

XI Premio de Investigación Contable
“José María Fernández Pirla”



**EL INFORME DE AUDITORÍA Y
SU EFECTO SOBRE LA DECISIÓN
DEL CAMBIO DE AUDITOR**

Nieves Gómez Aguilar



EL INFORME DE AUDITORÍA Y SU EFECTO SOBRE LA DECISIÓN DEL CAMBIO DE AUDITOR

Nieves Gómez Aguilar
Universidad de Cádiz

Premio de Investigación Contable
“José M^a Fernández Pirla” (XI Edición)

**EL INFORME DE AUDITORÍA Y SU EFECTO SOBRE LA DECISIÓN
DEL CAMBIO DE AUDITOR.**

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

Edición en línea: Año 2012
N.I.P.O.: en línea: 724-12-015-6

Edición en CD: año 2003
N.I.P.O.: 376-03-005-0
Depósito Legal: M-46.021-2003
Octubre 2003

A Miguel

ÍNDICE

	<i>Páginas</i>
RESEÑA	9

CAPÍTULO PRIMERO

PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

1.1. Factores que justifican el estudio del cambio intencionado de auditor	12
1.2. Estructura y contenido del trabajo	27

CAPÍTULO SEGUNDO

EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA

2.1. Introducción	33
2.2. El cambio de auditor. Estudio de los factores que pueden originar cambios de auditor	35
2.2.1. Análisis del cambio de auditor desde una perspectiva de mercado	36
2.2.2. Análisis del cambio de auditor desde una perspectiva contractual	39
2.3. El proceso de negociación entre el auditor y su cliente	42
2.3.1. Objetivo del proceso negociador: La obtención de una opinión favorable	45
2.3.2. La calidad del auditor como límite al poder de negociación del cliente	48
2.3.2.1. El conocimiento del auditor	55

2.3.2.2.	La independencia del auditor	56
2.3.2.3.	La relación entre la calidad del auditor y la naturaleza del informe de auditoría.	66
2.3.3.	La negociación entre el auditor y el cliente.	68
2.3.3.1.	El poder de negociación del cliente estratégico	71
2.3.3.2.	La posición del auditor ante un cliente estratégico	73
2.3.3.2.1.	Los costes asociados a la pérdida del cliente	74
2.3.3.2.2.	Los costes derivados de posibles litigios	77
2.3.4.	El resultado de la negociación: La decisión sobre retener o cambiar al auditor	79
2.4.	Conclusiones	84

CAPÍTULO TERCERO

LA OPINIÓN DE AUDITORÍA Y EL CAMBIO DE AUDITOR

3.1.	Introducción	86
3.2.	Primera fase: La opinión de auditoría como inductora del cambio de auditor. Evidencias empíricas	88
3.3.	Segunda fase: La dirección del cambio de auditor	93
3.3.1.	Compra de opinión y cambio intencionado de auditor	94
3.3.2.	Las características del nuevo auditor contratado	95
3.3.3.	Evidencias empíricas sobre dirección del cambio de auditor	98
3.4.	Tercera fase: La mejora de la opinión de auditoría	102
3.4.1.	El éxito del cambio intencionado de auditor	103
3.4.2.	Evidencias empíricas previas sobre la mejora de la opinión tras el cambio de auditor	107
3.5.	Conclusiones	112

CAPÍTULO CUARTO

ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE LA AUDITORÍA Y LA OPINIÓN DEL AUDITOR

4.1.	Introducción	114
------	------------------------	-----

4.2.	Formulación de hipótesis	115
4.3.	Propuestas para medir la calidad de la auditoría	116
4.3.1.	Medidas del conocimiento del auditor	117
4.3.1.1.	La especialización del auditor	117
4.3.1.2.	El nivel tecnológico del auditor	120
4.3.2.	Medidas de la independencia del auditor	121
4.3.2.1.	La reputación del auditor	121
4.3.2.2.	El nombre de marca del auditor	124
4.3.2.3.	La actitud conservadora del auditor	126
4.3.2.4.	El tamaño de la empresa cliente	129
4.3.2.5.	La duración del contrato de auditoría	129
4.4.	Muestra	132
4.5.	Método para el contraste de la hipótesis	137
4.5.1.	Definición de variables	138
4.5.2.	La probabilidad de obtener una opinión calificada consecuencia de la situación económico-financiera de la empresa como variable de control	145
4.6.	Análisis de los resultados	150
4.6.1.	Estadísticos descriptivos	150
4.6.2.	Análisis univariante	156
4.6.3.	Análisis multivariante	158
4.7.	Conclusiones	163

CAPÍTULO QUINTO

ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA EXISTENCIA DE CAMBIOS ESTRATÉGICOS DE AUDITOR

5.1.	Introducción	166
5.2.	Análisis de la relación entre el tipo de opinión recibida y el cambio de auditor	167
5.2.1.	Descripción de hipótesis	167
5.2.2.	Método para el contraste de hipótesis	169
5.2.3.	Definición de variables	171
5.2.4.	Descripción de la muestra	171
5.2.5.	Análisis de los resultados	173

5.3.	Estudio empírico de la relación entre la opinión de auditoría y la dirección del cambio de auditor	176
5.3.1.	Formulación de la hipótesis	176
5.3.2.	Método para el contraste de hipótesis	179
5.3.3.	Muestra	180
5.3.4.	Definición de variables, contraste de hipótesis y análisis de los resultados	180
5.3.4.1.	La dirección del cambio respecto a la especialización del auditor	180
5.3.4.2.	La dirección del cambio respecto al nivel tecnológico del auditor	182
5.3.4.3.	La dirección del cambio respecto al nombre de marca del auditor	184
5.3.4.4.	La dirección del cambio respecto al tamaño del auditor	185
5.3.4.5.	La dirección del cambio respecto a la actitud conservadora del auditor	187
5.3.4.6.	La dirección del cambio respecto al tamaño del cliente	188
5.3.4.7.	La dirección del cambio respecto a la variación en la cartera del auditor	190
5.4.	Conclusiones: Evidencias empíricas sobre el comportamiento estratégico del cliente	192

CAPÍTULO SEXTO

ESTUDIO EMPÍRICO DE LA MEJORA DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA TRAS UN CAMBIO ESTRATÉGICO DE AUDITOR

6.1.	Introducción	196
6.2.	Estudio de la relación entre la mejora de la opinión de auditoría y la realización de cambios de auditor	197
6.2.1.	Formulación de la hipótesis	197
6.2.2.	Método para el contraste de hipótesis	199
6.2.3.	Muestra y definición de variables	199
6.2.4.	Contraste de hipótesis y análisis de los resultados	200
6.3.	La mejora de la opinión como culminación del cambio intencional hacia auditores de menor calidad	202
6.3.1.	Formulación de la hipótesis	202

6.3.2.	Método para el contraste de hipótesis	204
6.3.2.1.	Definición de variables	205
6.3.2.2.	La variación de la probabilidad de merecer un informe de auditoría no limpio consecuencia de la situación económico-financiera de la empresa como variable de control	209
6.3.3.	Muestra	209
6.3.4.	Análisis de los resultados	210
6.3.4.1.	Análisis descriptivo	210
6.3.4.2.	Análisis univariante	211
6.3.4.3.	Análisis multivariante	216
6.4.	Conclusiones sobre la existencia de mejora de opinión tras el cambio estratégico del auditor	220

CAPÍTULO SÉPTIMO

CONCLUSIONES

Conclusiones	223
Bibliografía	230

RESEÑA

El trabajo **EL INFORME DE AUDITORÍA Y SU EFECTO SOBRE LA DECISIÓN DEL CAMBIO DE AUDITOR** que el lector tiene la oportunidad de leer es un estudio profundo y reflexivo sobre un aspecto vital del funcionamiento de los mercados de auditoría. En él se trata de dar respuesta a un controvertido fenómeno del que se habla con profusión en círculos académicos y que ruboriza a instituciones y a la profesión auditora, como es el de la compra de opinión de auditoría. La temática central de esta obra cabe, por tanto, calificarla como valiente y, en según qué parajes, osada. La auditoría es ante todo una opinión supuestamente experta e independiente, y hablar de la posibilidad de que dicha opinión pueda estar sometida a un “mercado” donde existen oferentes y demandantes puede llevar, sin lugar a dudas, al traste con una función y una profesión cuyo principal y más valorado atributo es la imparcialidad.

Pero es un fenómeno que existe y el trabajo de la profesora Nieves Gómez Aguilar pretende desvelar los entresijos de su materialización, y lo hace para el contexto español, lo que dada la juventud de la auditoría en nuestro país lo hace si cabe más interesante.

El trabajo queda razonado de forma contundente. Se comienza analizando las características singulares de la auditoría en nuestro país, sentando las bases de la estructura de oportunidad que una legislación en la que no existen suficientes garantías para determinar la independencia del auditor y, sobre todo, una fuerte indefensión del auditor frente a las posibles presiones de las empresas generan razones más que sobradas para someter a investigación este fenómeno. A partir de este argumento básico, el trabajo continúa determinando las razones que pueden llevar a las empresas a embarcarse en un proceso cuyo objeto último es evitar recibir informes de auditoría cualificados. La autora reflexiona sobre estas razones determinando que la recepción de informes de auditoría cualificados no resulta a coste nulo para las empresas, por lo que éstas “negociarán” y en último extremo cambiarán de auditor.

En este sentido, la obra pone de relieve cómo la opinión de auditoría, puede, en algunas ocasiones, estar sometida a presiones, donde existe un proceso de negociación entre las partes. Este proceso, como queda nítidamente reflejado en este trabajo, resulta un fenómeno inobservable, por lo que no es aquí donde puede ser contrastada la existencia de compra de opinión. Si bien la realidad empírica va dejando pistas de su posible existencia, y es aquí donde la autora encuentra su banco de pruebas particular. Estas pistas son fundamentalmente la existencia de cambios de auditor. El cambio de auditor sí resulta observable, diseñándose en este trabajo un estudio empírico basado en una cadena de acontecimientos que comienza con la recepción de un informe cualificado, continúa con un cambio de auditor y culmina con una nueva opinión de auditoría. De esta forma el trabajo se estructura de forma coherente al precisar un colectivo objetivo que puede tener intereses en comprar la opinión de auditoría, determinar un proceso para su obtención y, por último, el análisis de los resultados que se obtienen con este comportamiento desarrollado por la empresa.

Este estudio se podría haber acometido de diversas maneras, si bien, la autora lo ha centrado en el concepto de calidad del auditor. En efecto, y desde la perspectiva que se aporta en este trabajo, la compra de opinión es un fenómeno que enfrenta a empresas con deseos de obtener informes de auditoría limpios con auditores; este proceso de negociación y la capacidad de la empresa para obtener de sus auditores actuales concesiones acerca de la opinión se ven condicionados por la calidad del auditor, cuestión ésta que queda demostrada empíricamente en la obra. Este hecho aboca a la empresa a resolver la negociación de forma traumática provocando un cambio de auditor, cuestión ésta que resulta a un coste muy bajo en nuestro país y donde, dadas las limitaciones de nuestra legislación, resulta un proceso cuasi-inobservable donde el auditor carece de salvaguardas para evitarlo.

