahl se reflejan en la tabla 5.2.

La lectura de la tabla 5.2 resulta muy sugerente, dado que se aprecian comportamientos diferentes atendiendo al nivel de concentración por sectores de actividad de las empresas clientes. Así podemos destacar la existencia de sectores en los que tanto el número de firmas auditoras es bajo y el índice de Herfindahl elevado. En estos casos nos encontramos ante sectores que parecen requerir cierta especialización para el ejercicio de la actividad profesional. En especial, destacamos como sectores potencialmente especializados a los sectores de Comercio, Construcción, Construcción de Maquinaria, Eléctricas, Minería-Petróleo y Transporte.

A otro nivel de profundización sobre la especialización por sectores, hemos analizado en nuestro estudio empírico si cabe hablar, en el caso español, de la existencia de conductas estratégicas en las firmas auditoras hacia la especialización.

TABLA 5.2

Nivel de concentración por sectores de actividad

Sectores	1992		1993		1994	
	N.º em- presas au- ditadas	H	N.º em- presas au- ditadas	H	N.º em- presas au- ditadas	H
Alimentación	18	0,15	18	0,16	17	0,16
Automoción	6	0,28	5	0,32	6	0,32
Decoración	18	0,09	19	0,09	18	0,09
Comerciales	15	0,15	15	0,15	12	0,18
Comercio	8	0,37	5	0,56	8	0,35
Construcción	15	0,42	15	0,43	19	0,34
Construcción de Maquinaria .	18	0,27	17	0,34	16	0,37
Eléctricas	6	0,83	5	0,82	6	0,73
Informática	7	0,26	8	0,24	7	0,30
Metalurgia	8	0,25	7	0,25	7	0,20
Minería-Petróleo	3	0,63	4	0,60	3	0,62
Química	5	0,22	5	0,25	5	0,24
Servicio Público	6	0,20	5	0,22	4	0,35
Transporte	8	0,61	7	0,60	9	0,58
Varios	30	0,16	29	0,19	29	0,26
TOTAL	90	0,21	84	0,22	81	0,23

Para verificar este comportamiento consideramos que este tipo de conductas tienen lugar cuando existen diferencias apreciables entre las cuotas de mercado de las firmas auditoras en los distintos sectores concebidos como potencialmente especializados.

Al efecto de contrastar empíricamente esta proposición en nuestro estudio sobre el caso español, hemos analizado la cuota de mercado de las empresas auditoras activas en cada sector considerado como especializado. Concretamente, la existencia de una conducta estratégica hacia la especialización se inferirá a través de la participación relativa de cada firma en sectores especializados. Ello supone analizar tanto la participación relativa de cada empresa en sectores concretos, como el número de sectores especializados en lo que se mantiene participación activa. Para considerar cuando las diferencias entre las cuotas de mercado de las firmas pueden ser lo suficientemente importantes para determinar si éstas resultan o no especializadas, nos basaremos en los trabajos de Palmrose (1986) y Craswell et al. (1995). En ellos se considera una firma de auditoría como especializada en un sector de actividad específico si su cuota de mercado en dicho sector es superior

al 10%. Los resultados obtenidos al respecto en nuestro estudio empírico se recogen en la tabla 5.3, donde el número de empresas que se han considerado activas en el mercado viene determinado por los índices Herfindahl mostrados en la tabla 5.2, es decir, viene determinado por el número de empresas que realmente, y no nominalmente o sin importancia relativa, operan en cada sector especializado.

TABLA 5.3
Participación de las seis grandes firmas internacionales
en los sectores especializados

Sector especializado	1992		1993		1994	
	Firmas	Cuota	Firmas	Cuota	Firmas	Cuota
Comercio	AA	0,57	AA	0,73	AA	0,54
	PM	0,16	EY	0,14	PM	0,16
					EY	0,14
Construcción	AA	0,62	AA	0,63	AA	0,51
	PW	0,15	PW	0,18	PW	0,24
					PM	0,11
Construcción de maquinaria	AA	0,5	AA	0,56	AA	0,6
Eléctricas	AA	0,91	AA	0,9	AA	0,85
Minería-Petróleo	AA	0,78	AA	0,75	AA	0,77
	EY	0,17	EY	0,18	EY	0,14
Transporte			AA	0,76	AA	0,74
	AA	0,77	EY	0,16	EY	0,16

AA=Arthur Andersen PM=Peat Marwick EY=Ernest & Young PW= Price Waterhouse

La tabla 5.3 no sólo nos permite observar la existencia de especialización en el mercado de auditoría y conductas estratégicas desarrolladas por las empresas al objeto de cubrir la demanda de un sector específico, sino también, atendiendo al número de sectores específicos en los que cada empresa participa y la cuota de mercado de la que disfruta, calificar la especialización la conducta estratégica de cada firma internacional. Así podemos llegar a la conclusión de distintos tramos en función de la especialización de la forma que sigue:

- *Firmas de auditoría cuya conducta estratégica hacia la especialización es acusada:* Arthur Andersen, dado que participa en todos los sectores considerados como especializados y además con cuotas de mercado altas.

- *Firmas de auditoría cuya conducta estratégica hacia la especialización es media alta:* Ernst and Young, puesto que participa con cuotas importantes en tres sectores especializados.
- *Firmas de auditoría con débil conducta estratégica hacia la especialización:* Peat Marwick y Price Waterhouse.
- *Firmas de auditoría sin tendencia a entrar en sectores que requieren especialización:* Coopers and Lybrand y Deloitte and Touche.

Esta clasificación parece relacionada con la concentración en el mercado, ya que podemos apreciar que aquellas empresas con alta o media especialización ganan cuota de mercado, mientras que las firmas débilmente especializadas reducen su participación en el mercado. Esto es consistente con la hipótesis de que las altas cuotas de mercado de las que disfrutaban las firmas internacionales, así como las diferencias entre éstas, pueden quedar explicadas por los comportamientos hacia la especialización que éstas desarrollan.

3. LA ESPECIALIZACION ATENDIENDO AL TAMAÑO DE LA EMPRESA AUDITADA

3.1. Argumentos teóricos

Las firmas de auditoría pueden mostrar una conducta estratégica de especialización relacionada con el tamaño de las empresas que auditan. La auditoría de grandes empresas y corporaciones requiere de las firmas auditoría una determinada especialización, ya que realizan un gran número de transacciones y poseen estructuras organizativas complejas. Es poco probable que las pequeñas firmas auditoras y los profesionales independientes puedan acceder al segmento de mercado de auditoría de las grandes empresas.

Los argumentos que sustentan la especialización por tamaño de las empresas auditadas tienen unas connotaciones claramente excluyentes y probabilísticas. Así, Dopuch y Simunic (1980, p. 93) plantean que a medida que disminuye el tamaño de la empresa auditada, la probabilidad de que éstas contraten a una firma auditora de las Seis Grandes tiende a disminuir.

En nuestro estudio empírico hemos utilizado un planteamiento basado también en términos excluyentes. Concretamente, intentamos inferir la existencia de un tamaño mínimo eficiente por debajo del cual las empresas auditoras no pueden

competir en determinados segmentos del mercado en función del tamaño de la empresa auditada.

3.2. Contrastación empírica de la especialización por tamaño de la empresa auditada en España

Para contrastar el efecto especialización por tamaño del cliente, hemos dividido la muestra total de nuestro estudio en distintos tramos por tamaño. En primer lugar hemos identificado la participación relativa de las firmas internacionales y del resto de firmas activas en el mercado de auditoría español en cada uno de esos tramos. Los resultados obtenidos a través del estudio realizado quedan recogidos en la tabla 5.4.

TABLA 5.4
Participación de las firmas de auditoría de la muestra por tramos de actividad

Tamaño de la firma auditada (facturación en miles de pts.)	1992		1993		1994	
	Porcentaje de empresas auditadas por las seis grandes	Porcentaje de empresas auditadas por el resto de firmas	Porcentaje de empresas auditadas por las seis grandes	Porcentaje de empresas auditadas por el resto de firmas	Porcentaje de empresas auditadas por las seis grandes	Porcentaje de empresas auditadas por el resto de firmas
Menos de 1.000.000	1	99	15	85	24	76
1.000.001-5.000.000. . . .	29	71	30	70	23	77
5.000.001-25.000.000. . . .	70	30	75	25	76	24
25.000.001-50.000.000. . . .	89	11	88	12	92	8
50.000.001-100.000.000. . . .	100	—	100	—	90	10
100.000.001-500.000.000. . . .	90	10	100	—	100	—
Más de 500.000.000. . . .	85	15	83	17	86	14

Como puede apreciarse de la lectura de los datos recogidos en la tabla 5.4, en el mercado de auditoría español parece existir un tamaño mínimo eficiente para las firmas de auditoría. A medida que el tamaño de las empresas auditadas aumenta, la participación de las firmas de auditoría de menor tamaño disminuye. Puede concluirse, por tanto, que existe una barrera de entrada para las pequeñas firmas atendiendo al tamaño del cliente.

Estos datos son ilustrativos de la importancia del tamaño de la empresa auditada, pero no aportan información alguna sobre la existencia de cierta conducta es-

tratégica de las grandes firmas internacionales para orientar su servicio a clientes de gran tamaño. Para profundizar en este aspecto, hemos distinguido en el estudio empírico realizado por cada tramo de tamaño, tanto el número de auditores activos en los distintos tramos como el valor que adquiere el índice Herfindahl. Partimos de la asunción de que a medida que aumenta el tamaño de la empresa auditada, existe un menor número de auditores activos y, por tanto, mayor es la concentración del mercado. Los datos obtenidos quedan recogidos en la tabla 5.5.

TABLA 5.5
Nivel de concentración por tamaño del cliente

Tamaño de la firma auditada (facturación en miles de pts.)	1992		1993		1994	
	N.º de audito- res	H	N.º de audito- res	H	N.º de audito- res	H
Menos de 1.000.000	45	0,03	45	0,03	40	0,03
1.000.001-5.000.000	36	0,04	33	0,05	37	0,04
5.000.001-25.000.000	21	0,16	17	0,16	13	0,16
25.000.001-50.000.000	14	0,18	14	0,19	11	0,21
50.000.001-100.000.000	6	0,23	6	0,24	10	0,17
100.000.001-500.000.000	8	0,33	6	0,35	5	0,29
Más de 500.000.000	5	0,33	3	0,56	3	0,62
TOTAL	90	0,21	84	0,22	81	0,23

Puede apreciarse en la tabla 5.5, que tanto si atendemos al número de auditores activos en los tramos de tamaño identificado, como al valor que adquiere el índice Herfindahl, el tamaño del cliente parece estar relacionado con el auditor elegido. A medida que incrementa el tamaño del cliente el número de auditores activos disminuye, aumentando el índice Herfindahl, o lo que es lo mismo, el número de empresas auditoras activas disminuye.

No obstante, tal como hemos hecho para la especialización por sector de actividad del cliente, nuestro objetivo es analizar si existe una conducta estratégica de especialización en torno a la variable tamaño. A tal fin hemos analizado si pueden apreciarse comportamientos específicos al respecto en las seis grandes firmas internacionales. Para ello calculamos la cuota de mercado de estas firmas en los distintos tramos de tamaño del cliente. Los resultados obtenidos se recogen en la tabla 5.6.

TABLA 5.6

Cuotas de mercado de las seis grandes firmas internacionales de auditoría por tramos de actividad de las empresas que auditan

T	Arthur Andersen			Coopers & Lybrand			Peat Marwick			Price Waterhouse			Ernst & Young			Deloitte & Touche		
	1992	1993	1994	1992	1993	1994	1992	1993	1994	1992	1993	1994	1992	1993	1994	1992	1993	1994
1	0,4	0,1	0,2	2	1	2	1	1	2	0,4	0,3	0,2	1	0,4	1	—	—	—
2	1	1	1	—	—	—	2	11	—	3	3	3	3	2	2	—	—	—
3	10	10	6	4	10	9	4	22	7	13	9	4	19	18	16	12	3	—
4	20	21	18	30	20	18	34	42	31	36	31	18	26	30	20	25	26	51
5	14	12	10	13	16	10	17	14	27	33	40	29	16	14	13	34	34	49
6	37	34	37	38	40	61	27	8	33	15	17	46	21	34	33	29	10	—
7	17	21	28	18	11	—	13	—	—	—	—	—	14	—	13	—	—	—

T = tramo de actividad. Cada uno de los 7 tramos se corresponden respectivamente con los reflejados en la tabla 5.5.

Estos datos ponen de manifiesto que las grandes firmas internacionales distribuyen su facturación de forma muy similar entre los tramos de tamaño de la empresa auditada 3, 4, 5 y 6, por lo que no parece que entre estas firmas de auditoría exista un perfil tipo de cliente.

La obtención de una medida exacta de la distribución de la actividad por tramos entre las firmas internacionales puede realizarse utilizando el índice de entropía. Este índice es la media ponderada de la cuota de mercado de una firma por segmentos específicos, en nuestro caso, por segmentos de tamaño de la empresa auditada. El índice de entropía toma la siguiente forma:

$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot \ln \frac{1}{C_i}$$

C_i es la cuota de mercado que sobre el total de cuota de mercado de una firma representa en el sector i.

Como puede observarse de la formulación analítica del índice de entropía, el peso por cada segmento será el logaritmo de la inversa de su cuota. La medida tiene en consideración dos factores: El número de segmentos en el cual una firma opera, y la importancia relativa de cada segmento en la cuota total de cada firma.

Podemos considerar que el índice de entropía es una medida de la diversificación de las firmas de auditoría por tramos de tamaños de las empresas auditadas.

Ello nos permite analizar en qué medida la cuota total de la que disfrutaban las firmas internacionales de auditoría viene explicada por su actuación en más tramos de tamaño. Esto significa que no tienen un perfil típico de cliente en referencia a su tamaño. Los datos sobre la entropía de las distintas firmas internacionales se recogen en la tabla 5.7:

TABLA 5.7

Indices de entropía de las seis grandes firmas internacionales en función de tramos de actividad de las empresas auditadas

Firma	1992	1993	1994
Arthur Andersen	1,57	1,32	1,48
Coopers & Lybrand	1,50	1,51	1,13
Peat Marwick	1,56	1,27	1,32
Price Waterhouse	1,40	1,36	1,27
Ernst & Young	1,70	1,42	1,65
Deloitte & Touche	1,33	1,08	0,69

---De estos datos se puede inferir que Ernst and Young y Arthur Andersen son las firmas que más diversificada tienen su cuota de mercado, para los tres años objeto de estudio. Esto quiere decir que especializan menos en tamaños específicos, actuando pues en todos los tramos de tamaño del cliente. El resto de firmas de auditoría, a excepción de Deloitte and Touche, tienen un índice de entropía relativamente similar. Ello nos permite concluir que en el mercado de auditoría español las firmas internacionales no están especializadas por el tamaño de su cliente, o lo que resulta similar, la estructura del mercado, y en especial la concentración, no se hacen depender de este tipo de especialización.

4. LA RELACION ENTRE TAMAÑO DE LAS FIRMAS DE AUDITORIA Y POSICION EN EL MERCADO

4.1. Argumentos teóricos

Señalábamos con anterioridad que uno de los factores que pueden explicar que las grandes firmas de auditoría disfruten de una ventaja competitiva en el mercado, se deriva de la existencia de economías de escala. Las economías de escala posibilitan, por tanto, el diseño y desarrollo de una estrategia basada en un liderazgo en costes. Sin embargo, no todos los productos o servicios ofertados en el

mercado permiten la explotación de economías de escala o economías del tamaño. En principio, dadas las características propias de la oferta de los servicios de auditoría, parece que sí que podría llevarse a cabo una «producción en masa». No obstante, la afirmación contraria también puede argumentarse aduciendo que las peculiaridades propias de las empresas auditadas exigen una prestación personalizada del servicio. En cualquier caso, debe resaltarse que el proceso de auditoría y la formación del juicio profesional permiten cierta estandarización cuando atendemos a las empresas con similares o parecidos tamaños y con procesos productivos, comerciales y administrativos con cierto grado de similitud. Desde este punto de vista puede sostenerse el planteamiento de que la auditoría permite una producción en masa.