El argumento desarrollado por la profesora Nieves Gómez Aguilar continúa analizando de forma profunda el proceso de cambio de auditor, introduciendo un concepto no excesivamente explotado en la literatura internacional como es la dirección del cambio de auditor. El argumento es bastante intuitivo: las empresas que reciben informes cualificados y cambian de auditor intentarán dirigir su elección a auditores que garanticen su objetivo de recibir un informe de auditoría limpio, es decir, aquellos que oferten un menor nivel de calidad. Planteado en tales términos el contraste empírico resulta evidente; relacionar las mejoras de opinión que reciben las empresas que cambian de auditor, una vez que se controla la condición financiera de éstas, con diversos subrogados, ampliamente experimentados en la literatura empírica, a través de los que se infiere la calidad del auditor. Y los resul-

tados que se obtienen en este trabajo acompañan a la hipótesis inicial de la existencia de compra de opinión en España.

Este trabajo se ha acometido en unas condiciones respecto al mercado de auditoría español. En los últimos tiempos hemos podido asistir a la aparición de importantes escándalos financieros en los que los auditores se han visto implicados por no alertar, a través de su informe, de los problemas por los que pasaban las empresas. Ello ha conllevado una pérdida de reputación para la empresa, pero también un profundo debate sobre la regulación de la auditoría, que ha culminado con una importante reforma que pretende velar, a través de mayores controles y mayores incompatibilidades, por la calidad de la auditoría. Por esta razón puede resaltarse que el trabajo de Nieves Gómez Aguilar puede ser considerado un test empírico sobre la forma en la que la Ley de Auditoría reguló aspectos importantes del estatuto profesional, entre los que cabe resaltar la independencia del auditor. Este trabajo abrirá sin duda nuevas líneas de trabajo, y a través de la metodología diseñada podrá medirse en cierta medida si la nueva regulación de la auditoría pone límites al fenómeno de la compra de opinión.

Para terminar esta breve reseña de esta, a mi juicio, importante obra, he de dedicar unas líneas a hablar de su autora. Nieves Gómez Aguilar es profesora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz. A pesar de su juventud, su producción científica es intensa y coherente, habiendo tratado múltiples temas relacionados con el funcionamiento de los mercados de auditoría. Yo he tenido la gran suerte y placer de colaborar en muchos de sus trabajos, por lo que he sido quizás el primer beneficiario de su entrega y su capacidad de trabajo. Espero que los lectores de esta obra puedan obtener de su conocimiento similares beneficios.

Emiliano Ruiz Barbadillo
Universidad de Cádiz

En Cádiz a 23 de junio de 2003

CAPÍTULO PRIMERO

PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

I. FACTORES QUE JUSTIFICAN EL ESTUDIO DEL CAMBIO INTENCIONADO DE AUDITOR

En el ámbito internacional, el estudio de los cambios de auditor ha despertado enorme interés en los últimos tiempos. Numerosos trabajos han pretendido aproximarse a las causas y a los efectos de un mecanismo que resulta de la libre capacidad de las empresas de elegir quién va a auditarlas, pero que puede generar un problema, y es que pueda ser utilizado con el fin de actuar sobre la opinión del auditor. En efecto, si consideramos que el informe de auditoría es un instrumento de supervisión externa de los gerentes, éstos podrán tener poderosos incentivos para limitar dicha supervisión, sobre todo, cuando la opinión contenida en el informe de auditoría ponga de manifiesto errores o irregularidades ¹ en la gestión que los gerentes hacen de los recursos de la empresa. De ahí que fenómenos como la compra de opinión o la supresión de información sean en buena parte el origen de la expectación que el cambio de auditor ha venido generando. Pero como nos encontramos en un ámbito de actuación privada entre el auditor y su cliente y, por tanto, en su mayor parte inobservable, la herramienta más válida para poner de manifiesto la existencia de fenómenos como éstos es el estudio de la relación entre opinión de auditoría y el cambio de auditor. Dicho estudio constituye el objetivo del trabajo que presentamos.

¹ Según la Norma Técnica de Auditoría sobre errores e irregularidades, el término error se refiere a actos u omisiones no intencionados y el término irregularidad se refiere a los actos u omisiones intencionados, que, en ambos casos, “puedan ser cometidos por uno o más individuos, sean de los administradores, de la dirección, de los empleados de la entidad auditada, o de terceras personas ajenas a ésta, que alteran la información contenida en las cuentas anuales”.

Como veremos más adelante, el interés en el estudio del cambio de auditor en España no se ha traducido hasta el momento presente en un número suficiente de trabajos que analicen las peculiaridades de este fenómeno en el ámbito nacional. Podemos mencionar dos razones que pueden explicar esta carencia de investigación. La primera de ellas, y siguiendo a Martínez García (1996a), está relacionada con las especiales condiciones de nuestra economía hasta hace pocos años. Así, el hermetismo del sistema empresarial, la escasa colaboración de los auditores, la falta de rigor, control y transparencia de la información contable, la ineficacia del mercado de valores como base de datos útil para realizar análisis y tomas de decisiones, la inexistencia de otras fuentes válidas de datos y la dejadez de las autoridades para imponer y hacer cumplir normas económico-contables eficaces son algunas de las características que señala este autor como factores que han dificultado la investigación empírica en auditoría en los últimos años. La segunda de ellas, más concretamente relacionada con el tema de nuestro trabajo, se refiere a la aún cercana imposición, si es comparada con otros países de nuestro entorno, de la auditoría obligatoria en España. Hasta 1988 la auditoría no ha sido obligatoria para empresas con determinadas características, momento en el que fue impuesta por la Ley de Auditoría de Cuentas. Este escaso horizonte temporal con el que se cuenta es el causante, por un lado, de la dificultad de contar con una muestra suficiente de cambios efectivos de auditor y, por otro, de que el interés de los investigadores haya estado depositado en otros aspectos de la recién estrenada auditoría. Si bien esta situación está cambiando actualmente, el hecho es que en estos catorce años de vigencia de la Ley no se ha estudiado el cambio de auditor con el grado de profundidad que encontramos en otros países.

Esta falta de interés en el estudio del cambio de auditor no se justifica, sin embargo, por su escasa incidencia en España, ya que la frecuencia con la que las empresas españolas cambian de auditor es muy similar a la encontrada en otros países de nuestro entorno ². De ahí, que las consecuencias que el uso de este mecanismo puede tener con respecto a la calidad y fiabilidad de la información contable auditada estarán afectando al mercado español con la misma intensidad que al internacional. Esta similitud con respecto a la situación internacional en lo que se refiere a la incidencia de los cambios de auditor ha sido una de las causas que nos ha motivado para la realización de este trabajo. La otra causa no se basa en similitudes sino en diferencias, en las que existen entre nuestro mercado de auditoría y los del resto de países, y que necesariamente hacen que el estudio de los cambios de au-

² A modo de referencia, en el trabajo de Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) de 753 empresas españolas que conforman la muestra, 154 cambiaron de auditor entre 1991 y 1996, lo cual supone un 20% de las mismas. En el trabajo de Lennox (2000), por citar alguno de los que serán comentados ampliamente en el tercer capítulo, de una muestra de 949 empresas observadas desde 1988 a 1994, cambiaron 160 compañías (194 cambios totales) lo que supone un 17%.

ditor en España tenga que hacerse a partir de las peculiaridades del entorno y de la legislación que directamente les afectan.

En efecto, la existencia de cambios estratégicos de auditor estará condicionada por determinadas características del mercado de la auditoría que la hagan posible. Si el mercado posee herramientas útiles que presionan al auditor para mantener su independencia y que penalizan a las empresas que realizan cambios sospechosos de auditor, este tipo de comportamientos será complicado y costoso de llevar a cabo, por lo que los usuarios tendrán más garantías de que los cambios de auditor no están perjudicando sus intereses. Pero el mercado de auditoría español no muestra actualmente este tipo de rasgos, más bien al contrario, existe un sentimiento general de que la profesión auditora está fallando en sus responsabilidades y funciones, y de que se encuentra en un período de crisis.

Dos pueden ser los orígenes de esta crisis, por un lado, la sucesión de una serie de escándalos financieros en los últimos tiempos y, por otro, la desacertada respuesta de la profesión auditora ante éstos. Estas circunstancias han conducido en España a la consideración del concepto de *gap de expectativas* en la auditoría, cuestionándose la reputación de la profesión en términos de su capacidad para servir al interés público (García Benau, 1997; Gonzalo Angulo, 1995; Ruiz Barbadillo, 1996). Podemos decir que el *gap de expectativas* es una representación del sentimiento de que los auditores están actuando de una forma que difiere de las creencias y deseos de aquellos a los que la auditoría debe beneficiar (Humphrey, 1997). Según Gonzalo Angulo (1995), este es el problema más grave al que se enfrenta la profesión auditora en el mundo, y su origen tiene relación con la falta de entendimiento entre empresas y auditores, con la imposición de la auditoría obligatoria en ciertos países y con la disminución de la calidad de los trabajos a medida que se extiende la profesión y se compite en el mercado mediante la rebaja de precios.

Si bien éste es el sentimiento que prevalece actualmente entre los usuarios de la auditoría, no era, sin embargo el reinante al principio de la implantación de la auditoría obligatoria en España. La historia reciente de la profesión auditora en nuestro país se caracteriza por su evolución a través de dos situaciones radicalmente opuestas. Como apuntan Humphrey et al (2003), en un corto espacio de tiempo se ha pasado de un desorbitado entusiasmo sobre los beneficios de la auditoría a un ambiente hostil en el que se cuestiona tanto la función como el alcance de la auditoría y que ha dado lugar a que los usuarios entiendan defraudadas sus expectativas.

Aunque las manifestaciones de este problema no han sido similares en todos los países, sí es cierto que actualmente afecta a escala mundial a las relaciones entre la profesión auditora y los usuarios de su trabajo, mostrando la situación actual de nuestro país rasgos muy similares al debate abierto durante décadas en otros con-

textos socioeconómicos (Ruiz Barbadillo, 1996). Este debate tiene sus raíces en lo que debe ser la finalidad de la auditoría, cual es, otorgar fiabilidad a las cuentas anuales auditadas, función a la que la Ley se refiere reiteradamente y que otorga y confiere utilidad al papel social del auditor (Larriba Díaz-Zorita y Serrano Moracho, 1999). La responsabilidad social del auditor significa, por tanto, que éste tiene la obligación de asumir las consecuencias del desempeño de su trabajo en el contexto social, y sólo pueden considerarse estas consecuencias cuando la misión del auditor sobrepasa el ámbito de sus relaciones con el cliente y se proyecta a todos los grupos sociales (Túa Pereda y Gonzalo Angulo, 1987).

Pero el que no exista una definición clara y homogénea sobre lo que debe ser la auditoría legal crea una diferencia de expectativas entre lo que los usuarios del servicio de la auditoría esperan y lo que realmente hacen los auditores. Esta diferencia viene provocada porque los primeros no pueden observar el comportamiento de los segundos durante el proceso de su trabajo. Esto deriva en que la única base en la que los usuarios pueden sustentar la valoración del trabajo realizado por los profesionales procede de sus expectativas sociales, las cuales se han ido fundamentando sobre cuál ha de ser el comportamiento a desarrollar por la profesión (Ruiz Barbadillo, 1996). Es decir, el desconocimiento sobre el auténtico alcance de la auditoría de cuentas por parte del público, no provoca sino una merma en la credibilidad y el prestigio de los profesionales de la auditoría (Cañibano Calvo y Castrillo Lara, 1999). De forma que, si la responsabilidad del auditor no es capaz de cubrir las justas expectativas de terceros, la consecuencia más importante es que se puede dejar vacío de contenido el alcance y significado de las propias auditorías (Larriba Díaz-Zorita y Serrano Moracho, 1999), por lo que incluso podrá cuestionarse la idoneidad del servicio prestado por la profesión auditora.