Con el objeto de precisar la posible existencia de economías de escala en auditoría, vamos a hacer referencia al principal mecanismo que opera para que dichas economías del tamaño empresarial se produzcan. Nos referimos a la naturaleza indivisible de los recursos de producción.

La indivisibilidad de los factores productivos puede provocar la existencia de economías de escala porque tal indivisibilidad produce la existencia de unos altos costes fijos. Así, mientras mayor sea la cuota de mercado de una firma de auditoría, mayor será la posibilidad de desarrollar una ventaja en costes respecto a la competencia, ya que la mejor situación de la empresa en su curva de costes le posibilitará ofertar el producto o servicio a precios más competitivos. Muchos de los costes en los que incurren las firmas de auditoría para mantener un servicio de alta calidad son independientes del tamaño de la firma y tienen naturaleza fija, adquiriendo especial importancia el coste de personal y el de formación del mismo. En esta línea de razonamiento, las grandes firmas auditoras, incurriendo en los mismos costes que las pequeñas empresas auditoras, aumentan su capacidad para desarrollar un mayor número de auditorías por lo que el coste fijo medio tiende a decrecer con el número de auditorías realizadas, o lo que es lo mismo con la cuota de mercado de la que disfruta. Por el contrario, las pequeñas firmas y los profesionales individuales tienen una capacidad restringida para hacer frente a la demanda del servicio. Por ello la imputación a costes habrá de ser realizada entre un menor número de unidades producidas, es decir de auditorías realizadas. Ante esta desventaja para competir, las pequeñas firmas de auditoría tienen dos opciones posibles: i) reducir los honorarios por debajo de las grandes firmas de auditoría, lo cual supone soportar las pérdidas y tiene una limitada validez temporal, o ii) incrementar el tamaño, situación ésta que parece que se está produciendo en nuestro país, donde se asiste a movimientos asociativos de pequeñas firmas y auditores individuales. Sobre este particular podemos hacer referencia a determinadas noticias en

prensa especializada que se refieren a estas prácticas asociativas entre firmas nacionales para incrementar su tamaño (El País, 22 de junio de 1995; El Correo Gallego; 24 de enero de 1992; La Gaceta, 25 de enero de 1993).

Así pues, podemos deducir que la existencia de economías de escala implica la existencia de un tamaño óptimo de la firma o tamaño mínimo eficiente en el cual se garantiza un beneficio máximo al producir la empresa al mínimo coste medio. Es decir, la ventaja competitiva de una empresa queda relacionada con el tamaño a través de la existencia de economías de escala.

En cualquier caso podemos llegar a la conclusión de que cuanto mayor sea el número de auditorías realizadas por las distintas firmas, mejor situación tendrán estas empresas respecto a la curva de costes medios, lo que les permitirá actuar en condiciones superiores de eficiencia.

4.2. Resultados del estudio empírico sobre relación entre tamaño y posición en el mercado de las firmas de auditoría

Para contrastar empíricamente la existencia de economías de escala se debe partir de la estimación de la curva de costes medios y analizar la forma funcional de esta curva. Posteriormente debe estudiarse si ésta toma la forma funcional de L o decreciente. Sin embargo, dada la inexistencia de información sobre la estructura de costes de las firmas auditoras, en nuestro trabajo determinamos la existencia de las economías de escala, a través de un método sencillo y operativo ideado por Stigler (1968), denominado método de supervivencia, que ha sido aplicado en nuestro país por García Durán (1976) entre otros, y en lo que se refiere al mercado de auditoría por Danos y Eichenseher (1982) en Estados Unidos.

El método de la supervivencia permite revelar la existencia de la dimensión óptima de las empresas en un mercado particular (en nuestro caso, referido al número de auditorías realizadas) para que las empresas se sitúen en el punto mínimo de la curva de costes medios. El postulado fundamental del modelo de supervivencia es que la competencia entre empresas de diferentes tamaños selecciona a las más eficientes. Este método resuelve el problema de la determinación de la dimensión óptima de las firmas de auditoría, clasificando a las empresas por su tamaño (número de auditorías realizadas), y analizando la participación sobre la actividad total para cada tramo de tamaño determinado. Si la participación de un determinado tramo disminuye a lo largo del tiempo, puede concluirse que dicho tamaño es rela-

tivamente ineficiente, aumentando la ineficiencia al aumentar la disminución en la participación de tal tramo.

La aplicación de este método para determinar la dimensión óptima, supone describir para los tres años objeto de nuestro estudio el número de auditorías realizadas por las distintas firmas de auditoría que sometemos a estudio, principalmente las firmas internacionales, y analizar la evolución de la cuota de mercado de la que disfrutaban. Si se verifica que existe una relación empírica entre cuota de mercado y tamaño, definido por número de auditorías, disponemos de un indicador indirecto sobre la existencia de un tamaño mínimo eficiente en el mercado de auditoría y por lo tanto, se puede determinar en qué medida la concentración del mercado de auditoría español y la posición relativa de las distintas firmas en el mismo pueden venir explicados por la posibilidad de que éstas desarrollen un estrategia de liderazgo en costes a través de la explotación de economías derivadas del tamaño empresarial. Los datos obtenidos en nuestro estudio empírico se recogen en la tabla 5.8. En ella figuran tanto el número de auditorías realizadas por las seis grandes firmas internacionales en nuestro estudio, como la cuota de mercado individual:

TABLA 5.8

Análisis de las economías de escala en el mercado de auditoría español a través del número de auditorías realizadas

Firmas	1992		1993		1994	
	N.º auditorías realizadas	C	N.º auditorías realizadas	C	N.º auditorías realizadas	C
Arthur Andersen	86	0,41	85	0,42	78	0,43
Coopers & Lybrand	25	0,11	27	0,12	22	0,10
Peat Marwick	28	0,10	25	0,07	26	0,09
Price Waterhouse	30	0,10	33	0,12	30	0,12
Ernst & Young	27	0,09	29	0,10	27	0,10
Deloitte & Touche	9	0,04	7	0,03	7	0,02

En los datos recogidos en la tabla 5.8, se observa que algunas firmas han perdido cuota de mercado en los tres años analizados. Dichas firmas reducen el número de auditorías realizadas, lo cual nos lleva a considerar, dentro del razonamiento teórico que estamos utilizando, que están actuando a una dimensión no óptima. Podemos apreciar que para dos grandes firmas que pierden cuota de mercado, el tamaño óptimo parece quedar situado en 25 auditorías. Coopers and Lybrand par-

te, en el año 1992, con 25 auditorías realizadas en la muestra objeto de nuestro estudio, quedando situada su cuota de mercado en un 11%. El aumento del número de auditorías registrado en el ejercicio 1993 supone un incremento de cuota de mercado, sin embargo la disminución del número de auditorías realizados por debajo de 25 en el período 94 supone una pérdida de cuota de mercado respecto al año base. Iguales conclusiones podrían ser inferidas respecto al caso de Peat Marwick, donde se aprecia que la disminución de auditorías en el año 1993 a 25 supone una disminución de cuota, mientras el aumento de número de auditorías en 1994 supone igualmente un incremento de cuota de mercado.

La aplicación de este método no pretende resaltar que el tamaño óptimo que de situado en 25 auditorías, sino simplemente que existe una relación entre cuota de mercado y tamaño, que, en particular, en nuestra muestra sí queda situado en este tamaño.

En resumen, podemos concluir que en el mercado de auditoría español puede apreciarse la existencia de un volumen de auditorías mínimo necesario para acceder a economías de escala. Puede argumentarse pues, que aquellas empresas que ganan cuota de mercado lo hacen gracias a diferencias de eficiencia al actuar en una situación de costes mínimos.

5. LA UTILIZACION DE METODOLOGIAS DE AUDITORIA ESTRUCTURADAS

5.1. Argumentos teóricos

La diferente utilización de la variable tecnología por las firmas de auditoría puede ser un medio a través del que explicar diferencias de eficiencia entre las mismas. En principio resulta complejo justificar que la situación de las distintas firmas en el mercado de auditoría se debe a la utilización de una tecnología diferente. Sin embargo, como se pone de manifiesto en los párrafos siguientes, no existe homogeneidad respecto al proceso tecnológico que siguen todas las firmas en el mercado de auditoría. Por otro lado, es difícil cuestionar que la innovación tecnológica no produzca beneficios que supongan modificaciones en los sistemas y procesos de fabricación e incrementos en la productividad de las empresas, y con ello se produzca a la vez una reducción de los costes de producción.

Respecto al objeto de nuestro estudio aparecen estrechamente relacionadas dos cuestiones sobre las cuales han debatido, durante décadas, los teóricos de la organización industrial en ausencia de pruebas empíricas concluyentes. En primer

lugar existe una polémica abierta acerca del origen de las innovaciones tecnológicas planteándose si éstas provienen sólo de las grandes empresas; en segundo lugar, tampoco existe evidencia clara sobre si es preciso que existan estructuras de mercado altamente concentradas, como monopolios u oligopolios, para que las empresas encuentren incentivos suficientes para promover cambios tecnológicos y mejoras en el bienestar social.

Respecto a la primera cuestión, el tamaño se convierte en un elemento de importancia capital para asegurar una rápida tasa de cambio tecnológico. Sólo las grandes empresas pueden contar con recursos financieros suficientes para dedicarlos al desarrollo de la investigación y para soportar el riesgo que supone toda innovación. Ello nos lleva a la consideración de que sólo las grandes empresas pueden mantener una actitud favorable hacia las innovaciones tecnológicas.

La segunda cuestión es, sin duda, más controvertida. El argumento por el que se aduce que un mercado concentrado es una condición necesaria para que se produzca un avance tecnológico, se justifica por la idea de que en un marco de competencia oligopolística es difícil competir en precios siendo mucho más factible competir en procesos. Si la existencia de mercados concentrados es fuente de progreso tecnológico y por tanto incrementa el bienestar social, podemos convenir que una estructura de competencia basada en un modelo oligopolístico podría llegar a ser deseable desde el punto de vista socioeconómico, dado que los incrementos de bienestar superarían a las pérdidas que se produciría por el control del mercado por unas pocas grandes empresas.

Las investigaciones realizadas no generan resultados definitivos sobre este aspecto, y su revisión excede el objeto de este estudio. Nuestro cometido se centra exclusivamente en el análisis de la forma en que la innovación tecnológica en las firmas de auditoría puede conferir una ventaja competitiva a las que la acometen.

Se puede constatar que las grandes firmas de auditoría han realizado en los últimos tiempos determinados cambios en su proceso productivo. Estos cambios van orientados básicamente a la consecución de una mayor estructuración o formalización del proceso de auditoría, reconociendo a éste como un proceso integrado y no como una mera cadena de procedimientos aislados. Una metodología estructurada en auditoría es una aproximación sistemática al desarrollo de la función, que se caracteriza por la prescripción de una secuencia lógica de procedimientos, decisiones y etapas de documentación. Esto supone que existe una política integrada de auditoría que determina unas herramientas analíticas que asisten al profesional en la formación de su juicio sobre la empresa auditada (Cushing y Loebbecke, 1986, p. 32).

La posibilidad de que la función de auditoría pueda servirse de la tecnología estructurada y sistemas expertos ha sido controvertida dentro de la doctrina, puesto que mientras algunos autores consideran que el proceso de auditoría puede ser concebido como un problema bien estructurado, analítico y programable (Sullivan, 1984; Ashton, 1983), otros autores, por el contrario, defienden que dicho proceso, dadas las peculiaridades específicas de cada empresa auditada, no puede verse abstraído del juicio del profesional (Bamber y Snowball, 1988), al no poder ser un proceso programable. Al margen de esta polémica, sobre la que no nos detenemos, parece claro que se dan ciertas situaciones que favorecen la aplicación de tecnologías estructuradas en el proceso de auditoría, en especial la necesidad de controlar el riesgo de auditoría y los costes laborales del equipo que desarrolla la misma.

El objetivo de nuestro estudio es analizar en qué medida la naturaleza estructurada del desarrollo del proceso de auditoría puede implicar una mayor eficiencia en el desarrollo de la misma, lo que supondría la realización del servicio en un menor tiempo y a menores costes. Sobre este extremo Newton y Ashton (1989) resaltan que el desarrollo de metodologías estructuradas presenta eficiencias inherentes. Por este motivo, los clientes pueden preferir elegir a auditores que cuenten con este tipo de metodologías. En especial, hemos de referirnos a los beneficios que pueden derivarse de una aproximación estructurada en la ejecución del proceso de auditoría sobre el control de los costes del servicio. Ello nos permitiría plantear una relación entre estructura del mercado y el uso de tecnologías diferentes por las empresas (Newton y Ashton, 1989; Cushing y Loebbecke, 1986). Esta relación podrá permitir contrastar si los auditores que utilizan metodologías estructuradas en el desarrollo del servicio, disfrutan de cierta ventaja competitiva al explotar una estrategia de liderazgo en costes.

La introducción de la tecnología estructurada, basada principalmente en la utilización de sistemas expertos, puede producir una mayor eficiencia en el servicio ofertado, reduciendo el tiempo en la ejecución del servicio y la formación del juicio y los esfuerzos requeridos para desarrollar los procedimientos de auditoría, y aumentando la calidad del mismo, es decir, disminuyendo el riesgo de auditoría y aumentando la seguridad del juicio profesional (Williams y Dirsmith, 1988). Según Willingham y Ribar (1988) la mayor eficiencia en la asignación de los recursos por la utilización de metodologías estructuradas en el proceso de auditoría se producen por varios factores. En primer lugar porque aumenta la satisfacción del profesional ya que éstos se ven liberados de realizar tareas rutinarias, haciendo que el trabajo sea más interesante y se reduzca el tiempo de trabajo de campo. Ambos aspectos redundan en el incremento de la calidad del servicio ofertado. Por otro lado, la formación del juicio sobre la situación de la empresa puede ser realizada sin la presencia

del profesional. Las metodologías estructuradas facilitan la uniformidad de la documentación y los papeles de auditoría. Incrementan la eficiencia por la reducción de los costes de formación del personal, al reducirse el nivel de experiencia necesario del que ejecuta el trabajo de auditoría (Dillard y Bricker, 1992). Aumentan la consistencia del proceso de auditoría y reducen el riesgo intrínseco de la formación del juicio. Reducen del número de auditores necesarios para que cumplan la misma cantidad de trabajo, disminuyendo de esta forma el coste laboral necesario para la realización de una auditoría (O'Leary y Watkins, 1989).

5.2. Resultados del estudio empírico sobre utilización de metodologías estructuradas en el mercado de auditoría español

En nuestro estudio empírico sobre el comportamiento de las firmas de auditoría en el mercado español hemos analizado si existe relación entre la posición en el mismo de las grandes firmas de auditoría y su actitud hacia el uso de las metodologías estructuradas.