Este fenómeno de las expectativas defraudadas, que en nuestro país es relativamente reciente, ya aparece definido en 1978 en el pronunciamiento de la Comisión Cohen, la cual surge en el seno del American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) para desarrollar conclusiones y recomendaciones acerca de las responsabilidades de los auditores³. En general, se pueden ver descritos cuatro grandes problemas como los principales factores de generación de esta diferencia de expectativas en la auditoría: la detección de errores e irregularidades, la comprensión del informe de auditoría, la obligación de verificar la hipótesis de empresa en funcionamiento y la posible alianza auditor-gerente (Gonzalo Angulo, 1995; Humphrey, 1997).

³ Posteriormente, podemos verlo reconocido en Canadá por el Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) mediante el informe de la Comisión MacDonald en 1988, en el Reino Unido por el Comité Cadbury (1992) y, en 1996 en el Libro Verde de la Unión Europea, que constituye la respuesta europea al *gap de expectativas* (Véase García Benau, 1997).

En primer lugar, la detección de errores e irregularidades es, en opinión de Grajal Martín y Gutiérrez García (1997), uno de los aspectos que más diferencias de expectativas supone. Como puede leerse en la Norma Técnica de Auditoría sobre errores e irregularidades, el auditor de cuentas no es el responsable de la detección de todos y cada uno de los fraudes que pueden producirse en una sociedad sometida a su examen. Su única responsabilidad es planificar, efectuar y evaluar su trabajo de auditoría de manera que obtenga una expectativa razonable de detectar errores e irregularidades materiales en las cuentas (Martínez García, 1996b). Pero los usuarios de la información contable auditada demandan un nivel de seguridad más alto sobre la fiabilidad de la información que manejan y esta demanda no se está viendo satisfecha dado el número de escándalos financieros que se han estado sucediendo en los últimos años y que ponen de manifiesto que los auditores no pueden o no quieren destapar este tipo de fraudes (Bolufer Nieto, 1994; Gonzalo Angulo, 1995; García Benau, 1995).

En segundo lugar, otra de las circunstancias que provocan diferencias de expectativas es la falta de comprensión de los informes de auditoría por parte de sus usuarios (Humphrey, 1997; García Benau, 1997; Cabal García, 2000b). En este sentido, la solución pasa por ser bastante complicada, ya que, si bien existen tantas formas de publicar el dictamen del auditor como países, ninguno de ellos, hasta ahora, parece haber encontrado la manera de que el contenido de la opinión de auditoría sea convenientemente entendido por todos los usuarios de la misma.

Con respecto al tercero de los problemas mencionados, la obligación de verificar la hipótesis de empresa en funcionamiento (Gonzalo Angulo, 1995; García Benau, 1997) y, en especial, la responsabilidad que el auditor debe asumir en el caso de que falle en denunciar situaciones de quiebra en la empresa, han sido también descritos como argumentos que amplían la diferencia de expectativas entre auditores y usuarios (Véase Ruiz Barbadillo et al, 2000 y Humphrey et al, 2003). En este aspecto, el debate, del que se ha hecho cargo la profesión, se encuentra estancado en los últimos tiempos y parece que su resolución depende cada vez más de futuros pronunciamientos de la Unión Europea.

Por último, Gonzalo Angulo (1995) ha apuntado otro aspecto relacionado con las expectativas defraudadas y es el peligro que la alianza entre el administrador y el auditor supone para los intereses que legítimamente representan. Dicha alianza puede producirse como consecuencia de la falta de independencia del auditor con respecto a su cliente, siendo el principal resultado de esta colusión que los accionistas, los administradores sin poderes ejecutivos y el resto de usuarios de la información contable obtendrán poca utilidad en el manejo de una información que proceda de informes de auditoría realizados en estas circunstancias.

Es este último aspecto el que más interés tiene con respecto a nuestro trabajo, ya que es la falta de independencia del auditor lo que puede dar cabida a comportamientos estratégicos del cliente. Dichos comportamientos, independientemente del tipo que sean, se diseñan para tratar de aprovechar el espacio que, como veremos después, una deficiente legislación y una mal posicionada profesión han cedido a los clientes y que éstos pueden utilizar con la intención de obtener oportunista-mente sus objetivos. Esta situación puede darse debido al fuerte estancamiento producido en el mercado de auditoría en los últimos tiempos y que ha provocado que las firmas de auditoría desarrollen políticas agresivas para capturar y retener clientes. Es decir, el riesgo de pérdida de los contratos si no se cumplen las expectativas de los clientes les está presionando para actuar de forma afín a los intereses de aquellos que tienen la potestad de contratarles. En este entorno, las empresas se encuentran con una mayor capacidad para imponer su punto de vista cuando un desacuerdo surge entre ella y su auditor, con el peligro de que los auditores más independientes puedan perder a sus clientes con más frecuencia que los más indulgentes (Paz-Ares, 1996; Larriba Díaz-Zorita y Serrano Moracho, 1999).

En un entorno como el descrito, el profesional de la auditoría puede verse indefenso ante las presiones de aquellos clientes que quieran obtener un trato más favorable que el que objetivamente merecen. Por tanto, se hace necesario mantener controles externos adecuados sobre el trabajo del auditor para asegurar que las presiones surgidas de los honorarios no comprometan la calidad de la auditoría⁴ (García Benau et al, 1999a), ya que un mayor control y transparencia en las actividades de cualquier profesión aumenta el grado de confianza que sus usuarios tienen en la correcta realización de su trabajo, reforzando el valor del servicio ofrecido. En nuestro caso, esta afirmación significaría una reducción de las diferencias de expectativas surgidas entre el auditor y el usuario de su servicio, pero la respuesta de la profesión no ha ido en esta línea. Así, como podemos ver en García Benau et al (1999a), la reacción inicial de la profesión ante los escándalos financieros fue mínima hasta que fue consciente de que las firmas podrían ser sancionadas por trabajos de auditoría inadecuados⁵. Fue entonces cuando la profesión asumió una posición más visible en los debates sobre el papel y las responsabilidades de los auditores respecto a los fracasos financieros y que ha sido la postura que han man-

⁴ En este sentido, Gonzalo Angulo y Guiral Contreras (1998), muestran que las firmas de auditoría, en respuesta a la competitividad del mercado, tienden a diseñar presupuestos cada vez más ajustados a los programas de auditoría.

⁵ Esta preocupación de la profesión por las sanciones se debe a que éstas no sólo suponen un coste económico y una pérdida de reputación para las firmas sancionadas, sino que también generan visibilidad sobre el comportamiento negligente de los profesionales sancionados, lo cual puede facilitar las posteriores demandas judiciales (Humphrey et al, 2003).

tenido hasta el momento. Por un lado, la profesión ha tratado de justificarse afirmando que su función está mal entendida por el público ⁶, siendo esta actitud la misma que se ha observado ante similar situación en países como Reino Unido, Estados Unidos y Australia (Humphrey et al, 1992). Por otro lado, ha propuesto soluciones para mejorar la falta de credibilidad que su función está generando en los usuarios de la auditoría como promover la autorregulación, reducir el poder sancionador del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC) y limitar la responsabilidad del auditor (García Benau et al, 1999a). Aunque dichas soluciones, dada la situación actual, no hacen sino aumentar el ya considerable gap de expectativas. De esta forma, su mayor interés a lo largo de estos últimos años ha sido intentar evitar el control externo que supone el ICAC y reducir en lo posible la responsabilidad civil en caso de negligencia demostrada.

En efecto, la profesión comenzó por exigir que el control de los estándares de calidad fuera ejercido por las Corporaciones en vez de por el ICAC ⁷, dejando a éste como mero elaborador de estándares contables, mientras que las Corporaciones desarrollarían dichos estándares y ejercitarían los poderes disciplinarios y sancionadores. Pero el cumplimiento que las Corporaciones han ido haciendo de las funciones que les han sido delegadas como controladores de la calidad de sus miembros ha dejado mucho que desear ⁸, lo cual ha provocado que la situación no haya ido mejorando sustancialmente, de forma que la profesión auditora sigue relacionándose con escandalosos fraudes financieros ⁹. Esta poca capacidad demostrada por las Corporaciones en disciplinar a sus miembros ha conducido a que la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero ¹⁰, recientemente publicada, haya ratificado al ICAC como único responsable del control de la actividad de la

⁶ López Combarros, presidente del ICAC, afirma que “los auditores hemos sido incapaces de comunicar nuestra función correctamente” (Expansión, 23 de mayo de 2002).

⁷ En el trabajo de Prado Lorenzo et al (1995), en el que a partir de una encuesta realizada por correo se intenta recabar la opinión de la profesión auditora acerca de determinados puntos de interés, el 70% de los auditores preguntados opinaron que el control de calidad debería ser competencia de las Corporaciones y no del ICAC.

⁸ Gómez Ciria, antiguo presidente del ICAC, en una participación en la Subcomisión del Congreso de los Diputados en 1999 señaló, acerca de la efectividad de los procedimientos de control ejercido por las Corporaciones, que éstas habían detectado entre 1997 y 1999 un único caso de fallo de un auditor en el cumplimiento de las normas y estándares de la auditoría. En este mismo período de tiempo, el 45% de las inspecciones realizadas por el ICAC habían resultado en procedimientos contra los auditores (Ruiz Barbadillo et al, 2000).

⁹ López Combarros, presidente del ICAC, asegura que “existen escándalos muy importantes que afectan a la credibilidad de los auditores. Aunque defiendo a la profesión en España, hay 15 ó 20 sanciones al trimestre y personas firmando sin revisar nada” (Expansión, 5 de diciembre de 2002).

¹⁰ Ley 44/2002 de 22 de noviembre.

auditoría y de la potestad sancionadora, quedando las Corporaciones con un papel subsidiario en esta competencia y debiendo informar anualmente al ICAC de los resultados de sus controles ¹¹. Esta medida puede entenderse como un claro reflejo de la escasa confianza que inspira la capacidad de la profesión para regularse por sí sola ¹².

El otro de los frentes abiertos actualmente para la profesión es el relacionado con la responsabilidad civil ante casos de negligencia profesional. Promover la responsabilidad dentro de cualquier profesión es un aspecto necesario porque aumenta los costes de las conductas negligentes y, de esta forma, las desalienta. En cambio, la profesión ha intentado evitar que el peso de la responsabilidad derivada de actos negligentes recaiga sobre ella en su totalidad ¹³, controlando el debate surgido al respecto. Así, la profesión intenta trasladar a la sociedad que el problema de la responsabilidad civil radica en que se debe elegir entre tener auditorías para satisfacer el interés general o tener mecanismos para que un grupo limitado de individuos (los que sufren pérdidas por el comportamiento negligente del auditor) recupere las mismas. Es decir, la profesión en vez de profundizar en aspectos como los comportamientos negligentes, la calidad de la auditoría o la justicia social prefiere mantener su imagen de víctimas debido a las pérdidas que pueden sufrir en su consideración de *deep pockets* ¹⁴. Esta actitud se mantiene a pesar de que en la gran mayoría de las ocasiones en que son demandados resulta probada su culpabilidad (Humphrey et al, 2003).

Con lo señalado, sólo hemos pretendido poner de manifiesto el escaso interés de la profesión auditora española en actuar en favor de una reducción de las dife-

¹¹ En el artículo 53 de esta ley se impone, además, una tasa que deberán pagar las firmas de auditoría por informe firmado para poder sufragar el cumplimiento de las nuevas normas de control de calidad impuestas. Dichas normas obligan a controlar al menos una vez cada seis años a las auditoras que realicen auditorías de empresas supervisadas (cotizadas, emisoras de deuda, fondos de inversión y pensiones, aseguradoras y empresas de servicios e inversión) y al menos una vez cada 10 años para el resto de firmas de auditoría.