Para contrastar empíricamente la relación existente entre tecnología y estructura del mercado, hemos de partir de que no todas las firmas auditoras utilizan la misma metodología en el desarrollo del servicio. Este aspecto ha sido estudiado y contrastado empíricamente por Cushing y Loebbecke (1986), Kinney (1986) y Morris y Nichols (1988). Para llevar a cabo un estudio empírico sobre relación entre metodologías estructuradas y posición de mercado resulta necesario contar con información, a priori, sobre la calificación del tipo de metodología de auditoría de las distintas firmas. A tal efecto, nos hemos valido de los trabajos de Kinney (1986) y Morris y Nichols (1988), quienes han clasificado a las seis grandes firmas internacionales de la siguiente forma:

CUADRO 5.1

Calificación de las firmas internacionales por el tipo metodología utilizada

Firmas	Clasificación en función de la tecnología
<ul style="list-style-type: none"> • Peat Marwick • Deloitte & Touche 	Utilización de tecnologías altamente estructuradas
<ul style="list-style-type: none"> • Arthur Andersen • Ernst & Young 	Utilización de tecnologías estructuradas de forma intermedia
<ul style="list-style-type: none"> • Coopers & Lybrand • Price Waterhouse 	No utilización de tecnologías estructuradas

La hipótesis a contrastar en nuestro estudio empírico es si las empresas con tecnologías estructuradas tienden a incrementar su cuota de mercado. Una vez relacionados el tipo de metodología utilizada por las distintas firmas con la cuota de mercado y la evolución de la misma a lo largo del período objeto de nuestro estudio, se llega a los resultados que figuran en la tabla 5.9:

TABLA 5.9
Metodología de auditoría y cuota de mercado

Firma	Tipo de tecnología	Cuota 1992	Cuota 1993	Cuota 1994
Arthur Andersen	Intermedia	0,41	0,42	0,42
Coopers & Lybrand	No estructurada	0,11	0,12	0,10
Peat Marwick	Estructurada	0,10	0,07	0,09
Price Waterhouse	No estructurada	0,10	0,12	0,12
Ernst & Young	Intermedia	0,09	0,10	0,10
Deloitte & Touche	Estructurada	0,04	0,03	0,02

La lectura de estos datos pone claramente de manifiesto que en lo que se refiere a la estructura del mercado de auditoría en España, no parece existir efecto entre las eficiencias diferenciales de las distintas firmas de auditoría y la naturaleza de metodología que siguen en el desarrollo del servicio. Como puede observarse las firmas de auditoría calificadas como altamente estructuradas respecto a la metodología de auditoría, Peat Marwick y Deloitte and Touche, pierden cuota de mercado entre 1992 y 1994, pudiendo concluir que estas firmas no actúan, desde un punto de vista operativo con mayor nivel de eficiencia. Por el contrario, aquellas empresas con estructuras calificadas como intermedias, Arthur Andersen y Ernst and Young, ganan cuota de mercado, al igual que una de las firmas consideradas como no estructurada, Price Waterhouse. Todos estos datos pueden servirnos para concluir que no existe efecto tecnológico en el mercado de auditoría en España. Así pues, no existen diferencias de eficiencia entre las firmas derivadas de la utilización de tecnologías estructuradas en el desarrollo y ejecución del servicio.

Ello puede quedar explicado por el hecho de que el efecto de la metodología sobre los costes queda estrechamente vinculada al entorno de la tarea del auditor. Por ejemplo, puede que el grado de especialización que requiere la auditoría de un cliente no posibilite la utilización de procedimientos estructurados (Kaplan et al.,

1990, p. 200). La existencia de clientes con problemas específicos y el riesgo que supone no reconocer la peculiaridad del cliente, aplicando un material estructurado en un modo mecánico, podrían explicar por sí mismos la inexistencia del factor tecnología como explicativo de la ventaja diferencial en el mercado de auditoría española.

CAPITULO 6

RAZONES DE LA CONCENTRACION DEL MERCADO DE SERVICIOS DE AUDITORIA ESPAÑOL, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS EMPRESAS AUDITADAS

En este capítulo se efectúa un análisis de los factores que determinan la elección de auditor por parte de las empresas y los atributos que conforman al auditor ideal desde su punto de vista, como factores que explican la concentración existente en el mercado de auditoría español.

I. INCIDENCIA DE LA DEMANDA EN LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE AUDITORIA

La forma en que se estructuran los mercados de servicios depende de las actuaciones de los oferentes y demandantes que actúan en los mismos. En el ámbito de este estudio, el mercado de servicios de auditoría español ha sido analizado, hasta el momento, a través de los comportamientos desde el punto de vista de la oferta. Concretamente, en el capítulo anterior hemos analizado la forma en que las firmas auditoras actúan en el mercado de servicios de auditoría para conseguir clientes. Ha quedado puesto de manifiesto que las citadas firmas utilizan determinados comportamientos para influir en el proceso de decisión que deben llevar a cabo las empresas a la hora de elegir auditor, como son la especialización por sector y tamaño y la diferenciación del producto. Sin embargo, es preciso resaltar que en última instancia, la elección corresponde a los demandantes del servicio, es decir, a los órganos decisorios competentes de las empresas auditadas. En este capítulo, analizamos los factores que inducen a las empresas españolas a decantarse en su elección por un auditor determinado.

Para ello vamos a presentar, en primer lugar, el marco teórico en que se encuadra el proceso de elección de auditor, mediante una revisión exhaustiva de la literatura internacional al respecto. A continuación expondremos los resultados de dos estudios empíricos que hemos llevado a cabo, mediante cuestionarios postales remitidos a empresas españolas, con el fin conocer los factores que más pesan en su proceso de elección de auditor.

2. TEORIAS DE LA DOCTRINA SOBRE LA ELECCION DE AUDITOR

2.1. La importancia de la investigación empírica

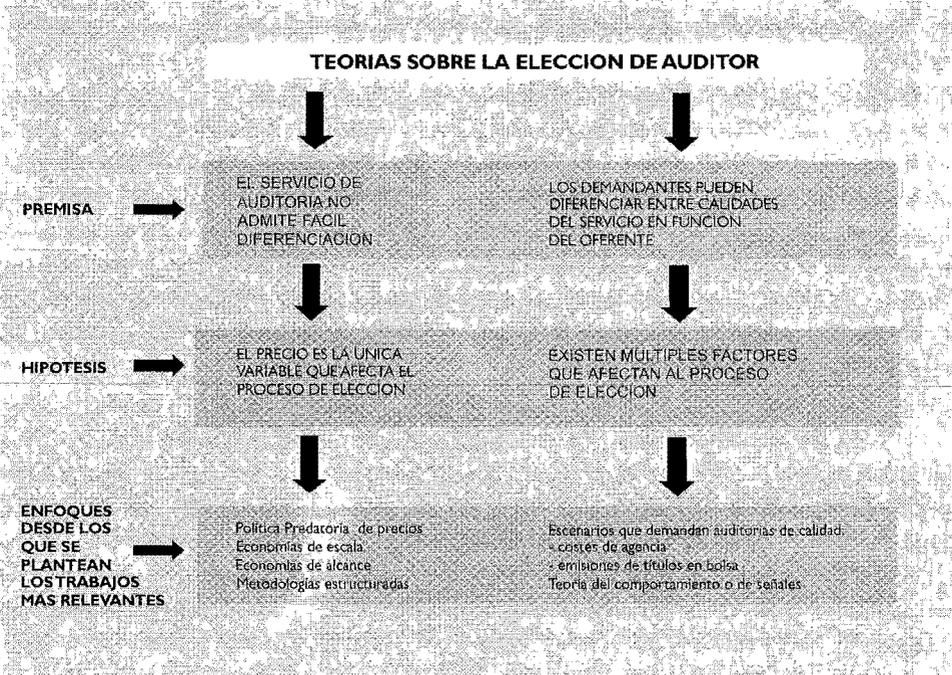
Nuestro estudio sobre la determinación de las pautas de elección de auditor se encuadra geográficamente en el ámbito del mercado de servicios de auditoría español. Sin embargo, es preciso indicar que el interés por el análisis de los comportamientos de las empresas en relación con la elección de auditor, ha partido fundamentalmente de las corrientes científicas dedicadas a estudiar la estructura de los mercados de auditoría anglosajones, y concretamente a analizar los motivos por los que en éstos se detecta una elevada concentración en unas pocas firmas de auditoría, concretamente en las grandes firmas multinacionales.

La corriente científica a la que nos referimos se nutre fundamentalmente de estudios de naturaleza empírica, como los de Simunic (1980), Francis y Wilson (1988) y Beattie y Fearnley (1995). Con los planteamientos y resultados obtenidos a través de ellos se han ido describiendo distintas teorías o aproximaciones a los procesos de elección de auditor. En definitiva, se ha ido conformando un cuerpo básico de referencia inexcusable a la hora de afrontar un estudio empírico sobre elección de auditor, como es el que nosotros llevamos a cabo para el caso español. En este apartado deseamos hacer una breve síntesis de las teorías sobre elección de auditor con el fin de fundamentar y encuadrar metodológicamente nuestra investigación.

Un punto de partida para establecer una clasificación de las aproximaciones teóricas a los procesos de elección de auditor, consiste en observar cuáles son los factores que, en los distintos trabajos publicados, se consideran explicativos de dicho proceso. A este respecto, tras un análisis de los mismos podemos afirmar que existen dos grandes grupos de estudios: por un lado los que resaltan que el servicio de auditoría, en sí mismo, no permite diferenciación porque está muy regulado por las normas, siendo por tanto el precio del servicio de auditoría lo que determina la elección, y por otro lado, los trabajos que consideran que existen aspectos

cualitativos en el servicio prestado por los auditores que permiten diferenciación entre los distintos oferentes. En los dos apartados que siguen analizaremos los principales aspectos que conforman cada una de las dos teorías citadas, que, a su vez, sintetizamos en el gráfico 6.1.

GRAFICO 6.1
Teorías sobre la elección del auditor



2.2. Teorías basadas en la homogeneidad del servicio de auditoría: el precio como variable explicativa

El servicio de auditoría posee unas connotaciones particulares que lo diferencian sustancialmente de otros servicios profesionales. Nos referimos a su carácter obligatorio y a la profunda regulación que le afecta. Aunque el servicio de auditoría puede ser contratado voluntariamente por cualquier entidad, el grueso de los servicios demandados proviene de contratos de ejecución de auditorías obligatorias de cuentas anuales. En este contexto puede ocurrir que determinadas empresas

que deben elegir auditor, no aprecien la existencia de una necesidad previa de auditoría. Si ello es así, en principio, en el proceso de elección de auditor no aparecerán consideraciones previas relativas al tipo de auditor necesario. La carencia de un estímulo interno para la demanda de auditoría derivaría entonces, en una visión inicial de los oferentes que no favorecería la diferenciación entre ellos. Simplemente se trataría de contratar a un auditor para cubrir la obligación, y en este caso, la solución más racional parece que es la contratación del auditor que ofrezca el servicio al menor precio. Por otro lado, la auditoría es un servicio profesional muy regulado por normas, tanto en su propia ejecución como en el sustrato sobre el que se realiza, es decir la información financiera. Así pues en el desarrollo de la auditoría se deben observar normas técnicas, y en la elaboración de las cuentas anuales se deben seguir normas y principios de contabilidad. Dada la gran importancia de la regulación a la que se somete la auditoría, y siempre bajo el supuesto de que todos los oferentes del servicio la observan adecuadamente, se puede establecer la hipótesis de que existe poca capacidad para que distintos auditores ofrezcan el servicio de distinta manera, o al menos que existe una menor capacidad de diferenciación que si se prestara en un entorno con poca regulación. Según esta premisa, el argumento de elección racional, ante la reducida posibilidad de encontrar diferencias de servicios entre distintos oferentes, sería elegir al auditor que ofrezca el servicio a un menor precio.

Como puede observarse en el razonamiento anterior, la hipótesis de la homogeneidad en el servicio deriva pues, en la consideración del precio como una variable explicativa de los procesos de elección de auditor. Estos planteamientos son las premisas de partida de un grupo de estudios sobre el comportamiento de los agentes del mercado de auditoría situados fundamentalmente en entornos anglosajones. Ahora bien, dentro de este grupo también pueden distinguirse distintos enfoques.

Las investigaciones realizadas por Simunic (1980), Francis (1984) y Pong y Wittington (1994), se centran en la contrastación empírica de que, efectivamente, los auditores actúan ofreciendo sus servicios a bajo precio, e incluso por debajo de su coste de provisión, produciéndose el fenómeno conocido como *lowballing* (DeAngelo, 1981). Las aportaciones de Palmrose (1986) y Danos y Eichenseher (1986) se centran en demostrar que las grandes firmas internacionales son las empresas con mayor cuota de mercado en Estados Unidos. La secuencia lógica que utilizan para explicar este fenómeno es que las grandes firmas operan con economías de escala, lo que les permite reducir costes unitarios, y con ello establecer precios más bajos. Otra forma de explicar que las altas cuotas de mercado de determinadas empresas son consecuencia de los procesos de elección de auditor basados fundamental-

mente en los precios, es la consecución de economías de alcance: las grandes firmas de auditoría ofrecen el servicio a mejor precio, y por tanto son más elegidas, porque operan prestando otros servicios junto a la auditoría. Esto supone dos tipos de ventajas, por un lado que determinados costes fijos son compartidos por auditoría y otros servicios como la consultoría, y por otro que la provisión conjunta genera eficiencias de conocimiento que se trasladan entre servicios. Todo ello redundará, en definitiva, en que si las empresas tuvieran que adquirir dichos servicios separadamente deberían pagar más por ellos que si los adquieren a un mismo oferente. En esta línea de razonamiento se sitúan los trabajos de Simunic (1984) Beck et. al. (1988) y Turpen (1990).

Por último, dentro del grupo de los estudios que plantean la hipótesis de la variable precio como explicativa de los procesos de elección, se encuentran estudios que analizan los comportamientos de las firmas de auditoría en entornos muy competitivos. En esta línea Kinney (1986), Kaplan (1990), y Mutchler y Williams (1990) han demostrado que en esos contextos las firmas de auditoría realizan esfuerzos por utilizar metodologías de trabajo estructuradas que les permiten ahorrar tiempo y ganar en precisión, con lo que además de reducir riesgos de auditoría reducen costes y pueden ofrecer servicios en condiciones de precio competitivas.

2.3. Teorías basadas en la diferenciación del servicio: la calidad como variable explicativa

Un segundo grupo de estudios científicos sobre mercados de auditoría considera que los demandantes del servicio pueden diferenciar el servicio que prestan los distintos auditores porque existen distintas calidades. Ello equivale a decir que el servicio no es homogéneo, a diferencia de lo considerado por los estudios referidos en el apartado anterior. Los trabajos encuadrados en esta línea describen escenarios en los que se presume que será precisa una auditoría con un diferencial de calidad. A tenor de ello puede interpretarse que los auditores elegidos en dichos escenarios son los que ofrecen auditorías de calidad.

Francis y Wilson (1988) y DeFond (1992) consideran que las empresas donde se producen altos costes de agencia, como las que presentan una gran dispersión del accionariado, son las que más precisan auditorías de calidad. En estos casos, la gerencia necesita que la auditoría sea realizada por un auditor con una importante reputación diferencial. Sus trabajos empíricos revelan que en estos contextos son elegidas predominantemente las grandes firmas multinacionales de auditoría.

Por su parte, autores como Simunic y Stein (1987), Balvers et al. (1988), Beatty (1989), y Menon y Williams (1991) han estudiado qué tipo de auditor eligen las empresas que va a lanzar a cotización bursátil sus acciones. En este escenario los resultados de los trabajos citados revelan que las empresas eligen a grandes firmas de auditoría como medio de reducir las incertidumbres, a fin de asegurar una salida a los mercados financieros en las condiciones más favorables.

Dentro también de las líneas de estudio basadas en que los demandantes aprecian diferentes calidades en la auditoría, se encuentran trabajos que, en lugar de definir a priori los escenarios en los que se demanda calidad, dejan que sean las propias entidades auditadas las que manifiesten cuáles son los atributos que la definen. Estos estudios los encuadramos dentro de la que podría denominarse teoría del comportamiento o de señales. Entre los más destacados se encuentran los de Mock y Samet (1982), Schroeder et al. (1986), Sutton y Lampe (1990) y Beattie y Fearnley (1995).

3. LA NECESIDAD DE CONOCER LAS PERCEPCIONES QUE LAS EMPRESAS AUDITADAS TIENEN DE LAS FIRMAS DE AUDITORIA EN ESPAÑA. PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL DE LOS ESTUDIOS EMPIRICOS REALIZADOS

Hasta la fecha no existen publicados en nuestro país estudios destinados a conocer los factores que determinan las pautas de elección de auditor en la empresa española. Nuestra investigación pretende aportar a la literatura científica sobre auditoría una visión global de la estructura del mercado de auditoría español. Por este motivo no puede quedar fuera del mismo el estudio del mercado desde el punto de vista de la demanda, es decir desde el lado de las empresas auditadas. Concretamente nuestra aportación en este sentido se centra en el análisis de los resultados que hemos obtenido en dos análisis empíricos complementarios que hemos llevado a cabo durante 1996 y 1997.