¹² López Combarros señala “asumí el riesgo de delegarlo (el control de calidad) en las Corporaciones durante un año; hicimos conjuntamente un programa riguroso. Ninguna de las tres lo cumplió” (Expansión, 5 de diciembre de 2002).

¹³ Según los resultados obtenidos por Martínez García et al (2000) en un cuestionario realizado a auditores de Cantabria, éstos indican que los tres aspectos fundamentales a reformar serían, por este orden, limitar la responsabilidad, regular la auditoría como profesión y permitir al máximo la autorregulación de la profesión.

¹⁴ Si los inversores consideran que se han lesionado sus intereses podrán pedir responsabilidades a la empresa, pero también a la firma que auditó los estados contables implicados. Ante esa situación, una de las grandes firmas internacionales de auditoría aportará más solvencia o más seguridad al inversor de poder recuperar lo que le corresponde que otro tipo de auditor (véase, entre otros, Lennox, 1999a).

rencias de expectativas, a pesar de la cada vez más frecuente falta de credibilidad que la sociedad muestra en su función y el número tan considerable de sanciones que recibe del ICAC. Esta falta de credibilidad no sólo la muestran los usuarios del servicio de la auditoría, sino también las mismas empresas. Prado Lorenzo et al (1995) ponen de manifiesto que los propios auditores reconocen que la dirección de las empresas otorga poca importancia al desarrollo de la auditoría, pareciendo que la llevan a cabo más por la simple imposición legal, en el caso de auditorías obligatorias, o por un deseo de evitar problemas con aquellos a los que tienen que rendir cuentas, que porque realmente consideren que les es útil. Por tanto, no es extraño que en un contexto como el descrito las empresas que tengan incentivos en obtener un informe de auditoría favorable presionen al auditor en este sentido, ya que la calidad de su trabajo es algo que queda en segundo plano para las empresas españolas (García Benau et al, 1999b).

En resumen, podemos decir que la profesión auditora se encuentra a merced de comportamientos oportunistas de sus clientes, ya que, tal y como ha permitido que se definan sus relaciones con las empresas y debido al escaso interés que ha puesto en divulgar y perseguir a aquellos auditores que se han dejado convencer por sus clientes, carece de recursos para defender la credibilidad de sus profesionales desde dentro ¹⁵.

Pero si bien la actitud de la profesión no consigue obstaculizar las presiones del cliente sobre el auditor en un intento de obtener un tratamiento más favorable, tampoco la legislación española ha sido más afortunada en la labor de poner trabas a los comportamientos oportunistas de las empresas. Así, aunque como vamos a ver, existen diversas salvaguardas que pueden reforzar la independencia del auditor ante la amenaza de cese de contrato de su cliente, en España apenas si se ha implantado alguna de estas medidas ya que los escasos intentos han dado con la oposición de la profesión. A continuación, haremos un breve repaso de dichas medidas y de las características de la legislación española en relación con el cambio voluntario de auditor, lo cual es interesante desde el punto de vista de nuestro estudio para conocer las posibilidades de realización de cambios oportunistas de auditor.

¹⁵ De ahí que la nueva “Ley Financiera” haya tomado como suya la labor de elevar la confianza de los inversores en la auditoría, fundamentalmente porque así viene impuesto desde Bruselas en su deseo de seguir la estela de las reformas que ya se han impuesto en Estados Unidos como reacción a los conocidos escándalos de Enron y Worlcom. Por ello, esta Ley ha aumentado las exigencias para que un auditor se considere independiente (art. 51), ha impuesto el examen unificado de acceso al Registro Oficial de Auditores de Cuentas y la formación continua (arts. 48 y 49), ha endurecido las sanciones y ha definido infracciones muy graves, graves y leves (arts. 52 y 53) y, para aumentar la transparencia del contrato de auditoría, ha dispuesto que los honorarios de auditoría deberán ponerse en conocimiento del ICAC y mencionarse en la memoria de las cuentas individuales y consolidadas de las empresas (art. 51).

Los órganos emisores de normas han venido estableciendo una serie de salvaguardas con el objetivo, siguiendo a Paz-Ares (1996), de introducir costes artificiales que encarezcan los cambios de auditor ocasionados por el intento de quebrar la independencia de éste. Es decir, las salvaguardias relacionadas con el cambio de auditor pretenderían reforzar la independencia del auditor creando políticas o mecanismos que reduzcan la presión que pueda ejercer el gerente con la amenaza del cambio. Estas salvaguardas, en las que nos detendremos brevemente, son fundamentalmente de dos tipos. Unas están basadas en la información que, o bien la empresa o bien el auditor, deben proporcionar sobre las características y las razones del cambio, mientras que otras están relacionadas con el establecimiento de retenciones o rotaciones obligatorias del auditor.

Requisito de información impuesto al cliente. Esta salvaguarda consiste en imponer al cliente que realiza un cambio de auditor la obligación de dar información sobre las causas que han motivado dicho cambio, así como cualquier otra información que pueda estar relacionada con él y que sean de interés para los terceros (por ejemplo, desacuerdos entre el auditor y su cliente). Esta salvaguarda es requerida por la Securities and Exchange Commission (SEC) desde 1971, exigiendo a las empresas que confeccionen un documento denominado 8-K para dar información pública de una serie de eventos entre los que se incluye el cambio de auditor. Así, siempre que la empresa realice un cambio de auditor deberá informar de las causas que han originado dicha decisión dentro de los cinco días hábiles ¹⁶ a la rescisión del contrato del auditor antiguo.

Requisito de información impuesto al auditor. Se trataría de dar la posibilidad al auditor de ofrecer su versión sobre las razones que han provocado el cese de su contrato con la empresa. Según el sistema normativo en el que nos encontremos, la información tendrá unos destinatarios u otros. Hemos identificado cuatro tipos de destinatarios: los accionistas, el órgano que controla o regula el mercado, los comités de auditoría y el nuevo auditor de la empresa. El problema de esta herramienta de comunicación es que en muchas ocasiones el auditor no hace uso de la misma, bien sea porque no quiere ganarse la reputación de problemático ante clientes potenciales o porque se pueden revelar errores en previas auditorías que pudieran aumentar su riesgo de litigio.

Con respecto a la comunicación con los accionistas de la empresa, el motivo del establecimiento de esta salvaguarda es prevenir que el cliente use el cambio para ocultar información desfavorable. Este requisito es recogido por la SEC, la cual establece que el auditor tiene derecho a ser oído por los accionistas. Igualmente, en Dinamarca, Irlanda, Holanda y Suecia, los auditores deben comunicar las razones que han motivado el cambio de auditor. En todos los países de la Unión Euro-

¹⁶ Mediante la Financial Reporting Release (FRR) No. 34 la SEC redujo el plazo inicial de tiempo –quince días- a cinco días hábiles.

pea, a excepción de España, el auditor tiene derecho a defender sus posiciones ante la decisión de la empresa de cesar su contrato. En el Reino Unido, el auditor despedido puede enviar un escrito o hablar directamente en la Junta General de Accionistas en contra de la resolución por la que su cliente le ha sustituido. Además, la notificación de cese del contrato no tiene validez si no contiene, o bien un documento en el que se establezca que no hay circunstancias relacionadas con la destitución del auditor que deberían ser conocidas por los accionistas o los acreedores de la empresa, o bien, si realmente existiesen dichas circunstancias, un documento en el que se incluyan.

El deber de informar al órgano regulador del mercado lo recoge la SEC de una forma bastante amplia. Por un lado, según esta normativa, el auditor debe escribir una carta al cliente notificándole que está de acuerdo con la información que ha divulgado a través del documento 8-K o, si no está de acuerdo, escribir el porqué. Esta carta debe acompañar a dicho documento o ser subsiguiente a él y el auditor tiene diez días hábiles ¹⁷ desde la formulación del 8-K para su remisión al cliente. El cliente que la recibe tendrá que enviarla a la SEC en un plazo de dos días tras la recepción de la misma. Por otro lado, el American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) requiere al auditor que notifique al cliente y a la SEC que su contrato de auditoría ha cesado. El plazo de tiempo de que dispone el auditor es de cinco días después del término de la relación.

En el caso español, la única referencia a la información que debe ser divulgada sobre un cambio de auditor podemos encontrarla en el artículo 34.2 del Reglamento de la Ley de Auditoría de Cuentas cuando dice que los profesionales independientes y las sociedades de auditoría deberán informar, en el mes siguiente al cierre del ejercicio social, de la relación de empresas o entidades auditadas en dicho ejercicio. De esta forma, se pondrían de manifiesto los cambios habidos en la cartera de clientes de cada firma de auditoría.

Por otro lado, también se le puede exigir al auditor el deber de comunicarse con el comité de auditoría de la empresa. Esta salvaguarda es contemplada en la normativa norteamericana, concretamente, en el SAS No. 61 sobre Comunicación con los Comités de Auditoría, en el que se requiere que el auditor discuta con el comité de auditoría sobre cualquier desacuerdo con la gerencia sobre materias significativas, sean o no satisfactoriamente resueltas ¹⁸.

¹⁷ Originalmente eran treinta días pero el FRR No. 34 redujo igualmente este plazo como hizo con el del documento 8-K.

¹⁸ En España el interés por la creación de comités de auditoría vino impulsado tras la publicación del Código de Buen Gobierno, más conocido como Informe Olivencia (1998), y sus recomendaciones sobre el gobierno de las sociedades (véase, Biedma López et al, 2001).

Por último, también nos podemos encontrar con el establecimiento del deber de comunicación entre los dos auditores, el saliente y el posible entrante. El primero de ellos debe informar al nuevo auditor de la existencia de circunstancias preocupantes que podrían afectar al cambio de auditor. El Institute of Chartered Accountants in England & Wales ICAEW (2001) indica que sólo si el nuevo auditor tiene información suficiente sobre los antecedentes y razones del cliente para el cambio del anterior auditor, podrá tomar una decisión sobre si le conviene aceptar o no el contrato ofrecido por dicho cliente, siendo para ello necesaria la comunicación con el auditor saliente. Así, el nuevo auditor tiene un derecho profesional a comunicarse con el auditor antiguo antes de decidirse a aceptar o no el contrato y debe ponerlo en conocimiento del cliente. El antiguo auditor que es requerido para esta labor debe responder rápidamente a su potencial sucesor e informarle de cualquier asunto del cliente que deba ser conocido, o en su defecto, comunicarle que no existe nada relevante que contar. En cualquier caso, el nuevo auditor que no reciba contestación del saliente está en su derecho de asumir que no existe ninguna información adversa que le pueda interesar. Las normativas de todos los países de la Unión Europea, excepto Austria, Finlandia, Grecia e Italia, requieren la comunicación entre los dos auditores. Por su parte, el AICPA recoge los derechos del nuevo auditor a acceder a los papeles de trabajo del saliente (SAS 84, 1997). El problema es que a veces no se especifica el contenido de la información que debe intercambiarse, lo cual hace que este mecanismo sea poco usado por los auditores.

En España, según la Norma Técnica de Auditoría sobre Relación entre Auditores (párrafo 10) “el auditor sucesor se comunicará con el auditor anterior para conocer las circunstancias del cambio y averiguar si existen razones éticas o técnicas que le aconsejen la no aceptación del encargo”. La iniciativa de la comunicación corresponde al auditor sucesor, el cual, independientemente de que al final acepte o no el encargo, deberá recabar del anterior aquella información necesaria para decidir si acepta o no el contrato (párrafo 12). En este sentido deberá tener en cuenta la posibilidad de que el auditor anterior y el cliente puedan haber estado en desacuerdo sobre la aplicación de principios contables, procedimientos de auditoría u otros asuntos. Si el cliente no le permite entrevistarse con el auditor anterior o le limita las respuestas del mismo, deberá tener en cuenta dicho proceder en su decisión de aceptar el encargo. Por último, se recomienda que el auditor sucesor pida al anterior que se manifieste sobre la integridad de la gerencia así como que exprese su opinión sobre las razones que han llevado a la empresa a realizar dicho cambio de auditor. De toda esta información, como hemos indicado, sería conveniente que dispusiera el auditor sucesor antes de tomar la decisión de aceptar o no el nuevo contrato.

Mecanismos de retención/rotación obligatoria. Otra forma de reducir el control del gerente sobre el cambio de auditor es establecer mecanismos de rotación/retención obligatoria. La utilidad de la rotación obligatoria se basa fundamentalmente en que al reducir el período del contrato de auditoría se reducen las rentas que el auditor puede esperar obtener de ese cliente, por lo que su dependencia económica será menor. En el caso de la retención obligatoria durante una serie de ejercicios, el efecto sobre el poder del gerente es más claro, ya que no podrá hacer uso de la amenaza del cambio puesto que éste vendrá impuesto por la normativa.

A excepción de Italia que tiene establecido por la autoridad reguladora del mercado de valores un período de rotación de las firmas cada nueve años, el resto de países de la Unión Europea, Estados Unidos y Australia carecen de una salvaguarda de este tipo, a pesar de que algunos pronunciamientos como la Quinta Directiva de la Unión Europea (1989), el Comité Cadbury en Reino Unido (1992), la Australian Society of Certified Public Accountants (1993) y la Federación Europea de Expertos Contables (FEE) en 1995 han aconsejado o bien la rotación obligatoria de la firma de auditoría o bien la rotación de los socios auditores dentro de la misma firma. La desventaja de esta medida, y que es la causa de su escasa aceptación, es el hecho de que, según algunos estudios (véase Arruñada y Paz-Ares, 1997), puede deteriorar la calidad del trabajo desarrollado por el auditor. Esto se debe a que el profesional requerirá de un período de tiempo mínimo para conocer y adaptarse a los sistemas contables del cliente, lo cual es necesario para facilitar el análisis y la detección de las posibles incorrecciones que las cuentas anuales contengan. Este efecto negativo que parece que puede tener sobre la confianza entre el auditor y el cliente y sobre la calidad del trabajo del auditor es el que ha provocado el rechazo casi general a su implantación (Véase, por ejemplo, AICPA, 1992).

La normativa legal que en España regula los cambios de auditor, es decir, la contratación y cese del mismo, está fundamentalmente reflejada en la Ley 19/1988, de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas y en su Reglamento, así como en el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas¹⁹ (TRLSA) y en la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada²⁰. No obstante, algunas matizaciones o procedimientos pueden aparecer en otros textos normativos, como en las Normas Técnicas de Auditoría o en el Reglamento del Registro Mercantil.

Con respecto al nombramiento del auditor, hay que considerar que para la realización de auditorías obligatorias de cuentas anuales es la propia empresa o entidad

¹⁹ Real Decreto Legislativo 1.564/1989, de 22 de diciembre.

²⁰ Ley 2/1995, de 23 de marzo.

que va a ser auditada la que designa qué firma va a desempeñar esa labor. La duración del contrato viene regulada en el art. 8.4²¹ de la Ley de Auditoría, según el cual, los contratos se realizarán por un período de tiempo inicial comprendido entre los tres y los nueve años a contar desde la fecha en que se inicie el primer ejercicio a auditar, una vez agotado este período inicial, la empresa podrá volver a contratar a los mismos auditores por períodos anuales sin que medie interrupción alguna. El nombramiento deberá realizarlo la empresa antes de que finalice el ejercicio a auditar (art. 204 TRLSA). Para la inscripción de dicho nombramiento bastará con hacer constar la identidad del auditor, la fecha y el plazo para el que haya sido contratado. Además, deberá constar la aceptación del nombramiento por parte del auditor y la certificación de los acuerdos sociales emitida por la entidad (art. 153 del Reglamento del Registro Mercantil).

En cuanto al cese, aparte del provocado por finalizar el período de tiempo por el que fue contratado, se pueden plantear otras dos formas: el desistimiento voluntario y la revocación. El primero trata de la interrupción del contrato por el auditor, acción que da lugar, a menos que el auditor pueda justificar su proceder²², a sanción por parte del ICAC (art. 16 de la Ley de Auditoría de Cuentas). Por revocación se entiende aquel cese del auditor que es iniciado por la empresa, contemplándose en la Ley dos motivos por los que la empresa puede revocar el contrato del auditor. El primero sería el incumplimiento de las obligaciones por parte de la firma auditora, lo cual le otorga a la empresa el derecho de poder nombrar otro auditor. El segundo sería la propia voluntad de la empresa, estableciéndose, a este respecto, (art. 204.3 TRLSA) que “la Junta General no podrá revocar a los auditores antes de que finalice el período para el que fueron nombrados, a no ser que medie causa justa”. Es importante destacar que la Ley no define qué tipo de motivos se puede interpretar como causa justa, ni aclara la forma en la que debe llevarse a cabo la acreditación de dicha circunstancia. De esta forma, se puede entender que tanto el mutuo acuerdo como cualquier incompatibilidad, incumplimiento u omisión por parte del auditor pueden ser considerados como causa justa.

Como puede verse, no existe ningún tipo de limitación legal al período máximo que un auditor puede estar contratado por la misma empresa, ya que, una vez finalizado el período de contratación inicial, bastará con ir renovando el contrato

²¹ Este artículo fue modificado por la Disposición Adicional Sexta de la Ley 2/95, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. Hasta la publicación de dicha ley, el contrato no podía ir más allá de nueve años seguidos, teniendo que transcurrir un plazo mínimo de tres años hasta poder celebrar un nuevo contrato con ese auditor.

²² Así, no existirá infracción si el auditor no ha cumplido la obligación de realizar la auditoría contratada porque la empresa no le ha pagado sus honorarios (Respuesta a una consulta BOICAC N° 12, 1993).

anualmente. Pero, además, tampoco existen trabas legales para que una empresa pueda rescindir el contrato con el auditor antes de finalizar el período inicial por el que el auditor fue contratado. Queda patente, por tanto, que la empresa, y en su nombre el gerente²³, posee la facultad legalmente establecida de elegir el auditor que va a contratar y el momento en el que va a prescindir de sus servicios.

Esta situación ha estado a punto de cambiar, ya que durante el debate de la nueva Ley, el Grupo Popular incluyó una enmienda al anteproyecto de ley en la que recogió la obligatoriedad de rotar cada doce años. Los auditores serían contratados por un período inicial de tres años, pudiendo ser renovados por períodos de tres años, con un máximo de doce. Una vez expirado este plazo, sería obligatorio el cambio de auditor, debiendo transcurrir tres años para volver a contratar a esa firma (Expansión, 9 de mayo de 2002). Esta enmienda dio lugar a fuertes críticas por parte de la profesión auditora. Las pequeñas y medianas firmas porque mantienen una fuerte dependencia de sus clientes tradicionales y las de mayor tamaño porque igualmente poseen una clientela altamente fiel. Pero posteriormente se cedió a las presiones y se renunció a dicha proposición, reduciendo la obligación a un cambio del equipo de auditores. El nuevo marco legal obligará a que el socio y el equipo responsables de la auditoría de las empresas cotizadas o de gran tamaño cambien cada siete años (art. 50), estando más en línea con las recomendaciones de Bruselas, que desaconseja la rotación de la firma de auditoría por no haber demostrado su eficacia como salvaguarda de la independencia en países que, como Italia, la tienen implantada. También está en línea con la tendencia americana, ya que la Securities Exchange Commission (SEC) ha descartado la rotación de firmas como vía para reforzar la independencia del auditor, dejándolo en un cambio del socio encargado cada cinco años.

Una vez descritas las peculiaridades del entorno de auditoría español, en cuanto a que las características de su profesión auditora y de su legislación las hacen poco eficaces como obstaculizadoras de los cambios intencionados de auditor, se justifica el interés en el estudio que pretendemos llevar a cabo, ya que es razonable pensar que determinadas empresas se puedan estar aprovechando de la situación de crisis actual para conseguir opiniones de auditoría limpias. Lo cual no haría sino confirmar que el comportamiento de las empresas españolas no es diferente al de

²³ Los administradores o directivos son los que controlan la decisión de auditor y la selección, renovación y destitución de los auditores. Esto no contradice la exigencia legal (art. 204, TRLSA) de que tiene que ser la Junta General de Accionistas la que designe a los auditores, ya que si el accionariado está muy disperso, normalmente elegirá la propuesta ofrecida por los administradores, mientras que si está muy concentrado, lo normal es que los administradores formen parte del grupo de control (Paz-Ares, 1996).

otros países, sólo que aquí aún no se ha prestado la atención suficiente a un fenómeno que viene siendo descrito y analizado desde tiempo atrás en otros entornos de auditoría²⁴.

I.2. ESTRUCTURA Y CONTENIDO DEL TRABAJO

Como hemos argumentado, el estudio de la relación entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor en España es especialmente interesante debido a las características del mercado de auditoría y, especialmente, a la legislación existente sobre la materia. La normativa española no impone restricciones a las empresas para realizar cambios de auditor, e incluso, no proporciona herramientas al auditor para defenderse cuando las compañías deciden rescindir su contrato, es decir, no hay políticas que reduzcan la influencia de los gerentes sobre los cambios de auditor. Además, siguiendo a Gonzalo Angulo (1995), Paz-Ares (1996) y Cañibano Calvo y Castrillo Lara (1999), podemos decir que la legislación española actual no es especialmente rigurosa en la definición de salvaguardas de la independencia de la profesión auditora. En este contexto, la utilización del cambio de auditor como herramienta que permita al cliente mejorar la opinión de auditoría futura podría llevar, de darse, a una situación en la que la calidad de la información financiera emitida por las empresas vendría respaldada por un informe de auditoría sin credibilidad ninguna, por lo que los usuarios de la información contable carecerían de información fiable sobre la que sustentar sus decisiones. Esto no haría más que perjudicar y entorpecer el funcionamiento del mercado financiero porque obligará a los inversores a buscar otros medios de obtener información para poder apoyar sus acciones, encareciendo así los intercambios que necesariamente deben producirse. El efecto directo de esta situación sobre el mercado de auditoría sería el aumento de las expectativas defraudadas que de por sí ya caracterizan a los usuarios de la información auditada.

La relación que va a ser objeto de nuestro estudio, cual es, la que se establece entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor, y que nos permitirá determinar si existen cambios estratégicos de auditor, constituye un proceso que es en su mayor parte inobservable por terceros. La opacidad de estas actuaciones, permitida por la legislación actual, hace que los únicos aspectos que puedan ser visibles para los terceros sean la firma auditora y el informe de auditoría recibido por cada

²⁴ No obstante, en el ámbito nacional encontramos trabajos que analizan con detalle la existencia de cambios intencionados de auditor como son los de Sánchez Segura (1999; 2003), Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000), y Ruiz Barbadillo y Gómez Aguilar (2001).

empresa y, por comparación interanual, la existencia o no de cambio de auditor. Tampoco se dispone de información sobre quién inicia el cambio de auditor, es decir, no se puede distinguir entre cambios de auditor realizados por el cliente y cambios provocados por la iniciativa del auditor. No obstante, estos últimos son, con toda seguridad, bastante escasos en nuestro país, ya que la competencia del mercado hace que los auditores eviten en lo posible la pérdida de clientes.