Así pues, una vez que ya hemos analizado el marco teórico descrito sobre elección de auditor, y antes de presentar los resultados de nuestros estudios empíricos, queremos explicar en cuál de las dos grandes líneas teóricas (expuestas en los epígrafes 2.2. y 2.3 de este capítulo) nos situamos. Teniendo en cuenta los comportamientos que deseamos explicar en el mercado de auditoría español, consideramos que nuestro estudio debe ubicarse dentro de los trabajos empíricos basados en la teoría del comportamiento o de señales. Los motivos que nos hicieron llegar a esta conclusión son los siguientes. En primer lugar, porque consideramos

que la determinación del precio como variable del proceso de elección no excluye que también puedan ser considerados otros factores, con independencia de que su peso relativo sea mayor o menor a aquella, lo que nos situaría en un punto intermedio donde tanto una teoría como otra serían válidas. Por otro lado, consideramos que los estudios que parten de hipótesis de escenarios donde se requiere calidad, y que ofrecen recurrentemente la idea de que son las grandes firmas multinacionales las que la proveen, no informan sobre los atributos concretos por los que son estas grandes firmas las que, a los ojos de las empresas auditadas, proveen calidad. Desde nuestro punto de vista, el proceso de inferencia implícito en el planteamiento anterior, lleva asociado un concepto de calidad predeterminado por el propio autor del estudio, al considerar el proceso de elección en casos muy concretos y especiales. En definitiva, los dos estudios empíricos que hemos llevado a cabo se encuadran básicamente dentro de la teoría del comportamiento, aunque en ambos casos, la variable precio ha sido incluida como un factor más entre los que determinan del proceso de elección de auditor.

Los dos estudios empíricos a los que nos referimos han sido realizados obteniendo opiniones de directores financieros de entidades sometidas a auditoría obligatoria en España. Ambos tienen en común el que con ellos se pretende conocer opiniones de las empresas auditadas, aunque parten de ideas distintas dependiendo del objetivo perseguido. En el primero, realizado en 1996, al que denominamos *estudio empírico sobre elección de auditor en España*, se cuestiona al encuestado sobre el peso que tienen diferentes condicionantes en un proceso decisorio concreto, es decir, *siempre bajo el supuesto de que debe elegir auditor*. Avanzando los resultados obtenidos, hemos de revelar que la clave del proceso de elección resultó ser el concepto *calidad*. La extensión lógica del trabajo era, por tanto, la realización de un segundo estudio para conocer qué entienden las empresas auditadas por calidad. Este segundo estudio, al que denominamos *estudio empírico sobre la calidad de los servicios de auditoría en España*, fue llevado a cabo en 1997. En él, las opiniones que expresan los encuestados no se refieren a un proceso decisorio determinado sino a los factores que con carácter general determinan, a juicio de los encuestados, la calidad de los auditores.

4. ESTUDIO EMPIRICO SOBRE ELECCION DE AUDITOR EN ESPAÑA

4.1. Metodología y muestra

Para llegar a conocer los motivos que influyen el proceso de elección de auditor en la empresa española, nos planteamos la realización de un estudio empírico a través de la elaboración y el envío de un cuestionario por correo a los directores financieros de 500 empresas españolas.

El cuestionario se elaboró intentando recoger información que permitiese conocer las características que eran valoradas por las empresas españolas en la decisión de contratar los servicios de un determinado auditor individual o de una firma de auditoría. Las cuestiones formuladas no iban referidas a conocer detalles de la firma de auditoría que actualmente les presta sus servicios, sino opiniones generales sobre la cuestión objeto de estudio. En la elaboración del cuestionario fue utilizada una metodología similar a la utilizada en estudios de otros países aunque, en nuestro caso, se ajustaron las preguntas al entorno y a la casuística particular de la auditoría en nuestro país. Concretamente, deseábamos conocer la valoración que los entrevistados daban a 21 factores que, a priori, pueden influir en la decisión de elección. Estos 21 factores fueron agrupados, a su vez en 4 bloques: características técnicas en la prestación del servicio de auditoría, imagen pública de la empresa auditora, importancia de las recomendaciones y la relación empresa/auditor. Cada uno de los 21 factores debía ser valorado conforme a una escala sociométrica definida en un intervalo comprendido entre los valores 1 y 5. El valor 1 significaba que el entrevistado no consideraba relevante la influencia del factor planteado en su proceso de elección de auditor. Por el contrario el valor 5 significaba que el encuestado consideraba totalmente relevante dicha influencia. El valor 3 recogía, por tanto, una posición de neutralidad.

El cuestionario se remitió entre enero y abril de 1996 a 500 empresas españolas, en dos tandas. Atendiendo a los criterios de clasificación de la normativa mercantil española, 150 de dichas empresas eran grandes y 350 de tamaño mediano, siendo precisamente el tamaño, el único criterio que hemos decidido utilizar para hacer agrupaciones de las respuestas obtenidas. Tras el cierre del período de recepción fueron obtenidas 83 respuestas, de las cuales 28 correspondieron a empresas grandes y 55 a empresas medianas. Las empresas contenidas en la muestra obtenida pertenecen a 32 sectores de la actividad.

La explotación estadística de los datos obtenidos del cuestionario se ha realizado obteniendo medias para las valoraciones obtenidas en cada una de los 21 fac-

tores incluidos, a dos niveles: al nivel de empresas grandes, donde sólo se consideren las respuestas de obtenidas de las 28 grandes empresas cuestionadas, y al nivel de empresas medianas, considerando las 55 respuestas obtenidas en este grupo. La agrupación de las respuestas obtenidas en función del tamaño de la empresa cuestionada nos ha permitido llevar a cabo un análisis comparado de las valoraciones medias ofrecidas por las empresas grandes y por las empresas medianas. Dicho análisis se centra en la determinación de la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las valoraciones medias ofrecidas para cada circunstancia por cada uno de los dos grupos. Concretamente, para testar si es admisible afirmar que las medias de ambos grupos son significativamente distintas se ha utilizado el estadístico t de Student, que permite validar la hipótesis nula de igualdad o diferencia de medias (véase Siegel y Castellan, 1988).

4.2. Principales variables que intervienen en la elección de auditor

Los resultados, una vez procesados los datos obtenidos, son altamente sugerentes. A fin de presentarlos utilizando una estructura expositiva clara expondremos, en primer lugar, una relación o ranking de aquellas circunstancias que a la luz de los datos obtenidos más influyen en el proceso de elección de auditor en la empresa española. En segundo lugar analizaremos las diferencias significativas obtenidas entre las respuestas de las empresas grandes y medianas, y por último analizaremos las circunstancias que no resultaron influir significativamente en el proceso de elección de auditor.

En la tabla 6.1 se recogen ordenadas, en función de la valoración obtenida, las principales circunstancias que influyen en la elección de auditor según las opiniones de las personas que contestaron al cuestionario. Hemos considerado que entre ellas debían considerarse aquellas que fueron valoradas con puntuaciones cercanas a 4 y 5.

A la vista de los datos contenidos en la tabla 6.1 se puede apreciar que los factores más relevantes en el proceso de elección para las empresas grandes son la competencia técnica de los auditores (socio responsable y equipo), la integridad de éstos y su buena reputación e imagen social. Se valora también positivamente el que la firma de auditoría asesore en prácticas contables conflictivas, que sea aceptada por los accionistas mayoritarios, que audite a las empresas del grupo y que sea una de las seis grandes multinacionales de la auditoría. Además aparece muy bien valorado el concepto *calidad*. Por su parte, en el grupo de las empresas medianas, además del concepto de *calidad*, se valoran la cercanía geográfica de la firma de

TABLA 6.1

Ranking de las principales circunstancias que influyen en el proceso de elección de auditor

Empresas grandes		Empresas medianas	
Factores	Valora- ción media	Factores	Valora- ción media
Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora . .	4,55	Calidad del servicio realizado	4,14
Integridad de la empresa auditora .	4,55	La empresa de auditoría esta instalada en mi propia comunidad autónoma	4,14
Calidad del servicio realizado	4,49	Asesoramiento en el tratamiento de algunas prácticas contables conflictivas	4,14
Competencia Técnica del equipo de auditores.	4,42	La empresa auditora no se ha visto envuelta en ningún escándalo financiero importante	4
Buena-reputación e imagen social. .	4,36	Integridad de la empresa auditora/ Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora . .	3,93
Asesoramiento en el tratamiento de prácticas contables conflictivas	4,26		
La empresa auditora empresa a otras empresas del grupo	4,17		
Aceptación de la empresa auditora por parte de los mayores accionistas de la compañía	4,02		
La empresa auditora es una de las seis grandes multinacionales instaladas en España	3,93		

auditores, la función asesora en prácticas contables que pueden desarrollar los auditores, el que los auditores no se hayan visto involucrados en escándalos financieros, su integridad y la competencia técnica del socio. Ambos grupos tienen en común la gran importancia que asignan a la competencia técnica de los auditores y a aspectos relacionados con lo que podríamos denominar su reputación o credibilidad. Esto nos induce a pensar que desde el punto de vista de las entidades auditadas, existen factores que, más allá de lo estrictamente técnico, están pesando de modo determinante en la elección de auditor, y que efectivamente el servicio de

auditoría por sí mismo, no es determinante exclusivo de las diferencias en las cuotas de mercado que pueden apreciarse en España. Concretamente la imagen de integridad que poseen los proveedores del servicio, los auditores, es, a juicio de los auditados, un valor importante a la hora de decantarse por un auditor u otro.

En el cuestionario fue incluido, como una de las circunstancias determinantes en el proceso de elección de auditor, el concepto de calidad. Como hemos dicho, tanto en el grupo de las entidades grandes como de las medianas, este concepto obtuvo altas valoraciones. A tenor de ello surgió la necesidad de profundizar en el mismo, por lo que a tal efecto se llevó a cabo el estudio empírico recogido en el apartado 5.

4.3. Principales factores que diferencian a las empresas grandes y medianas en el proceso de elección de auditor

Una vez aplicado el procedimiento estadístico comentado en el apartado 4.1 para obtener las diferencias significativas registradas entre valoraciones de las empresas grandes y medianas, se obtuvieron siete factores que ofrecieron un nivel de significación del 5%. Estas se recogen en la tabla 6.2.

TABLA 6.2

Diferencias significativas en los motivos de elección de auditor

Factores	Grandes		Medianas	
	Media	Desv. típica	Media	Desv. típica
La empresa auditora es una de las seis grandes multinacionales instaladas en España.	3,93	0,77	2	1,31
La empresa auditora audita a otras empresas del grupo	4,17	0,97	3,00	1,18
La empresa de auditoría esta instalada en mi propia comunidad autónoma	3,14	1,21	4,14	1,12
Buena reputación e imagen social	4,36	0,75	3,64	0,97
Integridad de la empresa auditora	4,55	0,66	3,93	0,88
Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora.	4,55	0,66	3,93	0,88
Recomendación de la empresa de auditoría por algún profesional.	3,2	0,87	3,57	0,49

Entre las diferencias significativas destacan, por encontrarse las valoraciones de cada grupo en tramos de la escala de valoración con un sentido cualitativo distinto, las tres primeras incluidas en la tabla. Las empresas grandes están interesadas en que sus auditores sean una de las grandes firmas multinacionales radicadas en España, mientras que para las empresas medianas tal circunstancia no influye en su opinión. Además mientras las empresas grandes valoran que la firma audite a todo el grupo de sociedades, las empresas medianas valoran dicha circunstancia de modo neutral. Por otro lado el efecto cercanía parece pesar mucho más en las empresas medianas que en las grandes ya que las primeras valoran positivamente que los auditores estén geográficamente cerca, mientras que las grandes apenas conceden importancia a tal hecho. El impacto de la reputación, la imagen y la integridad, por el contrario, pesa mucho más en las empresas grandes que en las pequeñas, lo que corrobora las hipótesis sobre la asociación de determinados requisitos de calidad, en este caso de credibilidad, para escenarios con altos costes de agencia, propios de las grandes empresas con accionariado disperso y lejano a la dirección. La competencia técnica es más valorada en las grandes empresas que en las medianas, y por último, las recomendaciones pesan de modo significativamente más alto en las empresas medianas que en las grandes.

4.4. Factores poco relevantes en el proceso de elección de auditor

De los 21 factores incluidos en el cuestionario, 10 obtuvieron valoraciones medias inferiores al 4, con lo que cabe afirmar que su incidencia en el proceso de elección de auditor es poco relevante. Dichas circunstancias se recogen en la tabla 6.3.

Resulta muy interesante comprobar que aspectos tan debatidos como el papel de las sanciones recibidas por las firmas de auditoría, el nivel de honorarios, y la especialización en el sector, o la prestación de otros servicios, no tienen, a juicio de los encuestados, una relevancia especial en el proceso de elección de auditor. Tampoco parece que las opiniones externas influyan en el mismo, ya que las recomendaciones de profesionales, las opiniones de los medios de comunicación, y las sugerencias de entidades financieras han obtenido valoraciones entre 2 y 3,5. Por otro lado las relaciones personales con el socio responsable de la auditoría o con el equipo y la nacionalidad española de la firma no han resultado ser circunstancias que influyan significativamente en el citado proceso.

TABLA 6.3

Circunstancias que no influyen significativamente en el proceso de elección de auditor

Factores	Grandes	Medianas
La empresa auditora no ha recibido sanciones.	3,86	3,76
Nivel de honorarios de la empresa auditora	3,86	3,73
La empresa auditora esta especializada en el sector.	2,79	3,44
Recomendación de la empresa de auditoría por algún profesional.	3,57	3,2
La opinión dada por los medios de comunicación especializados, fundamentalmente la prensa económica	2,5	2,86
Sugerencia de alguna entidad financiera	2,64	2,44
Calidad de las relaciones personales existentes con el equipo de auditores.	3,43	3,43
Calidad de las relaciones personales existentes con algún socio de la empresa auditora	3,29	3,33
La empresa de auditoría es una firma española	3,43	2,71
La empresa auditora ofrece servicios adicionales (asesoría fiscal, legal, etc.)	3,36	3,43

5. ESTUDIO EMPIRICO SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE AUDITORIA A TRAVES DE LA IMAGEN, EN ESPAÑA

Uno de los conceptos que han resultado ser más decisivos de cara a la elección de auditor, a tenor del estudio empírico expuesto en el apartado anterior, es la *calidad* del servicio. A partir de este punto se suscitó la idea de que era necesario profundizar en tal concepto para comprender mejor cuáles son los aspectos que más inciden en la elección de auditor.

De cara a llevar a cabo el citado estudio, en primer lugar nos vimos en la necesidad de conocer la literatura relacionada con este tema. En un primer nivel lo más destacable es que no existe una forma única de definir el concepto de calidad de la auditoría, sino más bien existen aproximaciones alternativas en función del sujeto que la evalúa. Así se puede observar distintos conceptos de calidad en los auditores, en los usuarios y en los auditados. El concepto de calidad desde el punto de vista de los *auditores* comprende esencialmente condicionantes técnicos, asociándose estrechamente la calidad de la misma al cumplimiento de la norma profesional (ver Mautz y Sharaf, 1961 y Flint, 1988), y de modo más pormenorizado a materias como la reducción del riesgo de auditoría a niveles apropiadamente bajos (ver por ejemplo, Willingham y Jacobson, 1985). Por su parte, los usuarios no pue-

den apreciar fácilmente el grado de cumplimiento de la norma por parte del auditor ni hasta qué punto un auditor desempeña adecuadamente su trabajo reduciendo riesgos de detección de errores. En general, los usuarios no están en el entorno cercano al auditor, ni comprenden las facetas técnicas de la auditoría. Es más razonable suponer que los usuarios valoran la calidad de la auditoría en función del output, es decir apreciando el servicio una vez prestado, y no a través de los factores técnicos, o inputs, que han rodeado la ejecución de la auditoría. En este caso la literatura especializada ha puesto el énfasis en que el servicio de auditoría debe cumplir adecuadamente la función social que se presume a la auditoría, con lo que el cumplimiento de la calidad se podría identificar en aquellos contextos donde no existe una diferencia de expectativas (ver, entre otros García Benau, et al., 1993, Humphrey, 1997).

En nuestro trabajo, sin embargo, estamos analizando la calidad desde el punto de vista de los auditados. Revisando la literatura hemos podido observar que existen estudios que analizan la calidad del servicio de auditoría asimilándola a cualquier otro producto o servicio que se presta en los mercados, siendo susceptible de ser estudiada utilizando metodologías propias del marketing. En estos estudios (ver Benston, 1985) se parte de la suposición de que, en principio, la auditoría por sí misma es un bien *genérico*. Sin la identificación diferencial de su proveedor es un servicio muy homogéneo, ya que admite poca diferenciación porque está muy regulado por normas. Por otro lado, hay estudios de marketing (ver Rosen, 1983) que demuestran que los consumidores perciben que los bienes genéricos, es decir, sin marca o identificación del proveedor, mantienen unos niveles mínimos de calidad, mientras que a los productos o servicios con marca se les aprecia una calidad mayor, que se debe precisamente a la imagen que se posee del fabricante o proveedor. Desde este punto de vista, las auditorías realizadas por auditores sin marca o imagen se les identificará con unos niveles mínimos de calidad, y sólo la imagen que proyecta el auditor producirá en el adquirente del servicio un diferencial de calidad. Ello nos lleva de lleno a cuestionarnos acerca de cuáles son los factores que determinan la *imagen* de la organización que presta los servicios de auditoría, ya que a través de ella podemos inferir cuáles son los componentes que integran el concepto de calidad desde el punto de vista de los auditados. Por ello, el estudio empírico sobre calidad de la auditoría en España que se contiene en este apartado es un estudio centrado en la imagen de las firmas de auditoría.

5.1. Metodología y muestra

Para llevar a cabo nuestra investigación empírica hemos utilizado la técnica de la encuesta postal, mediante el envío de un cuestionario. Este cuestionario fue diseñado en el Reino Unido, ya que el estudio que hemos realizado en España forma parte a su vez de un proyecto internacional promovido por el Institute of Chartered Accountants of England and Wales en el que participan también Alemania, Bélgica, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Nueva Zelanda, la República Checa y el Reino Unido. Algunos de los estudios enmarcados en el citado proyecto ya han sido llevados a cabo (ver Marten et al., 1998, Moizer et al., 1998 y Sucher et al., 1998). El cuestionario elaborado tiene por objeto conocer las cualidades que desearían que tuvieran sus auditores. Concretamente se remitieron 2.000 cuestionarios a los directores financieros de las mayores empresas no financieras españolas, ordenadas según su volumen de ventas. La base de datos utilizada, de donde se tomó el ranking de las 2.000 empresas con mayor volumen de facturación, fue elaborada por Incesa, y publicada en la revista *Actualidad Económica* a finales del mes de noviembre de 1995. Del total de cuestionarios enviados fueron devueltos 37, bien porque la empresa había cambiado la razón social o su domicilio, lo que supuso que los cuestionarios realmente enviados de conformidad fueron 1.963. Contestaron 247 encuestados, lo que significó un nivel de respuesta del 12,58 %. Se hicieron dos agrupaciones con las respuestas obtenidas: respuestas de empresas auditadas por alguna de las Seis Grandes firmas de auditoría internacionales, y respuestas del resto de las firmas. Concretamente, 169 corresponden a empresas auditadas por las Seis Grandes, lo que representa un 68,4% de la muestra, y 66 por el resto de firmas, equivalente al 26,7% de la muestra. 12 empresas cuestionadas no se pronunciaron al respecto del tipo de auditor. La división de la muestra en estas dos agrupaciones obedece a la clara distinción que de modo frecuente se hace en la literatura empírica especializada para afrontar cualquier tipo de estudio sobre las características de los mercados de auditoría y sobre todo a los resultados obtenidos en el capítulo 4, donde se ha revelado una estructura de mercado español claramente dominada por las citadas Seis Grandes firmas internacionales.

El cuestionario remitido fue diseñado utilizando la metodología conocida como *diferencial semántico*. Esta técnica de investigación social se utiliza predominantemente en el campo de la investigación de mercados para cuantificar el conjunto de creencias que comprenden la imagen que tiene una persona con respecto a una organización (ver Aaker y Day, 1990). El diferencial semántico fue elaborado por Osgood et al. (1957) con la finalidad de que los sujetos describiesen un determinado concepto a través de una serie de escalas bipolares, definidas por adjetivos

antónimos. En el caso de nuestro estudio empírico, el concepto son las firmas de auditoría y el sujeto los directores financieros de las empresas auditadas.

El cuestionario que fue utilizado en nuestra investigación contenía 30 adjetivos que evaluaban el significado de las firma de auditoría. La elección de estos adjetivos y frases fue llevada a cabo por un grupo de entrevistados formado por cuatro socios de las Seis Grandes firmas de auditoría y por tres académicos relacionados con la profesión auditora. Estos seleccionaron una lista de adjetivos que describían su percepción sobre las firmas de auditoría; también se recogió otra serie de adjetivos que representaban la imagen de una firma de auditoría a partir de los folletos de publicidad de alguna de ellas. A continuación, se buscó en un diccionario los antónimos de los adjetivos y frases seleccionadas. Al final del proceso se obtuvo una escala semántica con 30 adjetivos o frases bipolares.

Para cada par de adjetivos o frases bipolares el encuestado debía marcar aquella posición, entre 1 y 7, que reflejara mejor su impresión respecto a las cualidades que les gustaría que tuviera su firma de auditoría. La posición neutral se recoge con el valor 4 («ni lo uno ni lo otro») y está situada en el centro de la escala. Los valores 1, 2 y 3 describen respectivamente el sentimiento hacia un atributo con las categorías «mucho», «bastante» y «regular». Por su parte, los valores comprendidos entre 5, 6 y 7 corresponden respectivamente a las categorías, «regular» «bastante» y «mucho» referidos, en este caso, al atributo opuesto en la escala semántica.

Los procedimientos estadísticos utilizados para llevar a cabo el análisis de los datos obtenidos en el diferencial semántico han sido las puntuaciones escalares medias, dentro de las medidas descriptivas, y la U de Mann Whitney. Este último test ha sido utilizado para hacer inferencias acerca del grado de significación de las diferencias encontradas entre la valoración de los dos grupos de encuestados, concretamente para comparar la puntuación media de las dos muestras independientes encuestadas: las Seis Grandes firmas de auditoría y el resto de firmas auditoras.

5.2. La calidad «ideal» en los servicios de auditoría

Tras el tratamiento estadístico de los 247 cuestionarios recibidos se realizaron distintos estudios de los mismos. En este apartado vamos a presentar una síntesis de los resultados más relevantes obtenidos. En primer lugar expondremos los datos relativos a la imagen, que podríamos denominar «ideal», de los auditores.

A través del cuestionario se preguntó a las empresas encuestadas cuáles de ellos definían mejor la imagen del auditor *ideal*. Para ello se utilizaron 30 atributos y la escala de valoración comentada anteriormente. En la tabla 6.4 se recogen las valoraciones medias expresadas tanto por los clientes de alguna de las Seis Grandes multinacionales de auditoría como del resto de las firmas.

TABLA 6.4

Valoraciones expresadas para determinar los aspectos que describen al auditor «ideal»

Valoración expresada por los clientes de las Seis Grandes firmas internacionales	Media	Valoración expresada por los clientes del resto de firmas de auditoría	Media
Desorganizado-bien organizado	6,65	Desorganizado-bien organizado	6,53
Anticua-do-moderno	6,25	Anticua-do-moderno	6,15
Irresoluto-resuelto	6,20	Irresoluto-resuelto	6,03
Sin energía-enérgico	5,71	Hermético-informativo	5,95
Hermético-informativo	5,68	Sin energía-enérgico	5,55
Sin éxito-con éxito	5,59	Sin éxito-con éxito	5,50
Idealista-pragmático	5,26	Condicionado-no condicionado por Madrid .	5,37
Condicionado-no condicionado por Madrid.	5,07	Arrogante-modesto	5,24
Español-Internacional	4,93	Demasiado caro-barato	5,13
Arrogante-modesto	4,88	Idealista-pragmático	5,10
Cientes desconocidos-famosos	4,84	Desea-evita la publicidad	4,93
Demasiado caro-barato	4,81	Sesgo-sin sesgo por escuela privada	4,80
Sesgo-sin sesgo por escuela privada	4,55	Cientes desconocidos-famosos	4,51
Desea-evita la publicidad	4,48	Subestimado-sobrestimado	4,50
Subestimado-sobrestimado	4,21	Con orientación femenina-Con orientación masculina	4,49
Implacable-compasivo	4,04	Implacable-compasivo	4,25
Con orientación femenina-Con orientación masculina	3,92	Auditoría-consulting	3,95
Auditoría-consulting	3,62	Ambicioso-sin ambición	3,87
Ambicioso-sin ambición	3,41	Español-Internacional	3,77
Dispuesto-reacio a asumir riesgos	3,12	Fuerte-débil internacionalmente	3,53
Previsible-imprevisible	2,80	Muy conocido-desconocido	3,40
Muy conocido-desconocido	2,79	Dispuesto-reacio a asumir riesgos	3,27
Fuerte-débil internacionalmente	2,45	Previsible-imprevisible	3,02
Crítico-poco crítico	2,21	Buena-mala cobertura de España	2,43
Amistoso-Poco amistoso	2,20	Crítico-poco crítico	2,33
Imaginativo-poco imaginativo	2,16	Imaginativo-poco imaginativo	2,20
Buena-mala cobertura de España	1,97	Amistoso-Poco amistoso	2,05
Formal-informal	1,78	Formal-informal	1,70
Competente-incompetente	1,40	Etico-Sin ética	1,38
Etico-Sin ética	1,40	Competente-incompetente	1,25

Los clientes de las Seis Grandes firmas de auditoría consideran sobre todo que un auditor ideal debe ser organizado, competente y ético. De modo ligeramente menos determinante se valorarían rasgos de carácter como la resolución, energía,

formalidad, espíritu crítico y previsible, aunque también se valoran otros como el carácter amistoso, informativo, idealista, imaginativo y moderno. Existe un deseo de que las firmas de auditoría provean buena cobertura del territorio nacional, una buena posición en el terreno internacional y que se organicen centralizadamente. Además se valora que los auditores tengan una imagen de éxito y sean bien conocidas por el público.

Por su parte, los clientes del resto de las firmas de auditoría, coincidieron en muchos de los aspectos valorados por los de las Seis Grandes como organización, competencia, ética profesional, carácter enérgico, formal, crítico, imaginación, capacidad informativa y trato amistoso. También valoran favorablemente una buena cobertura del territorio nacional pero, en contra de lo que opinan los clientes de las Seis Grandes, lo internacional no es un atributo especialmente determinante en lo que consideran ideal.

A tenor de estos resultados cabe resaltar los aspectos cualitativos relacionados con aspectos técnicos de la auditoría son factores buscados tanto en el grupo de los clientes de las Seis Grandes firmas internacionales de auditoría como en el de los clientes del resto de firmas habiendo sido valorados en los extremos, atributos como la organización, la competencia. También ambos grupos coinciden en aspectos como la ética y la formalidad. Pero además se observa que también, en ambos casos, son valorados positivamente aspectos relacionados con facetas del auditor que podríamos calificar de *más visibles* y relacionadas con su imagen externa. Nos referimos al éxito, a la imagen de modernidad, y al nivel de conocimiento del auditor por el público.

No obstante existen aspectos en torno a los que se puede afirmar que difieren las empresas clientes de las Seis Grandes y del resto de firmas de auditoría. Para determinar cuáles son esos atributos hemos realizado un contraste de significatividad al 10% de las diferencias obtenidas a través del test de Mann Whitney. Los resultados se recogen en la tabla 6.5.

Como se aprecia en la tabla 6.5 ocho aspectos han dado lugar a diferencias significativas entre la imagen ideal del auditor expresada por los clientes de las Seis Grandes y por los clientes del resto de firmas. Entre ellas podemos hacer tres agrupaciones: geográfica, de imagen y de carácter.

En primer lugar la vertiente que podríamos denominar *geográfica* ha dado lugar a tres diferencias: los clientes de las Seis Grandes valoran más que los del resto de firmas la proyección global de los auditores en este sentido. Así muestran mayor

TABLA 6.5

Aspectos diferenciales entre la imagen del auditor ideal de los clientes de las Seis Grandes firmas internacionales de auditoría y los clientes del resto de firmas de auditoría

	Valoración expresada por los clientes de las Seis Grandes firmas internacionales	Valoración expresada por los clientes del resto de firmas de auditoría	Mann Whitney Sig.
Español-Internacional	4,93	3,77	0,000
Fuerte-débil internacionalmente.	2,45	3,53	0,000
Ambicioso-sin ambición.	3,41	3,87	0,003
Muy conocido-desconocido.	2,79	3,40	0,008
Con orientación femenina-Con orientación masculina	3,92	4,49	0,030
Buena-mala cobertura de España.	1,97	2,43	0,046
Arrogante-modesto	4,88	5,24	0,061
Clientes desconocidos-famosos	4,84	4,51	0,091

deseo de que los auditores sean fuertes internacionalmente y cubran adecuadamente todo el territorio nacional. Sin embargo parece que los clientes del resto de firmas desearían ver unas mayores connotaciones internacionales en sus auditores que los clientes de las Seis Grandes.

Puede establecerse un segundo bloque de diferencias relacionadas con aspectos relativos a la *imagen*. Los clientes de las seis grandes valoran más positivamente que los del resto de firmas de auditoría que sus auditores sean conocidos por el gran público. Sin embargo, curiosamente no opinan lo mismo respecto al conocimiento público que les gustaría que el público tuviera de la cartera de clientes de sus auditores. En concreto gusta menos a los clientes de las Seis Grandes que a los del resto de firmas el que los auditores tengan entre su cartera clientes famosos. Este hecho puede explicarse en términos de un deseo de que los escándalos financieros recientemente acaecidos en España, y que han salpicado a un buen número de grandes firmas de auditoría, no sea relacionado con la auditoría de la propia empresa.

Por último, un tercer bloque de diferencias se relaciona con aspectos relacionados con el *carácter* personal de los auditores. Nos referimos concretamente a la arrogancia, la ambición y la orientación masculina-femenina. Los clientes de firmas

distintas a las Seis Grandes prefieren a unos auditores con menos tendencia a la arrogancia y más tendencia a la modestia que los clientes de estas últimas. Por último los clientes de las Seis Grandes desearían observar en sus auditores aspectos de comportamiento más *femeninos*. La identificación de atributos de género, como es al que nos referimos, se relaciona en las corporaciones empresariales como un atributo propio de la cultura organizacional. En este sentido el deseo de atributos femeninos se asocia a unas actitudes que en términos generales podrían ser definidas como más humanistas y altruistas que las derivadas de los rasgos tradicionalmente vinculados al género masculino.

En síntesis, tras el análisis de las valoraciones otorgadas a los auditores *ideales* y el análisis de las diferencias significativas registradas entre las ofrecidas por los dos grupos cuestionados, podemos afirmar que entre los atributos que determinan la imagen ideal de los auditores en España se encuentran factores esencialmente técnicos, es decir, vinculados a las facetas procedimentales de la auditoría, pero también, y con un peso importante, factores vinculados a la proyección y cobertura geográfica de los auditores y factores que se asocian a la imagen externa que proyectan las firmas de auditoría.