Si nos centramos en los cambios iniciados por la empresa auditada, no podemos suponer que este comportamiento sea una reacción aislada y espontánea ante la recepción de un informe de auditoría que pone en duda la calidad de la gestión que están realizando sus gerentes, ya que detrás se vislumbra todo un proceso de decisión basado en la necesidad que tienen las empresas de evitar que información perjudicial para su imagen llegue al mercado. Los límites impuestos por los órganos reguladores, la reacción de los inversores, la actitud de la profesión auditora y la posición del cliente con respecto a los factores anteriores ponen de manifiesto un complejo sistema de intereses que son los que determinan la existencia, viabilidad y éxito de comportamientos como el que estudiamos.

Para abordar nuestro objetivo debemos estructurar el trabajo en función de la cadena de acontecimientos que se van a suceder en respuesta a la obtención de una opinión de auditoría no deseada por el cliente. Hay que tener en cuenta que la decisión sobre el tipo de informe a emitir se configura como la decisión final del proceso de la auditoría y es la acumulación de una serie de decisiones previas tomadas durante todo el trabajo realizado por el profesional de la auditoría. Esta decisión a tomar por el auditor se caracteriza por estar sujeta a una considerable cantidad de juicio profesional y a la negociación con el cliente y se materializa en un documento que expresa la correspondencia entre la realidad empresarial y la información que de ella ofrecen sus gerentes. Un informe de auditoría cualificado estaría actuando sobre la fiabilidad de la información contable divulgada, y por ello, estaría poniendo en duda la base sobre la que los terceros interesados en la empresa apoyan sus decisiones. Si dicho informe perjudica los intereses del cliente, éste estará interesado en desarrollar a continuación determinados comportamientos encaminados a la obtención de una opinión limpia en el ejercicio siguiente. Así, el cliente podrá trabajar en mejorar la calidad de su sistema de información contable, o bien, podrá utilizar mecanismos que le permitan alcanzar su objetivo actuando sobre el suministrador del servicio de la auditoría y entonces diremos que el cliente está actuando estratégicamente. Por tanto, en adelante, un cliente estratégico será aquél capaz de utilizar de manera oportunista determinadas herramientas para evitar que una opinión no limpia se repita en el futuro.

No obstante, un cliente de este tipo tiene dos oportunidades para actuar. En primer lugar, una vez se ha terminado el trabajo de auditoría, el auditor y el cliente

tienen la ocasión de analizar los resultados del mismo, de corregir los errores detectados y de negociar, en función de las modificaciones aceptadas por el cliente, el tipo de opinión que cada uno desea que contenga el informe de auditoría. Es durante este proceso de negociación que el cliente estratégico puede presionar al auditor para que le otorgue un tratamiento más favorable del que merece, pudiendo utilizar como factor disuasorio la posibilidad de romper el contrato que les une. El éxito o no de esta primera fase de la estrategia se verá plasmado en el informe de auditoría que el auditor emita tras la negociación. Si la opinión contenida es limpia podemos suponer que el cliente ha conseguido su objetivo y que el auditor se ha dejado influir por sus presiones. En cambio, si la recibida es la tan temida opinión cualificada, entonces el cliente sabrá que ese auditor no se va a dejar influir por sus argumentos y que la opinión será nuevamente cualificada en el futuro si la empresa no hace algo para evitarlo.

En este momento, se le presenta al cliente la segunda oportunidad para actuar sobre la futura opinión de auditoría, ya que, una vez conocido que el informe de auditoría recibido es cualificado, podrá decidir si mantener o cambiar a su auditor para evitar que esta opinión se vuelva a recibir. Podemos decir que con esta decisión (cambio/no cambio) comienza la segunda parte de la estrategia en la que el cliente deberá además decidir qué tipo de auditor deberá contratar a continuación para que le ofrezca más garantías de éxito en su objetivo.

Este segundo proceso de toma de decisiones del cliente estratégico se caracteriza porque comienza y acaba con la emisión de dos informes de auditoría consecutivos, siendo el primero de ellos cualificado y no pudiéndose conocer el éxito o fracaso de la estrategia hasta que el cliente reciba la siguiente opinión del nuevo auditor contratado. Este proceso, como ocurre con el anteriormente descrito, tiene como peculiaridad su inobservabilidad. Para un sujeto externo a la empresa es prácticamente imposible conocer la actitud del cliente ante la recepción de un informe de auditoría no limpio y el tipo de herramientas de que puede disponer para evitar su repetición. Por tanto, el estudio del comportamiento de estas empresas debe ser abordado a partir de la información que se obtiene de los estados financieros publicados por la empresa, y que se refiere a la firma de auditoría encargada y al tipo de opinión recibida.

Esta información nos permite diseñar un proceso de tres fases donde cada una de ellas se relaciona con una etapa del comportamiento estratégico del cliente que se va configurando una vez obtenida una opinión cualificada.

Dentro de la primera fase, y como punto de partida, el cliente deberá decidir si cambiar o retener al auditor una vez éste le ha otorgado una opinión cualificada. Si la empresa no quiere o no puede mejorar su sistema de información contable en

aras de evitar que una opinión adversa se repita en el ejercicio siguiente, la única posibilidad es cambiar al emisor del informe de auditoría con la intención de que otro profesional se encargue del servicio en el ejercicio siguiente. Por tanto, si observamos que una empresa cambia de auditor tras obtener un informe de auditoría no limpio podemos suponer que dicho comportamiento se corresponde con el interés de la empresa de actuar sobre el futuro informe de auditoría para evitar su reiteración.

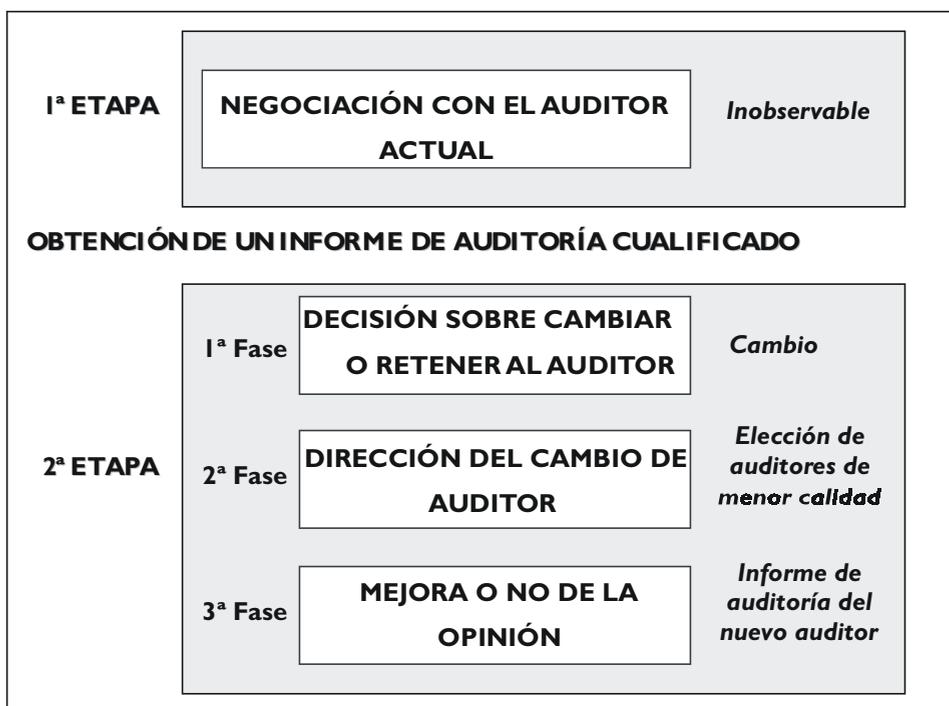
La siguiente fase del proceso se corresponde con la elección del nuevo auditor que lleven a cabo las empresas que obtuvieron opiniones no limpias y que, en la fase anterior, eligieron cambiar de firma. Si se ha supuesto que la intención de estas empresas es evitar la repetición de una opinión adversa, es de esperar que el proceso de selección de la nueva firma sea complejo, ya que igualmente estará subordinado a dicha intencionalidad. Esto quiere decir que se espera que las empresas elijan auditores que ofrezcan una mayor garantía que el anterior de emitir opiniones favorables, puesto que si no se persigue dicha garantía el cambio de auditor detectado habrá sido motivado por otro factor distinto de la opinión de auditoría recibida y no será de interés para nuestro estudio.

La garantía de obtener una mejora de la opinión se basará en la capacidad de la empresa de elegir un auditor que ofrezca un nivel menor de calidad en su trabajo que el auditor saliente. La calidad de la auditoría es una herramienta que nos puede aportar información sobre el proceso objeto de nuestro estudio dado que cumple una serie de condiciones que hacen apropiada su inclusión en nuestro análisis. En primer lugar, es susceptible de valoración y medición, por lo que puede ser sometida a análisis empírico. En segundo lugar, es observable por el cliente, por lo que podrá emplearla en su toma de decisiones. Además, otra razón por la que nos interesa su estudio es por su efecto sobre la opinión que el auditor emitirá sobre las cuentas anuales de la empresa. Si las empresas pueden percibir que los auditores, dentro de unos límites, son capaces de ofrecer trabajos de mayor o menor calidad, pueden decidirse a contratar auditores de menor calidad porque esto les puede dar la oportunidad de obtener un tratamiento más favorable del que merecen. La diferencia en la calidad de la auditoría desarrollada en la empresa que se produce a causa del cambio de auditor se conoce como dirección del cambio y es una de las principales aportaciones de nuestro trabajo, ya que la literatura existente apenas ha profundizado en este aspecto al estudiar los cambios de auditor. Así, la estrategia completa del cliente que quiere evitar que se repitan opiniones no deseadas no consiste sólo en cambiar de auditor, sino en realizar una elección del nuevo auditor consistente con su objetivo. Por tanto, las características del nuevo auditor en términos de la calidad del trabajo que oferte en relación con el antiguo auditor darán contenido a la segunda fase del proceso.

Finalmente, la tercera fase supondría la conclusión de la estrategia del cliente y se identifica con el tipo de opinión que recibe la empresa del nuevo auditor. Si el informe de auditoría es favorable, la estrategia habrá culminado con éxito y el cliente habrá conseguido, mediante un cambio de firma auditora, mejorar la opinión recibida. En el caso contrario, si la empresa obtiene una opinión no limpia podremos concluir que el cambio intencionado de auditor no ha obtenido los resultados propuestos y, por tanto, que la estrategia del cliente ha sido infructuosa. De esta forma, en la última fase nos centraremos en la posibilidad de la mejora de opinión de las empresas que tras obtener un informe cualificado realizan cambios intencionados hacia auditores de menor calidad.

En el siguiente esquema mostramos de forma resumida las etapas de esta estrategia del cliente que tiene como objetivo evitar opiniones que pongan en duda la fiabilidad de su información contable.

FIGURA 1. Esquema del proceso de cambio intencionado de auditor



La primera de las etapas que mostramos se corresponde con el proceso de negociación entre el auditor y el cliente, y representa la serie de contactos que llevan a cabo ambas partes previos a la emisión del informe de auditoría. En esta etapa, el cliente se empieza a formar su estrategia en función de la calidad que perciba en su auditor y de las posibilidades de que éste, por tanto, le otorgue una opinión limpia. Al resultar un proceso inobservable por terceros, no puede ser sometida a estudio empírico. En el capítulo siguiente trataremos de profundizar en este proceso exponiendo las reglas, objetivos e intereses que hipotéticamente poseerán cada una de las dos partes de la negociación. Para ello, asumiremos que el auditor, como sujeto racional, tomará la decisión de información que menos costes le suponga asumir.

En la segunda etapa, que se corresponde con el tercer capítulo de este trabajo, analizaremos el cambio estratégico de auditor propiamente dicho, el cual, como podemos observar, comienza una vez que la empresa conoce que ha sido objeto de un informe no limpio, con la decisión de mantener o cambiar de auditor. Si el cambio tiene lugar, el nuevo profesional elegido deberá poseer, en línea con las intenciones del cliente, un nivel de calidad inferior que el atribuido al auditor saliente, dado que esto será la garantía de que la siguiente opinión tenga más probabilidad de ser limpia. Por último, el cliente se enfrentará a los resultados de su estrategia cuando conozca el informe de auditoría que este nuevo auditor emita. Si la estrategia ha funcionado, esperamos un informe de auditoría favorable que le compense al cliente del coste de buscar y contratar un nuevo auditor.

Estas tres fases, perfectamente identificadas por los elementos que son observables por terceros, nos permiten llevar a cabo un análisis empírico sobre la existencia y el éxito de comportamientos oportunistas como el descrito. Así, en el capítulo cuarto abordaremos el estudio de la relación entre la calidad del auditor y el tipo de opinión que emite, paso necesario para fundamentar el resto del trabajo, ya que sobre esta relación se basa el resto del estudio empírico. En el capítulo quinto analizaremos la primera y la segunda de las fases antes mostradas, por lo que el objetivo es concluir sobre la existencia de comportamientos intencionados del cliente. La fase tercera será estudiada en el capítulo sexto, el cual nos permitirá determinar si este tipo de comportamientos deviene en éxito, es decir, si el cliente consigue mejorar la opinión de auditoría. Por último, en el capítulo séptimo se recogerán las conclusiones más importantes del trabajo, así como las futuras líneas de investigación que sugiere y las limitaciones que nos hemos encontrado en su elaboración.

CAPÍTULO SEGUNDO

EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA

2.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este segundo capítulo es analizar de qué forma el proceso de negociación que se establece entre el auditor y su cliente se puede ver afectado cuando este último tiene como objetivo la obtención de una opinión favorable de auditoría. Este proceso es inobservable por terceros, no obstante, si suponemos que el cliente y el auditor actúan de forma racional minimizando sus riesgos, podemos aventurarnos a describir cuáles son los intereses de las partes y cómo éstas van a intentar que el resultado de la negociación esté en línea con dichos intereses. El estudio de este proceso es de utilidad si queremos conocer el potencial de la opinión de auditoría como inductora del cambio. Es decir, estaríamos situándonos en el momento anterior a la toma de decisiones del cliente sobre cambiar o mantener a su auditor, de esta forma, podemos fundamentar más adecuadamente dicha decisión y los acontecimientos que pueden tener influencia en ella.

Ante una situación económico-financiera dada, el cliente no conoce la valoración que el auditor hará de esa situación hasta que éste emita su informe de auditoría, entonces sabrá si el auditor considera que las cuentas anuales merecen una opinión favorable, en línea con sus deseos, o una opinión no limpia, lo que le dará pie al cliente para tomar una decisión con respecto a futuros ejercicios. Pero antes de que el auditor emita su dictamen debe reunirse con el cliente para exponerle los resultados de su trabajo y plantearle, si existen, los ajustes que debe realizar sobre sus estados contables para evitar que determinadas incorrecciones deban ser recogidas por el informe a emitir. Paralelamente, el cliente tendrá la oportunidad de expresar su opinión sobre la valoración realizada por el auditor y de justificar aquellos errores que se hayan puesto de manifiesto durante el proceso de la auditoría.

Todo ello, siempre que el auditor muestre un resultado de su trabajo que pueda afectar a los intereses del cliente, ya que puede ocurrir que la información contable sea razonablemente fiable o que el auditor no consiga detectar los errores o incorrecciones que contenga. Es decir, la actitud del cliente será siempre negociar para conseguir que el informe de auditoría a recibir sea lo más favorable posible, aceptando los ajustes indicados siempre que sea conveniente y aportando información adicional que permitan reducir incertidumbres sobre determinados aspectos que puedan incidir en la empresa.

Si bien ésta es la actitud que se espera del cliente ante el proceso de negociación que se abre previo a la emisión del informe de auditoría, es de esperar que su comportamiento sea distinto cuando tenga como objetivo la obtención de un informe de auditoría limpio. En efecto, dados los costes que, como veremos más adelante, van asociados a la obtención de informes de auditoría no limpios, es de esperar que el cliente desee que la opinión del auditor sobre los estados contables divulgados sea favorable. De esta forma, consigue evitar dichos costes, mantener su reputación de emisor de información contable fiable y satisfacer las expectativas de los terceros interesados en la calidad de la gestión de la empresa.

Si el cliente precisa el aval de una opinión de auditoría limpia como forma de demostrar la calidad de la gestión que está realizando, deberá desplegar todo su poder negociador para presionar al auditor y obtener de él un tratamiento favorable aun cuando no lo merezca. Actuando de esta forma podemos decir que el cliente se está comportando estratégicamente, ya que su postura ante la negociación y su actuación tras ella van a formar parte de una estrategia diseñada para conseguir sus objetivos, en el caso que nos ocupa, un informe limpio. Ante un cliente estratégico, el auditor debe plantearse la decisión sobre la opinión a emitir de forma diferente que ante otro tipo de cliente. El auditor sabe que una opinión no deseada por un cliente estratégico puede dar lugar a la ruptura del contrato que les une, por lo que deberá tener en cuenta esta posibilidad cuando decida qué tipo de informe otorgarle.

Por tanto, el interés de este capítulo reside en analizar pormenorizadamente el proceso de negociación que se establece entre un cliente estratégico y un auditor que conoce esta característica de su cliente. Como ambas partes son considerados sujetos racionales, el resultado de la negociación no dependerá exclusivamente del contenido de las cuentas anuales, sino también de los intereses que auditor y cliente tengan puestos en el futuro. Puesto que tanto la evidencia obtenida por el auditor en su trabajo, como los términos en los que se desarrolle la negociación son inobservables, no se puede determinar hasta qué punto la opinión del auditor que se emite a continuación está más o menos influenciada por la estrategia del cliente.

Si un cliente estratégico obtiene una opinión no limpia, y espera que su situación económico-financiera no varíe sustancialmente en el ejercicio económico siguiente, sabe que su auditor actual volverá a emitir una opinión similar. Es decir, el cliente ya conoce la valoración que el auditor concede a sus estados contables y, por ello, si quiere evitar que una opinión no limpia se repita deberá actuar, bien sobre la calidad de su información contable, bien sobre el emisor del informe. La estrategia que decida seguir una vez conocido el informe de auditoría comenzará con la decisión de mantener o cambiar de auditor, lo cual será objeto de estudio en el siguiente capítulo.

El proceso de negociación entre el auditor y su cliente será dividido en tres partes para un análisis más detallado de sus características, y que darán lugar a tres diferentes apartados. En primer lugar, nos centraremos en su objetivo, cual es el informe de auditoría a emitir. En segundo lugar, será preciso destacar el papel que la calidad del auditor puede tener en la actitud del cliente en la negociación, ya que en función de la calidad que el cliente perciba en su auditor, podrá esperar un mayor o menor éxito en este proceso. La tercera parte de este capítulo estará dedicada al estudio de los resultados de la negociación, es decir, a la decisión que el cliente tome una vez conocido el informe de auditoría sobre la retención o cambio de su auditor. Por último, cerraremos el capítulo mostrando las conclusiones que deben ser tenidas en cuenta como paso previo al desarrollo del siguiente capítulo, en que analizaremos pormenorizadamente el cambio de auditor como estrategia del cliente dirigida a evitar la reiteración de opiniones adversas.

2.2. EL CAMBIO DE AUDITOR. ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE PUEDEN ORIGINAR CAMBIOS DE AUDITOR

En el entorno académico internacional podemos encontrar un volumen importante de estudios centrados en el cambio de auditor. Este interés se entiende dadas las peculiaridades de la relación que se establece entre la empresa, el auditor y los terceros vinculados de algún modo a la primera. En efecto, un cambio de auditor es una fuente nada despreciable de información para aquellos que tienen que basar sus decisiones en los estados financieros de la empresa. Nos referimos, por ejemplo, a la alteración de expectativas que puede suponer un cambio hacia auditores de mayor dimensión o con un mayor ámbito geográfico de influencias.

Pero, en la mayoría de los casos, observar las características del nuevo auditor con respecto a las del auditor saliente no basta para poder conocer la verdadera intencionalidad del cambio. La necesidad de profundizar en las razones por las que las empresas cambian de auditor justifica la numerosa bibliografía que ha surgido al

respecto, dado que junto con motivos deseables y, hasta cierto punto, previsibles (necesidad de auditores de mayor tamaño, más conocidos, más baratos, etc.) aparecen o pueden aparecer otros motivos que pueden perjudicar a determinados intereses (desacuerdos con la actitud del auditor, con la opinión recibida, etc.).

La cuestión es si se justifican los cambios de auditor. En principio, y siguiendo a Beattie y Fearnley (1998), la elección de auditor que haga una empresa dependerá de tres factores: las características del cliente, las del auditor y el entorno en el que se desarrolle la auditoría. Deben darse cambios muy importantes en alguno de estos factores para que la empresa se decida a cambiar de auditor, dado que el coste del cambio, como veremos en epígrafes siguientes, no es nulo. En este sentido, la doctrina viene realizando importantes esfuerzos para construir un marco teórico general que sirva para interpretar los incentivos que poseen las empresas para realizar cambios de auditor.

Existen dos perspectivas a partir de las cuales pueden estudiarse estos incentivos. Una de ellas está relacionada con el funcionamiento del mercado de auditoría, es decir, con cambios en las características económico-financieras de la empresa. La otra perspectiva se refiere a la relación contractual que liga al cliente con el auditor y que viene definida por el entorno en el que se desarrolla la auditoría y el mayor o menor poder de negociación de ambas partes siendo, por tanto, factores de carácter estratégico.

2.2.1. Análisis del cambio de auditor desde una perspectiva de mercado

La aproximación conceptual que analiza los cambios de auditor desde la perspectiva del mercado, es decir, analizando la naturaleza de la demanda de auditoría que realizan las empresas y de la oferta realizada por los profesionales de la auditoría, parte de la premisa de que la auditoría debe ser concebida como una función tecnológica que debe ser eficiente para la organización de las empresas (Johnson y Lys, 1990). Dado que, según estos autores, la competencia del mercado motiva la alineación de las empresas y las firmas de auditoría, la comprensión de la existencia y los motivos del cambio de auditor pasa necesariamente por conocer el funcionamiento del mercado de auditoría y, en especial, la posibilidad de explotar economías de escala y alcance, de los efectos de la curva de experiencia, etc. Desde esta perspectiva, la empresa elegirá al auditor más eficiente, es decir, al que ofrezca el servicio requerido a un menor coste, por lo que el cambio de auditor tendrá lugar cuando variaciones en la cantidad o tipo de servicio demandado por la empresa hagan que el auditor actual no sea el más eficiente.