El deseo de encontrar en el auditor ideal elevadas cotas de competencia técnica no resulta en principio sorprendente. Más sugerente resulta la favorable valoración de los temas relacionados con la vertiente internacional y con la cobertura del territorio nacional. Esto indica que pesa mucho en la calidad la dimensión de las firmas de auditoría, ya que es difícil proveer un servicio adecuadamente en toda España y tener una buena posición en el terreno internacional sin disponer de una estructura organizativa e infraestructura de gran tamaño. También resulta altamente sugerente la importancia asignada a la imagen externa. En términos generales se desea que los auditores mantengan una imagen conocida, exitosa, y moderna, lo que puede ser interpretado como atributos asociados a una buena reputación.

PARTE III

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

El punto de partida de la investigación que hemos presentado se sitúa tras el análisis de los esfuerzos que, en el seno comunitario, se han realizado de cara a la consecución de una mayor comparabilidad en el terreno de la auditoría. Los logros comunitarios, alcanzados hasta la fecha, han supuesto un claro avance respecto a la situación de partida, pero no son todo lo deseables que cabría esperar. La propia Unión Europea ha reconocido el proceso de ralentización vivido, el cual se asocia fundamentalmente a la flexibilidad imperante en el proceso de adaptación a las directivas comunitarias sobre armonización de la información financiera. Una visión tranquila y crítica de lo realizado en materia de auditoría de cuentas, permite sentir cierto descontento, ya que todo lo realizado, hasta la fecha, queda a nivel puramente normativo.

La evidencia indica que el desarrollo alcanzado con el proceso armonizador se encuentra a un nivel básico. Entre los aspectos más destacables en los que se aprecia este hecho destacamos el insuficiente tratamiento recibido por la auditoría. En este sentido, si nos fijamos en los países con más experiencia en la auditoría de los estados financieros, los países anglosajones, podemos observar que el desarrollo normativo nunca funciona aisladamente sino que, de forma paralela, van desarrollándose cuestiones relacionadas con la construcción social de la auditoría.

En los últimos meses se ha observado una mayor sensibilización en la Unión Europea por estos temas. El Libro Verde sobre la responsabilidad y función de la auditoría ha supuesto un nuevo paso hacia adelante. En este documento, publicado a raíz del estudio que la propia Comisión había encargado al MARC, se plantean dos aspectos capitales de cara al desarrollo de este trabajo: en primer lugar que existe

una importante dificultad en la movilidad europea de auditores, dadas las diferencias tan significativas existentes entre los estados miembros; en segundo lugar existen problemas generalizados a nivel europeo, y mundial, por los cuales la auditoría no termina de ajustarse a las expectativas de los usuarios. En este sentido el Libro Verde considera que la oferta de servicios de auditoría y la demanda deberían encontrarse en un punto en que las expectativas fueran razonables. Tanto por un motivo como por otro se requiere profundizar a nivel particular, es decir, país por país, en el conocimiento de la estructura y funcionamiento de los mercados de auditoría internos.

Por ello hemos querido hacer un estudio empírico que muestre cuál es la situación en nuestro país. El estudio se ha centrado fundamentalmente en obtener evidencias respecto a la estructura y el funcionamiento del mercado de servicios de auditoría en España. Estas evidencias han sido obtenidas a través de tres estudios empíricos relacionados entre sí. Para ello hemos tomado una muestra de empresas (medianas y grandes) en tres años (1992, 1993, 1994) y hemos obtenido, mediante cuestionarios postales, las opiniones vertidas por directivos de dos muestras de 83 y 247 empresas auditadas. A través de estos estudios hemos podido conocer tanto la naturaleza de la estructura del mercado de auditoría español como los factores que la determinan tanto desde el punto de vista de la oferta, es decir de los auditores, como de la demanda, es decir de las empresas auditadas.

Sin embargo es preciso subrayar que este trabajo de investigación, al margen de su componente empírico, contiene un importante sustrato teórico. Tanto los estudios empíricos como el análisis económico de la función auditora que se realiza al inicio del trabajo y el estudio de la génesis y evolución reciente de la profesión auditora en España contenidos en el capítulo tercero, están sustentados en una profunda revisión de los planteamientos teóricos y conceptuales más relevantes de la literatura internacional y nacional.

Tras la elaboración del trabajo, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

PRIMERA

El servicio de auditoría, desde un punto de vista conceptual posee los atributos que caracterizan a los bienes públicos, es decir, se presta conjuntamente, no es excluyente y tiene efectos externos. Este hecho determina que el mercado en que se presta no opera igual que el de los bienes privados. Concretamente, no existe una demanda directa de auditoría, es decir, de no ser esta obligatoria para las empresas

la demanda de auditoría sería sensiblemente menor. Es precisa la coalición de intereses de múltiples usuarios para sensibilizar a los poderes públicos a fin de que exija coercitivamente a las empresas que éstas demanden auditorías. Por ello se puede hablar del mercado de auditoría como un mercado atípico, por cuanto la demanda que las empresas hacen del servicio no corresponde a su interés directo por el propio servicio, sino indirectamente a la de los usuarios. En este contexto los usuarios no son libres para seleccionar los atributos deseados en su auditor eligiendo, de entre todos los oferentes, a aquel que mejor provea el servicio, porque no son ellos quienes deciden sobre la elección sino las empresas auditadas. Además las apreciaciones de éstas sobre cuáles son los requisitos que deben cumplir las auditorías para que tengan calidad, no necesariamente tienen por qué coincidir con las de los usuarios.

SEGUNDA

La primera aproximación que hemos realizado a la forma en la que opera el mercado de auditoría ha sido a través del paradigma estructura-conducta-desarrollo. Las conclusiones de nuestro análisis señalan que el tipo de estructura que existe en el mercado ejerce una gran influencia en el comportamiento de las firmas de auditoría que operan/compiten en él, las cuales utilizan el denominado *poder de mercado* para imponer condiciones al mismo.

TERCERA

Los estudios publicados en el ámbito internacional revelan una alta concentración en los mercados de servicios de auditoría. Las firmas internacionales de auditoría disfrutan de una situación privilegiada ya que absorben la mayoría de los servicios prestados.

En Europa el interés por la investigación en los comportamientos de los mercados nacionales europeos surgió a principios de la década de los noventa. Las conclusiones de dichos trabajos sitúan a las denominadas Seis Grandes como las firmas que están dominando la prestación de servicios en aquellos países donde se ha realizado el estudio del mercado de auditoría.

En nuestro trabajo hemos analizado la necesidad de incorporar los resultados españoles a los europeos para ayudar al objetivo del mercado único.

CUARTA

El análisis histórico de la profesión de auditoría en España nos ha llevado a tener que adaptar las principales teorías internacionales capaces de interpretar el comportamiento de las profesiones. Nuestro análisis nos ha permitido conocer que las teorías propuestas en los últimos cincuenta años tienen su reflejo en las distintas posiciones que ha mantenido la profesión de auditoría en España. Así pues, iniciamos nuestra revisión teórica al profesionalismo en la década de los treinta con la aproximación realizada por Carr Saunders basada en la escuela de Wilson. Dentro de los planteamientos de esta escuela podemos afirmar que la profesión auditora posee ciertas características/rasgos específicos que la diferencian de otras profesiones.

Estos planteamientos, con el transcurso del tiempo, fueron dejando paso paulatinamente a las teorías de Gremwood y Parsons en los que reinaba un claro pensamiento «funcionalista». La profesión de auditoría, desde esta perspectiva, debe analizarse atendiendo a la contribución que hace a la sociedad, lo que la vincula claramente con los planteamientos de la teoría de la solidaridad propuestos por Durkheim. En la década de los setenta algunos autores, entre los que destacan Hudghes, Freidson, Johnson y Larson, presentaron una escuela revisionista de naturaleza crítica. Esta corriente de pensamiento consideraba que los privilegios y el poder de las profesiones se vincula a la forma en la que operan en el mercado. En este planteamiento el estudio de la profesión de auditoría debe explicar de forma coherente por qué esta actividad ocupacional llega a alcanzar una serie de privilegios profesionales.

QUINTA

En nuestro estudio hemos realizado un análisis histórico crítico del proceso de profesionalización de la auditoría en España a través de una serie de hitos que han ido configurando el perfil del auditor y su estatuto profesional.

Un recorrido a lo largo del último siglo nos permite situar varias fechas y acontecimientos de gran relevancia en el establecimiento de la auditoría en nuestro país.

Aunque el espíritu liberal que imperaba el Código de Comercio de 1985 no incorporaba referencias a la auditoría, los cambios sociales producidos, junto con el propio transcurso del tiempo, fueron los detonantes de algunos cambios que se

produjeron. Las crisis empresariales que acontecieron, provocaron una regulación de la auditoría aunque esta estaba limitada por el secreto contable.

En la Ley de Sociedades Anónimas de 1951 es donde, por primera vez, la auditoría se institucionalizó; sin embargo la profesión no adquirió su reconocimiento legal. A partir de la reforma del Código de Comercio de 1973, el desarrollo de la profesión auditora quedó en suspenso ya que existía una inadecuada concepción del secreto profesional, lo cual puso trabas al alcance de la auditoría. La caída del régimen franquista provocó un punto de reflexión y supuso la instauración de un nuevo sistema político y un avance en las libertades.

De forma voluntaria las empresas iban aceptando la auditoría, debido fundamentalmente, a la mayor implicación española en la economía internacional. La mera concepción de bienestar social en 1982 y la entrada en 1986 en la Unión Europea supusieron un verdadero impulso de la auditoría en España.

SEXTA

El modelo de la organización de la profesión adoptado tras la publicación de la Ley de Auditoría, ha recibido en los últimos años fuertes críticas de la profesión. Nuestra investigación nos permite señalar que los privilegios de los que puede disfrutar la profesión auditora en España están condicionado su capacidad para hacer frente a las necesidades de los beneficiarios de los servicios de auditoría. Se trata, por tanto, de encontrar el punto de equilibrio entre el interés público y el privado de su profesión.

SEPTIMA

El análisis de la historia de la auditoría legal en España, nos ha permitido afirmar que estamos ante un mercado consolidado. Según datos ofrecidos por el ICAC, la oferta de servicios de auditoría, recogida a través de sociedades y auditores ejercientes en el ROAC, ascendía a 6.055 en 1996, mientras que la demanda del servicio tanto obligatoria como voluntaria, ascendía a 36.487 entidades en ese mismo año. Debido a que no es posible estudiar con rigor las características del mercado con datos tan agregados, nuestra investigación se ha planteado con el fin de conocer cómo se distribuye la cuota de mercado de auditoría entre las diferentes empresas que operan en él.

Hemos empleado, a tal efecto, los índices de concentración de orden n y el índice Herfindahl. Para ello, dada la imposibilidad de conocer en España un detalle del nivel de facturación de las distintas firmas y profesionales individuales que actúan en el mercado, hemos utilizado dos indicadores indirectos para medir la actividad total del mismo. Dichos indicadores, que actúan como subrogados, han sido la facturación de las empresas auditadas y el número de empresas auditadas.

OCTAVA

Con una muestra de en torno a trescientas empresas para los años 1992, 93 y 94, los resultados que hemos obtenido indican que el mercado de auditoría español está dominado por seis firmas que resultan ser las Seis Grandes. Estas firmas controlan en ese período el 85%, 86% y 86% del nivel de actividad del mercado, medido a través de la facturación de las empresas auditadas. Resulta muy interesante comprobar el alto porcentaje de cuota de mercado que es absorbido por una sola de esas firmas, la cual controla en los tres años alrededor del 40% del mercado.

Los resultados alcanzados utilizando como base de medida el número de empresas auditadas arrojan valores ligeramente inferiores a los mostrados anteriormente. La concentración existente en las seis firmas más grandes se sitúa en torno al 65%, absorbiendo una sola de ellas un 27% del mercado en los tres ejercicios.

NOVENA

Una conclusión interesante es la que nos ha permitido calificar que la naturaleza de la competencia del mercado de auditoría español indica que se trata de una estructura cercana al oligopolio, dadas las diferencias perceptibles entre las distintas unidades de nuestra muestra. Un reducido número de empresas, concretamente seis, cuenta con gran poder de mercado lo que provoca una estructura desigual en el mismo. Existe una firma de auditoría que ocupa una posición líder, dicha empresa es Arthur Andersen, que audita, en todos los años de nuestro estudio, a un mayor número de empresas y también a las de mayor tamaño.

DECIMA

Según nuestro estudio empírico y basándonos en la información obtenida con el índice Herfindahl, el mercado va perdiendo con el tiempo, grado de competencia, comportándose con diferencias apreciables entre las empresas activas en el

mercado. Nuestros resultados permiten resaltar que dado el alto nivel de concentración del mercado de auditoría, el comportamiento de las empresas líderes tiene un efecto de gran relevancia sobre la naturaleza del mercado. Esto nos ha llevado a estudiar las estrategias seguidas por las firmas de auditoría para atraer a un gran número de empresas que solicitan el servicio. Concretamente hemos analizado si las firmas de auditoría utilizan estrategias de *especialización por sectores* o *especialización por tamaño*. Estas estrategias tendrían como objeto conseguir determinadas ventajas competitivas y por tanto obtener altas cuotas de mercado. También hemos analizado si dichas ventajas pueden venir explicadas por la existencia de una *dimensión mínima en términos de número de auditorías realizadas* o por el uso de *metodologías de auditoría estructuradas*.

UNDECIMA

La participación de las grandes firmas internacionales de auditoría entre los distintos sectores de la actividad es muy elevada. Además los índices de Herfindahl obtenidos revelan que existe una especialización de las firmas de auditoría internacionales en determinados sectores. Entre ellos destacan el de la minería y petróleo, en el que tienen mayor especialización Arthur Andersen y Ernst and Young; el de comercio, en el que están especializados Arthur Andersen y Peat Marwick; construcción donde se especializan Arthur Andersen y Price Waterhouse; eléctricas, construcción de maquinaria, y transporte donde la especialización corresponde, en exclusiva, a Arthur Andersen. Por otro lado, a la luz de los resultados obtenidos se deduce que Coopers & Lybrand y Deloitte & Touche no tienen tendencia a entrar en sectores que requieren especialización. En definitiva, hemos llegado a la conclusión de que una parte importante de las altas cuotas de mercado que disfrutaban las seis grandes firmas se debe a que mantienen una estrategia de especialización por sectores

DUODECIMA

El análisis de la composición de la oferta por tramos de actividad de las empresas auditadas, indica que a medida que el tamaño de las firmas auditadas aumenta se requiere un mayor tamaño en la firma de auditoría, lo que supone que firmas de auditoría de tamaño no pueden captar auditorías de empresas de gran tamaño, correspondiendo estas a las seis grandes firmas de auditoría. A través del análisis del índice de Herfindahl y del índice de entropía no hemos podido deducir que ese hecho se relacione con una estrategia de especialización deliberada por parte de las

seis grandes firmas internacionales, y por tanto la estructura altamente concentrada no se explicaría por una conducta de especialización por tamaño de éstas.

DECIMOTERCERA

A través del conocido en la literatura especializada como método de la supervivencia hemos estudiado si existe una dimensión óptima para las firmas de auditoría, en términos de números de auditorías realizadas. Con ello pretendemos obtener un indicador indirecto que permita inferir si en el mercado de servicios de auditoría español las altas cuotas de mercado que se deben a que las seis grandes firmas internacionales desarrollen una estrategia de liderazgo en costes a través del tamaño. La conclusión a la que hemos llegado es que efectivamente existe un tamaño mínimo óptimo y que las firmas que ganan cuota lo hacen gracias a operar a una situación de costes mínimos.

DECIMOCUARTA

No hemos podido obtener evidencia de la existencia de una relación entre el uso de metodologías estructuradas y eficiencias diferenciales entre las firmas de auditoría. Por tanto no se puede afirmar que la alta concentración del mercado español se deba a que las seis grandes firmas de auditoría internacionales utilicen metodologías de trabajo distintas al resto de firmas.

DECIMOQUINTA

Hemos llevado a cabo dos estudios empíricos para conocer cuáles son los factores que determinan el comportamiento de las empresas auditadas, en su faceta de demandantes del servicio de auditoría. En ambos casos hemos utilizado la técnica de la encuesta postal. El primero de los estudios citados iba dirigido a conocer los factores que inducen a las empresas españolas a elegir un determinado auditor. Concretamente, en este caso nos dirigimos a 500 empresas, y tratamos los datos obtenidos distinguiendo entre las respuestas ofrecidas por grandes empresas, por un lado, y medianas por otro. A fin de conocer si se revelan diferencias significativas entre ambos grupos, utilizamos el test estadístico de la *t* de Student.

Los resultados del estudio sobre elección demuestran que los factores que más pesan en el proceso de elección de auditor de las grandes empresas son los relacionados con la competencia técnica del equipo de auditoría y de socio res-

ponsable, la integridad de la firma y el asesoramiento en prácticas conflictivas. También se valoran positivamente la buena reputación e imagen social, que la misma firma audite al resto del grupo, que sea aceptada por la mayor parte del accionariado, y que sea una de las seis grandes firmas. Por su parte las empresas medianas valoraron, además de la competencia técnica la integridad de la firma, la ubicación de ésta en la misma comunidad autónoma, el asesoramiento en práctica conflictivas y que la firma no se haya visto envuelta en escándalos financieros.

Tanto las grandes empresas como las medianas coincidieron en la opinión de que uno de los factores que más pesan en su proceso de elección de auditor es la *calidad del servicio realizado*. Este concepto, que a primera vista puede tener una definición precisa, ha sido ampliamente debatido en la literatura internacional ya que en el ámbito de la auditoría el término calidad presenta una difícil aproximación. Ello nos llevó a realizar un segundo estudio empírico sobre las empresas auditadas.

DECIMOSEXTA

Nuestro estudio empírico sobre la calidad de la auditoría fue realizado mediante el envío de un cuestionario postal a 2.000 empresas españolas. El cuestionario fue elaborado utilizando la técnica de investigación social conocida como *diferencial semántico*. Concretamente el cuestionario iba dirigido a conocer qué parámetros definen la calidad de la auditoría desde el punto de vista de las empresas auditadas. Para ello solicitamos que valoraran 30 atributos, obtenidos mediante la técnica conocida como triangulación, que pueden definir la imagen del auditor ideal. A fin de ser consistentes con los resultados obtenidos en nuestro estudio sobre concentración en el mercado español, dividimos la muestra de respuestas obtenidas en dos grupos: respuestas de los clientes de las Seis Grandes firmas internacionales de auditoría y respuestas de los clientes del resto de firmas. Para aseverar si existen diferencias significativas entre las valoraciones expresadas por ambos grupos fue aplicado el test de Mann Whitney.

Los resultados obtenidos en este estudio revelan que existen tres grupos de factores determinantes en el auditor ideal: los vinculados a la vertiente técnica de la auditoría, los relacionados con la proyección geográfica de las firmas y su implantación internacional y los que se asocian a la imagen externa que poseen las firmas de auditoría.

Los atributos más valorados en cuanto a las facetas técnicas son la organización, la competencia, la formalidad, la resolución, y el carácter enérgico, informati-

vo y crítico en las relaciones profesionales. Por lo que respecta a la proyección geográfica de las firmas, las empresas auditadas, especialmente las auditadas por las Seis Grandes, valoran en gran medida que estas mantengan una fuerte posición en el terreno internacional y que cubran de modo adecuado todo el territorio español. Es de resaltar también que las empresas valoran la forma en que puede percibirse la imagen pública de las firmas de auditoría: se desea que éstas proyecten al exterior una imagen exitosa, que sean bien conocidas por el público y a ser posible que ofrezcan una imagen moderna.

Con la exposición de estas conclusiones finaliza este trabajo de investigación. Nos gustaría señalar que deseamos que nuestra investigación haya servido para aportar nuevos elementos de juicio que permitan comprender mejor el funcionamiento de la auditoría en España, y que además constituya una aportación de cara al conocimiento de los mercados nacionales de los países miembros de la Unión Europea ante los cambios que se avecinan.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AAKER, D. A. Y DAY, G. S. (1990): *Marketing Research*. Fourth edition, Wiley.
- AICPA (1978): *Report Conclusions and Recommendations of The Commission on Auditor's Responsibilities* (Cohen Commission). American Institute Of Certified Public Accountants. Nueva York. Reimpreso en *Journal of Accountancy*, April, pp. 92-102.
- ALLEN, K. (1991): «In Pursuit of Professional Dominance: Australian Accounting 1953-1985». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 4, n.º 1, pp. 51-67.
- ASHTON, R. (1983) *Research in audrt decission making: rationale, evidence, and implications*. Research monograph number 6. Canadian Certified General Accountant's Research Foundation.
- AUDITING PRACTICES BOARD (1994): *The Audit Agenda*. APB.
- BAKER, C. (1993): «Self-regulation in the Public Accounting Profession: The Structural Response of the Large Public Accounting to a Changing Environment». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 6, pp. 68-80.
- BALVERS, R.; MCDONALD, B. y MILLER, R. (1988): «Underpricing of New Issues and the Choice of Auditor as a Signal of Investment Banker Reputation». *The Accounting Review*, n.º 4, pp. 605-622.
- BAMBER, E. y SNOWBALL, D. (1988): «An empirical study of the effect of audit structure in inserting uncertain task environmetnt». *Accounting Review*, July, pp. 490-504.

- BEATTIE, V. y FEARNLEY, S. (1992): «The changing structure of the audit market in UK». *Accountancy*, October 13.
- BEATTIE, V.A. y FEARNLEY, S. (1995): «The Importance of Audit Firm Characteristics and the Drivers of Auditor Change in UK Listed Companies». *Accounting and Business Research*, vol. 20, n.º 100, pp. 227-239.
- BEATTY, R. (1989): «Auditor Reputation and the Pricing of Initial Public Offerings». *The Accounting Review*, n.º 4, pp. 693-707.
- BECK, P.J., FRECKA, T.J. y SOLOMON, I. (1988): «A Model of the Market for MAS and Audit Services: Knowledge Spillovers and Auditor-Auditee Binding». *Journal of Accounting Literature*, pp. 50-64.
- BENSTON, G.J. (1985): «The Market for Public Accounting Services: Demand, Supply and Regulation», *Journal of Accounting and Public Policy* (Spring), pp. 33-79.
- BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, A. (1982): «La Auditoría en la Legislación Mercantil Española hasta 1982». *Revista de Derecho Mercantil*, pp. 165-166.
- BLANCO CAMPAÑA, J. (1980): *Régimen Jurídico de la Contabilidad de los Empresarios*. Madrid.
- BLASCO LANG, J.J. y FERNANDEZ ESTELLES, M. (1992): «Access to the auditing profession» en Gonzalo, J.A. (ed.) *Accounting in Spain*. AECA, Madrid.
- BOUGEN, P.D. (1997): «Spain, July 1988: Some observations on becoming professional». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 22, n.º 8, pp. 757-777.
- BROSETA PONT, M. (1978): *Reflexiones sobre la Reforma de la Censura de Cuentas en la Ley de Sociedades Anónimas y sobre la Verificación Contable en el Código de Comercio*. En Estudios de Derecho Mercantil en Homenaje a Rodrigo Uría. Ed. Civitas, Madrid.
- BUENO, E. Y MORCILLO, P. (1993): «Fundamentos de Economía y Organización Industrial». Ed. McGrawHill.
- BUIJINK, W.F.; MAIJOOR, S.; NEUWISSEN, R. y VAN WITTELOOSTUIJN, A. (1996): *The Role, Position and Liability of the Statutory Auditor Within the European Union*, Maastricht Accounting and Auditing Research Center.
- BYINGTON, J. y SUTTON, S. (1991): «The Self-regulation Profession: an Analysis of the Political Monopoly of the Audit Profession». *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 2, pp. 315-330.

- CAMPBELL, T. y MCNIEL, D. (1985): «Stochastic and Nonstochastic Determinants of Changes in Client-Industry Concentrations for Large Public-Accounting Firms». *Journal of Accounting and Public Policy*, n.º 1, pp. 317-328.
- CAÑIBANO CALVO, L. (1996): «La Contabilidad en España: Cambios en la profesión, en la docencia y en la investigación». *VII Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad*, Barcelona, pp. 21-35.
- CARR-SAUNDERS, A. y WILSON, P. (1933): *The Profession*. Oxford, Clarendon Press.
- COLLINS, R. (1990): *Changing Conceptions in the Sociology of the Professions*. En Turstendhal, R. y Burrage, E. (ed.): *The Formation of Profession. Knowledge, State and Strategies*. London, Sage.
- CRASWELL, A. FRANCIS, J. y STEPHEN, L. (1995): «Auditors Brand name reputation and Industry Specialization». *Journal of Accounting and Economics*, vol. 20, n.º 3, pp. 297-322.
- CUSHING, B. y LOEBBECKE, J. (1986): *Comparison of audit methodologies of large accounting firms*. Accounting Research Study n.º 26. American Accounting Association.
- CHRISTIANSEN, M. y LOFT, A. (1992): «Big players and small players. A Study of increasing concentration in the Danish market for auditing services», *European Accounting Review*, pp. 277-301.
- CHUA, W. y POULLAOS, C. (1993): «Rethinking the Profession-State Dynamic: the case of the Victorian Charter Attempt; 1885-1906». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 18, n. 7/8, pp. 691-728.
- CHUA, W. y SINCLAIR, A. (1994): «Interests and the Profession-State Dynamic: Explaining the Emergence of the Australian Public Sector Accounting Standards Board». *Journal of Business Finance & Accounting*, vol. 21, n. 5, pp. 669-705.
- CICA (1988): *Report of the Commission to Study the Public's Expectations of Audits, Macdonald Commission*. Canadian Institute of Chartered Accountants. Toronto.
- DANOS, P. y EICHENSEHER, J. (1982): «Audit Industry Dynamics: Factors Affecting Changes in Client-Industry Market Shares». *Journal of Accountig Research*, n.º 2, pp. 604-616.
- DANOS, P. y EICHENSEHER, J. (1986): «Long-Term Trends Toward Seller Concentration in the U.S. Audit Market». *The Accounting Review*, n.º 4, pp. 633-650.

- DE ANGELO, L.E. (1981): «Auditor Independence, "Lowballing", and Disclosure Regulation». *Journal of Accounting and Economics*, pp. 113-127.
- DEFOND, E.M. (1992): «The Association Between Change in Client Firm Agency Costs and Auditor Switching». *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol. 11, n.º 1, pp. 16-31.
- DEJONG, D. y SMITH, J. (1984): The Determination of Audit Responsibilities: An Application of Agency Theory. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol. 3 n.º 1, pp. 20-34.
- DILLARD, J. y BRICKER, R. (1992): «A Critique of Knowledge-Based Systems in Auditing: The Systemic Encroachment of Technical Consciousness». *Critical Perspectives on Accounting*, número 3, pp. 205-224.
- DOPUCH, N. y SIMUNIC, D. (1980): «The Nature of Competition in the Auditing Profession: A Descriptive and Normative View». Recogido en *Regulation and the Accounting Profession*. Editado por Buckley, J. and Weston, F. (1980). Lifetime Learning Publications.
- DURKHEIM, E. (1957): *Professional Ethics and Civic Morals*. New York.
- DYE, R.; BALACHANDRAN, B. y MAGEE, R. (1990): «Contingent Fees for Audit Firms». *Journal of Accounting Research*, n. 2, pp. 239-266.
- EICHENSEHER, J. y DANOS, P. (1981): «The Analysis of Industry-Specific Concentration: Towards an Explanatory Model». *The Accounting Review*, n. 3, pp. 479-492.
- ELLIOT, R. Y KORPI, A. (1978): «Factors Affecting Audit Fees». Recogido en *Cost-Benefit Analysis of Auditing*. Editor M.F. Shakun, New York, AICPA.
- FEDERACIÓN DE EXPERTOS CONTABLES EUROPEOS (1995): *La Liberalisation Sectorielle de la Profession Comptable Europeene*, Bruselas, FEE.
- FERNANDEZ PEÑA, E. (1973): «Normativa Fundamental sobre obligaciones de contabilidad de los comerciantes e industriales. Un primer comentario sobre la Ley de Reforma del Título III del Libro Primero del Código de Comercio». *Crónica Tributaria*, n. 6.
- FLINT, D. (1988): *Philosophy and Principles of Auditing: An Introduction*. MacMillan.

- FRANCIS, J. (1984): «The Effect of Audit Firm Size on Audit Prices: A Study of the Australian Market». *Journal of Accounting and Economics*, August, pp. 133-151.
- FRANCIS, J. Y WILSON, E. (1988): «Auditor Changes: A Joint Test of Theories Relating to Agency Cost and Auditor Differentiation». *The Accounting Review*, n. 4, pp. 663-682.
- GAA, J. (1991): «The Expectations Game: Regulation of Auditors by Government and the Profession». *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 2, pp. 83-107.
- GABAS TRIGO, F.(1992): «Profesionales y Firmas de Auditoría en España», en *Contabilidad en Europa, 1992*. pp. 461-475. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- GARCIA BENAOU, M.A. (1994): «La pregunta ¿dónde estaban los auditores? ha llegado a España». *Boletín de AECA*, n.º 36, pp. 4-7.
- GARCIA BENAOU, M.A., y HUMPREY, C. (1992): «Beyond the Audit Expectations Gap. Learning from the Experiences of Britain and Spain». *European Accounting Review*, vol. 1, pp. 303-331.
- GARCIA BENAOU, M.A. (1995): *Armonización de la Información Financiera en Europa*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Madrid.
- GARCIA BENAOU, M.A.; HUMPHREY, C.; MOIZER, P. y TURLEY, S. (1993): *La Auditoría y sus Expectativas: Los casos de España y el Reino Unido*. Madrid, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.
- GARCIA DURAN (1976): *Organización Industrial Española, Cuadernos de Economía* n.º 1.
- GILLING, D. (1976): «Accounting and Social Change». *The International Journal of Accounting Education and Research*. Spring, pp. 109-127.
- GIRONELLA MASGRAU, E. (1979): «Nacimiento de la Auditoría Independiente», *Técnica Contable*.
- GONZALO ANGULO, J.A. (1995): «La auditoría, una profesión en la encrucijada de los noventa». *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. abril-junio, pp. 595-629.
- GREENWOOD, F. (1957): *The Elements of Professionalization*. En Wollmer, H. Y Mills, D.. *Professionalization*. Prentice-Hall, pp. 44-55.
- GWILLIAM, D. (1987): *A Survey of Auditing Research*, Londres, Prentice Hall, ICAEW.

- HAUGH, M. (1975): «The Erosion of Professional Authority». *Health and Society*, The Milbank Memorial Fund Quartely, n. 54, pp. 8-104.
- HUMPHREY, C.G. y MOIZER, P. (1990): «From Techniques to Ideologies: An Alternative Perspective on the Audit Function», *Critical Perspectives on Accounting*, pp. 217-238.
- HUMPHREY, C.G. (1991): «Audit Expectations» en Turley y Sherer (editores), *Current Issues in Auditing*, pp. 3-21. Paul Chapman Publishing. London.
- HUMPHREY, C.; MOIZER, P. y TURLEY, W. (1992): «The Audit Expectations: Gap-Plus Ca Change, Plus C'est la Même Chose». *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 3, pp. 137-161.
- ICAC (1992): *Informe sobre la situación de la auditoría en España*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Boletín oficial del ICAC, n.º 9. Madrid.
- ICAC (1993): *Informe sobre la situación de la auditoría en España*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Boletín oficial del ICAC, n.º 13. Madrid.
- ICAC (1994): *Informe sobre la situación de la auditoría en España*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Boletín oficial del ICAC, n.º 18, abril, Madrid.
- ICAC (1995): *Informe sobre la situación de la auditoría en España*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Boletín oficial del ICAC, n.º 21, abril, Madrid.
- ICAC (1996): *Informe sobre la situación de la auditoría en España*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Boletín oficial del ICAC, n.º 25. Madrid.
- ICAC (1997): *Informe sobre la situación de la auditoría en España*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Boletín oficial del ICAC, n.º 30. Madrid.
- ICAS (1993): *Auditing into the Twenty-first Century*. The Institute of Chartered Accountants of Scotland, Edinburgh.
- IFAC (1992): *Guía de Ética profesional n.º 3. Integridad, objetividad e independencia*. International Federation of Accountants.
- INSTITUTO DE CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA (1950): *Los Censores de Cuentas. Proyecto de Ley sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades Anónimas*. Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España, Madrid.
- INSTITUTO DE CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA (1970): *Bolsas de Comercio. Expediente de Admisión y Permanencia en Cotización de Valores*. Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España, Madrid.

- INTERNATIONAL ACCOUNTING BULLETIN (1997): *Spanish Survey*. 31-OCT 1997.
- IYER, V. E IYER, G. (1996): «Effect of Big 8 Mergers on Audit Fees: Evidence from the United Kingdom». *Auditng: A Journal of Practice & Theory*, n. 2, pp. 123-132.
- JAUMANDREU, J. Y MATO, G. (1987): «Concentración Industrial en España: Medida, Determinantes y Efectos». *Economía Industrial*, n. 257, pp. 45-56.
- JENSEN, M.C. Y MECKLING, H. (1976): «Theory of the firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure». *Journal of Financial Economics*, October, pp. 305-360.
- JOHNSON, T. (1972): «*Professions and Power*». MacMillan.
- JOHNSON, E.; WALKER, K. Y WESTERGAARD, E. (1995): «Supplier Concentration and Pricing of Audit Services in New Zealand», *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, n. 2, pp. 74-89.
- KAPLAN, S, MENON, K. y WILLIAMS, D. (1990): The effect of the audit structure on the audit market, *Journal of Accounting And Public Policy*, pp. 197-215.
- KINNEY, W (1986): Audit Technology And Preferences for Auditing Standars, *Journal Of Accounting And Economics*, march, pp. 73-89.
- KLEGON, D. (1978): «The Sociology of Professions: An Emerging Perspective», *Sociology of Works and Occupations*, vol. 5, pp. 259-83.
- KULLBERG, D. (1985): Reporting to the Public: Who's Responsible. Arthur Andersen and Co.
- LAINIZ GADEA, J.A, (1993): *Comparabilidad Internacional de la Información Financiera*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- LARRIBA DIAZ-ZORITA, A. y GONZALO ANGULO, J.A. (1996): «La Responsabilidad Social del Auditor». *Revista Técnica*, n.º 9, pp. 4-29.
- LARSON, M. (1977): *The Rise of Professionalism: A Sociological Analysis*. Berkely, University of California Press.
- LEE, T. (1993): *Corporate Audit Theory*. Chapman & Hall. London.
- MAGEE, R.P. Y TSENG, M.(1990): «Audit Pricing and Independence». *The Accounting Review*, April, pp. 315-336.
- MAIJOOR, S; BUIJINK, W.;WITTELOOSTUIJN, A. Y ZINKEN, M. (1995): «Long-Term Concentration in the Dutch Audit Market: The Use of Auditor Association Membership List in Historical Research». *Abacus*, n. 2, pp. 152-177.

- MARTEN, K. (1997): «Developments in concentration on the German audit market» Copenhagen, *Workshop on Auditor Regulation in Europe*. EIASM, Copenhagen.
- MARTEN, K.U., MOIZER, P., SCHMÖLLER, P., «The Image of Audit Firms- Empirical Evidence from the German audit Market», paper presented at the XXI Congress of the European Accounting Association, Amberes.
- MARTINEZ GARCIA, F.J. (1992): *La regulación de la auditoría en España. Antecedentes, pasado reciente y situación actual*. Ediciones del Instituto de Auditores Censores Jurados de Cuentas de España.
- MAUTZ, R.K. y SHARAF, H.A. (1961): *The Philosophy of Auditing*. American Accounting Association.
- MENON, K. Y WILLIAMS, D. (1991): «Auditor Credibility and Initial Public Offerings». *The Accounting Review*, n. 2, pp. 313-332.
- METCALF COMMITTEE (1978): Subcommittee on Reports, Accounting and Management of the Committee on Governmental Affairs, United States Senate. Re-impreso en *The Journal of Accountancy*, January 1978, pp. 89-96.
- MILLAN FERNANDEZ, W. (1970): «La falta de información en el mercado de capital». *Revista Técnica*, n. 2.
- MONROE, G. Y WOODLIFF, D. (1993): «An Empirical Investigation of the Audit Expectations Gap: an Australian Evidence». Paper Presented to the 16th Annual Congress of the European Accounting Association. Turku.
- MINYARD, D. Y TABOS, R. (1991): «The Effect of Big Eight on Auditor Concentration». *Accounting Horizons*, December, pp. 79-90.
- MOCK, T. Y SAMET, M. (1982): «A multi-attribute Model». Proceeding of the VI University of Kansas Audit Symposium.
- MOIZER, P., GARCIA BENAÚ, M.A, HUMPHREY, C. Y VICO, A. (1998): «Finding the Ideal Auditor: The Images of Audit firms held by Spanish Financial Directors», *Accounting Auditing and Accountability Journal*, en proceso de revisión.
- MOIZER, P. Y TURLEY, S. (1987): «Surrogates for Audit Fees in Concentration Studies». *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, n. 1, pp. 118-123.
- MOIZER, P. Y TURLEY, S. (1989): «Changes in the UK market for audit services: 1972-1982», *Journal of Business, Finance & Accounting*, pp. 41-53.
- MORRIS, M. y NICHOLS, W. (1988): Consistency Exceptions: Materiality Judgment And Audit Firm Structure, *Accounting Review*, april, pp. 237-254.

- MUTCHLER, J. Y WILLIAMS D. (1990): «The Relationship Between Audit Technology, Client Risk Profiles, and the Going-Concern Opinion». *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol. 9, n.º 3, pp. 39-54.
- NEU, D. (1991): «Trust, Impression Management and the Public Accounting Profession». *Critical Perspectives on Accounting*, N. 3, pp. 355-363.
- NEWTON, J y ASHTON, R. (1988): The association between audit technology and audit delay. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, vol. 8, suplement, pp. 22-37.
- NOBES, C. Y PARKER, R.H. (1981): *Comparative International Accounting*, Oxford Phillip Allan.
- O'LEARY, D. Y WATTKINS, P. (1989): «Review of Expert Systems in Auditing». *Expert Systems Review*, Spring-Summer, pp. 3-22.
- OSGOOD, C. E., G. J. SUCI, AND P.H. TANNENBAUM (1957): *The measurement of meaning*. Urbana, University of Illinois Press.
- PALMROSE, Z. (1986): «Auditor Fees and Auditor Size: Further Evidence». *Journal of Accounting Research*, Spring, pp. 97-110.
- PARKER, L. (1994): «Professional Accounting Body Ethics: In Search of the Private Interest». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 19, pp. 507-525.
- PARSONS, T. (1954): «The Professions in the Social Structure». En Parsons, T. *Essays in the Social Structure*. Free Press.
- PINA, V. (1988): Efectos Económicos de las Normas Contables. Monografía Número 11. AECA. Madrid.
- PONG, C. Y WHITTINGTON, G. (1994): «The Determinants of Audit Fees: Some Empirical Models». *Journal of Business Finance & Accounting*, vol. 21, n.º 8, pp. 1071-1045.
- PONT MESTRES, M. (1973): «Reflexiones en torno a la Reforma de la Normativa Contable en el Código de Comercio». *Revista Técnica*, n. 2.
- PONT MESTRES, M. (1991): *Al Servicio de la Profesión Auditora. Desde la Presidencia del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España*. Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España, Madrid.
- PORTER, M.E. (1985): *Competitive Advantage*. New York USA.
- PORTER, B. (1991): «The Audit Expectations Gap. A Contemporary Approach». *Pacific Accounting Research*, pp. 227-251.

- PORTWOOD, D. y FIELDING, A. (1981): «Privilege and the Professions». *Sociological Review*, vol. 29, pp. 749-773.
- POSNER, R. (1974): «Theories of Economic Regulation». *Bell Journal of Economic and Management Science*. pp. 335-338.
- RHODE, J.; WHITSELL, G. Y KELSEY, R. (1974): «An Analysis of Client-Industry Concentrations for Large Public Accounting Firms». *The Accounting Review*, October, pp. 772-787.
- RICHARDSON, A. (1988): «Accounting Knowledge and Professional Privilege». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 13, pp. 381-396.
- ROBSON, K. y COOPER, D. (1990): «Understanding the Development of the Accounting Profession in the United Kingdom». En Cooper, D. y Hopper, T.: *Critical Accounting*. MacMillan.
- ROBSON, K., WILLMOTT, H.; COOPER, D. y PUXTY, T. (1994): «The Ideology of Professional Regulation and the Markets for Accounting Labour. Three Episodes in the Recent History of the U.K. Accountancy Profession». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 19, pp. 527-533.
- RODRIGUEZ SASTRE, A. (1977): «El Control de las Sociedades Mercantiles. Madrid 1935». *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. 6, n. 20-21.
- ROSEN, D. L. (1983): «Consumer Perceptions of Quality for Generic Grocery Products: A Comparison Across Product Categories», *Journal of Retailing* (Winter): 64-80.
- SCHMALENSEE, R. (1989): «Industrial Economics: An overview». *Economic Journal*, n. 98, pp. 643-661.
- SCHROEDER, M.S., SOLOMON, I., VICKREY, D. (1986): «Audit Quality: The Perceptions of Audit-Committee Chairpersons and Audit Partners». *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, vol. 5, n.º 2, pp. 86-94.
- SEGURA, J. (1993): «Teoría de la Economía Industrial». Ed. Civitas.
- SHAKED, A. y SUTTON, S. (1981): «The Self-regulating Profession». *Review of Economic Studies*, vol. 48, pp. 217-234.
- SHERER, M. Y KENT, D. (1983): *Auditing and Accountability*. Pitman. London.
- SHOCKLEY, R. Y HOLT, R. (1983): «A Behavioral Investigation of Supplier Differentiation in the Market for Audit Services». *Journal of Accounting Research*, n. 2, pp. 545-564.

- SIEGEL, S. Y CASTELLAN, N.J. (1988): *Non-Parametric Statistics for the behavioural Sciences*, McGraw Hill.
- SIKKA, P.; WILLMOTT, H. y LOWE, E. (1989): «Guardians of Knowledge and Public Interest: Evidence and Issues of Accountability in the U.K. Accountancy Professions». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 2, pp. 47-71.
- SIMUNIC, D. (1980): «The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence». *Journal of Accounting Research*, n. 1, pp. 161-190.
- SIMUNIC, D. (1984): «Auditing, Consulting and Auditor Independence». *Journal of Accounting Research*, Spring, pp. 679-702.
- SIMUNIC, D. Y STEIN, M. (1987): «Product Differentiation in Auditing: A Study of Auditor Choice in the market for new Issues» *Canadian certified General Accountants' Research Foundation*, Monograph 13.
- STIGLER, G. (1968): *The Organization of Industry*. Homewood Ill Irwing ed.
- STIGLER, G. (1971): «The Theory of Economic Regulation». *Bell Journal of Economic and Management Science*. pp. 3-21.
- SUCHER, P., MOIZER, P. Y ZAROVA, M. (1998): «The images of the Big Six audit firms in the Czech Republic», paper presented at the *XXI Congress of the European Accounting Association*, Amberes.
- SULLIVAN, J. (1984): *The Case For The Unstructured Audit Approach*, Auditing Symposium VII, University of Kansas Press, pp. 61-68.
- SUTTON, S. Y LAMPE, J. (1990): «Formulating a Process Measurement System for audit quality». In *Proceedings of the 1990 University of South California Audit Judgment Symposium*.
- TONGE, S. Y WOOTTON, CH. (1991): «Auditor Concentration and Competition Among the Large Public Accounting Firms: Post-Merger Status and Future Implications». *Journal of Accounting and Public Policy*, n.º 1, pp. 157-172.
- TUA PEREDA, J. y GONZALO ANGULO, J.A. (1987): «La responsabilidad social del auditor». *Técnica Contable*, octubre, pp. 435-466.
- TURPEN, R. (1990): «Differential Pricing on Auditors's initial engagements: Further evidence». *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol. 4, n.º 1, pp. 60-76.
- UNION EUROPEA (1996): *Libro Verde-Función, posición y responsabilidad civil del auditor legal en la Unión Europea*, DOCE 96/C 321/01 de 28.10.96.

- URIA, R. (1976): *La información del Accionista en el Derecho español*. Ed. Civitas, Madrid.
- VICENT CHULIA, F. (1986): *Compendio Crítico de Derecho Mercantil*. Ed. Bosch, Barcelona.
- VIVES, X. (1990): «Conceptos y Evidencia Empírica». Recogido en *Concentración Empresarial y Competitividad*. Dirección y Coordinación Vives, X, y Gual, J. pp. 23-52.
- WALKER, S. (1991): «The Defense of Professional Monopoly: Scottish Chartered Accountants and Satellites in the Accountancy Firmament 1854-1914». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 16, pp. 257-283.
- WALKER, S. (1995): «The Genesis of Professional Organization in Scotland: a Contextual Analysis». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 20, n. 4, pp. 285-310.
- WALLACE, W.A. (1980): *The Economic Role of the Audit in Free and Regulated Markets*, University of Rochester, New York.
- WARMING-RASSUSSAN B. (1991): «Trust in Auditing and Auditors: An Examination of the Expectation Gap in Denmark». Comunicación presentada en el *ELIASM Workshop on Auditing Regulation*, Copenhagen, septiembre.
- WATTS, R.L. y ZIMMERMAN, J.L. (1986): *Positive Accounting Theory*. Prentice Hall.
- WILENSKY, H. (1964): «The Professionalization of Everyone?». *American Journal of Sociology*. N. 70, pp. 137-158.
- WILLIAMS, D. Y DIRSMITH, M. (1988): The effect of the technology on auditor efficiency: auditing and the timelines of client earnings and announcements *Accounting Organisations and Society*, vol. 13, n.º 5, pp. 487-508.
- WILLINGHAM, J.J. Y JACOBSON, P.D. (1985): «A Research Response to the Dingle Hearings», *The Auditor Reports*, pp. 1-4.
- WILLINGHAM, J. Y RIBAR, G. (1988): «Development of a Expert System for Loan Loss Evaluation». E. A. Bailey (editor): *Auditor Productivity in the Year 2000*, pp. 171-186, Council of Arthur Young Professors.
- WILLMOTT, H.C. (1986): «Organizing the Profession; A Theoretical and Historical Examination of the Development of the Major Accounting Bodies in UK». *Accounting, Organisations and Society*, vol. 11, pp. 555-582.
- WILLMOT, H. (1990): «Serving the Public Interest? A Critical Analysis of a Professional Claim». En Cooper, D. y Hopper, T.: *Critical Accounting*. MacMillan.

- WILLMOTT, H.; COOPER, D. y PUXTY, T. (1993): «Maintaning Self-regulation. Making Interest Coincide in Discourses on the Governance of the ICAEW». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 6, pp. 68-93.
- WOLNIZER, P.W. (1987): *Auditing as Independent Authentication*. Sydney University Press. pp. 121-187.
- WOOTON, CH; TONGE, S. Y WOLK, C. (1994): «Pre and Post Big 8 Mergers: Comparison of Auditor Concentration». *Accounting Horizons*, n. 3, pp. 58-74.
- ZEFF S. Y FOSSUM, R. (1967): «An Analysis of Large Audit Clients». *The Accounting Review*, April, pp. 298-320.
- ZEFF, S. (1987): «Does the CPA Belong to a Profession?». *Accounting Horizons*, vol. 1, pp. 65-68.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y HACIENDA



9 788489 006669