Por tanto, esta aproximación intenta comprender los cambios de auditor basándose en la diferenciación del servicio de la auditoría, la cual responde a la existencia de una demanda heterogénea de calidad de la auditoría producida por factores como la complejidad de la auditoría, la naturaleza de la actividad de la empresa, el nivel de asimetría informativa, la estructura del capital, el nivel de costes de agencia, etc ²⁵. Según este razonamiento, un cambio en el entorno de las actividades del cliente puede alterar los requerimientos de demanda del servicio de auditoría, lo que puede derivar en una erosión de la ventaja competitiva del auditor actual. Por ejemplo, un crecimiento rápido de las empresas puede provocar un cambio sustancial en el volumen de transacciones y en la complejidad de la información contable, en el nivel de diversificación de la empresa y en la dispersión geográfica de las actividades, en la complejidad de los sistemas de control y en sus necesidades de diversificación externa. Todos estos factores pueden debilitar las economías adquiridas por el auditor de la empresa, ya que la alteración de los atributos de su oferta le resultará enormemente compleja, debido fundamentalmente a la inflexibilidad organizativa del proceso de la auditoría. En resumen, los nuevos requerimientos de la demanda pueden convertir al auditor actual en ineficiente, por lo que el cambio de auditor vendría explicado por la necesidad de la empresa de encontrar un servicio con un nivel de calidad distinto.

Entre los factores que desde esta perspectiva de mercado han sido analizados como inductores de cambios de auditor podemos encontrarnos con el crecimiento de la empresa, el nivel o la variación de los costes de agencia, las variaciones en la estructura de capital y los costes de auditoría.

El crecimiento de la empresa. Este factor puede ser considerado como un indicador de la variación del nivel de dispersión geográfica y de la complejidad de la información contable que la empresa procesa. Podemos esperar que empresas sometidas a un proceso de crecimiento decidan buscar nuevos auditores más acordes con su nueva estructura y organización. De hecho, numerosos trabajos han puesto de manifiesto evidencias que sostienen que dichas empresas muestran una mayor tendencia a realizar cambios de auditor que el resto (Palmrose, 1986; Healy y Lys, 1986; Francis y Wilson, 1988; Williams, 1988; Johnson y Lys, 1990).

Absorciones de empresas. La adquisición de otra empresa, según Anderson et al (1993) y Firth (1999), es un acontecimiento en la vida de la empresa susceptible de provocar cambios de auditor. Ello se debe al interés de la empresa absorbida de cambiar al auditor de la absorbente porque de esta forma puede re-

²⁵ Evidencia empírica al respecto podemos encontrar en trabajos como los de Francis y Wilson (1988), Johnson y Lys (1990) y De Fond (1992).

forzar las economías de escala que podrán obtenerse de la auditoría conjunta de todo el grupo empresarial.

Los costes de agencia de la empresa. La literatura distingue dos tipos de costes de agencia según si se trata de relaciones entre gerencia y accionistas —costes de agencia del capita— o entre empresa y deudores —costes de agencia de la deuda—. El razonamiento que subyace en la relación entre estos costes y el cambio de auditor es que mientras mayores sean los primeros, dado que la información contable tiene como objetivo la reducción de los mismos, mayores serán las exigencias para la empresa de presentar información contable de alta calidad (Watts y Zimmerman, 1986). De esta forma, el nivel que alcancen los costes de agencia determinará una demanda diferenciada de calidad de la auditoría que puede explicar cambios de auditor. Las variables representativas de los costes de agencia analizadas son: la participación de la gerencia en la propiedad, la existencia de incentivos para altos ejecutivos basados en los resultados, la dispersión de la propiedad, el apalancamiento financiero y el tamaño de la firma auditada (Palmrose, 1986; Francis y Wilson, 1988; Wilson et al, 1997). Por su parte, la variación de los costes de agencia también ha sido analizada como un posible inductor del cambio de auditor. Para ello, las variables que se han utilizado representarían la variación de las mencionadas anteriormente en un periodo más o menos largo de tiempo. Según los resultados obtenidos por Francis y Wilson (1988), De Fond (1992) y Haskins y Williams, (1990), la variación de los costes de agencia resulta estar relacionada con cambios de auditor, incluso estos últimos autores obtienen que las variables representativas de cambios en los costes de agencia son más explicativas que las referidas a niveles de costes de agencia.

Variaciones en la estructura de capital de la empresa. Existen múltiples estudios que ponen de manifiesto que existen incentivos para cambiar de auditor antes de afrontar cambios en la estructura de capital de la empresa, bien derivados de la emisión de nueva deuda, bien de capital, al objeto de adquirir la ventaja de la experiencia o reputación de un nuevo auditor. En efecto, la reputación o experiencia del auditor puede resultar particularmente valiosa para los inversores como medio de reducir los costes de información de los títulos a emitir (Titman y Trueman, 1986; Healy y Lys, 1986; Simunic y Stein, 1987; Balvers et al, 1988; Beatty, 1989; Menon y Williams, 1991; Tomczyk, 1996; Bédard et al, 2000; Copley y Douthett, 2002).

Costes de la auditoría. Esta es la variable cuya relación con los cambios de auditor es más directa y fácil de establecer. Trabajos como los de Simon y Francis (1988), Ettredge y Greenberg (1990), Garsombke y Armitage (1993), Kanodia y Mukherji (1994), Deis y Giroux (1996) y Gregory y Collier (1996), entre otros, ob-

tuvieron evidencias de que determinadas empresas cambiaron de auditor como mecanismo para disminuir los costes de la auditoría.

2.2.2. Análisis del cambio de auditor desde una perspectiva contractual

La otra corriente de investigación para interpretar los cambios de auditor se centra en la percepción de la auditoría como un contrato mercantil en el que la empresa elige libremente al auditor y donde la posible existencia de desacuerdos entre auditor y empresa puede llevar a ésta a decidir un cambio de auditor. Bajo esta perspectiva, la auditoría se percibe como un servicio que tiene como objeto que el auditor ofrezca una opinión experta e independiente sobre si la empresa presenta su información contable de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados. Dado que en una multitud de ocasiones la aplicación de tales principios va a requerir del juicio profesional, es posible que surjan desacuerdos entre la firma y el auditor. Esto implica que los estados financieros auditados pueden ser contemplados como un proceso de negociación (Antle y Nalebuff, 1991; Dye, 1991), y en este contexto los cambios de auditor podrán estar motivados por el comportamiento oportunista del gerente para alcanzar sus objetivos respecto a la información contable (De Angelo, 1982). En efecto, en algunas ocasiones, el conocimiento de determinada información relevante por terceros puede revelar la existencia de una deficiente gestión que derive en costes para la empresa al tener que restringir sus actividades de producción o inversión o encontrar más dificultad para acceder al mercado financiero, lo cual puede crear incentivos en las empresas para manipular y omitir dicha información²⁶. En este contexto, tanto los auditores como las empresas manifestarán determinadas preferencias sobre la interpretación que cabe realizar de los principios contables (Magee y Tseng, 1990). En el caso de los auditores, estas preferencias vendrán influidas por el riesgo de litigios y la pérdida de reputación del auditor que se producirán en el caso en que se descubra que la interpretación de los principios contables elegida no deriva en la presentación de la imagen fiel de la empresa. Así, el auditor no tendrá incentivos para realizar las concesiones deseadas por la empresa si percibe que la interpretación propuesta por ésta puede incrementar el riesgo de incurrir en responsabilidad civil o de dañar su reputación.

²⁶ En este sentido, se pone de manifiesto cómo las empresas tienden a manipular u omitir información contable o a realizar interpretaciones liberales en la aplicación de los principios contables realizando ajustes discrecionales al devengo que incrementen los beneficios cuando muestran una débil situación financiera (Kluger y Shields, 1989; Dhaliwal et al, 1993; DeFond y Jiambalvo, 1993; DeFond y Subramanyam, 1998).

Esta situación en la cual existe un desacuerdo entre la empresa y el auditor podrá resolverse mediante un cambio de auditor, que se llevará a cabo cuando la empresa espere que el nuevo auditor permita una interpretación de los principios contables más convergente con sus objetivos de información. Esta expectativa queda fundada en el hecho de que todos los auditores no muestran la misma actitud ante las interpretaciones liberales de la empresa (véase Francis y Krishnan, 1999), debido a diferencias en la valoración de los riesgos de responsabilidad civil ya sea porque manifiestan distinta aversión a dicho riesgo o porque pueden distribuirlo de forma diferente entre su cartera de clientes (Magee y Tseng, 1990; Simunic y Stein, 1996). Aparte de esta diferente aversión al riesgo que presentan las diferentes firmas de auditoría, el cliente puede contar con otro incentivo para utilizar el cambio de auditor para hacer prevalecer su interpretación ya que al principio el nuevo auditor estará menos informado sobre las características de la empresa que el anterior, lo que le dificultará la detección de la intencionalidad de esas interpretaciones liberales.

Bajo esta perspectiva podemos señalar tres factores que pueden afectar a la decisión de la empresa a cambiar de auditor: la existencia de desacuerdos entre el cliente y el auditor, el riesgo financiero de la empresa y la recepción de una opinión de auditoría no deseada.

Desacuerdos entre la empresa y el auditor. Se trata de uno de los factores que con mayor frecuencia se han relacionado con cambios de auditor (De Angelo, 1982). La amenaza de litigios puede desencadenar desacuerdos puesto que hace al auditor más conservador y deriva en su sustitución por parte del cliente que lo reemplaza por otro menos conservador (McConnell, 1984; Krishnan, 1994, DeFond y Subramanyam, 1998). Esto se debe a que con frecuencia las empresas que presentan resultados económicos negativos hacen uso de prácticas que aumenten el nivel de beneficios contables, si el auditor no está dispuesto a admitir estas prácticas, por temor al riesgo de litigios, la empresa cambiará a otro auditor que sí las permita (Dhaliwal et al, 1993). A diferencia de otros países, en España no hay obligación de divulgar información alguna sobre los posibles desacuerdos entre ambas partes, por lo que no existe evidencia alguna sobre su efecto sobre los cambios de auditor.

El riesgo financiero de la empresa. Las empresas con problemas financieros que no obtienen del auditor concesiones para suprimir la divulgación de información adversa pueden contar con fuertes incentivos para cambiar de auditor. Es decir, aquellas empresas deterioradas financieramente que no consigan del auditor la posibilidad de suprimir la información negativa pueden utilizar el cambio de auditor con la esperanza de que el nuevo auditor sea más proclive a dicha supresión.

En esta línea, numerosos estudios demuestran que en períodos de debilidad financiera las empresas son más propensas a cometer errores en el tratamiento de la información financiera (Schwartz, 1982; Kinney y McDaniel, 1989), lo cual deriva en un aumento del riesgo que soporta el auditor ²⁷. Esto probablemente provocará un aumento de los procedimientos de auditoría y de las restricciones impuestas a las acciones del gerente, consecuencias de lo cual son, por un lado, el aumento del coste de la auditoría y, por otro, el evitar la supresión de información. En cualquier caso, el gerente tendrá interés en cambiar de auditor. Otras razones apuntadas para que empresas con deterioro financiero cambien de auditor son la necesidad de otros servicios distintos a la auditoría que el auditor actual no oferte, los cambios en el equipo directivo que conlleven la contratación de un auditor de la confianza del nuevo equipo, la mayor demanda de seguridad ²⁸ y la necesidad de disminuir los costes de auditoría. Evidencias que apoyan la relación del deterioro financiero con el cambio de auditor podemos encontrarlas en los trabajos de Schwartz y Menon (1985), Kluger y Shields (1989) y Haskins y Williams (1990).

La recepción de opiniones de auditoría no limpias. Como se ha puesto de manifiesto en trabajos previos (Chow y Rice, 1982; Craswell, 1988; Krishnan, 1994; Krishnan y Stephens, 1995; Lennox, 2000), las empresas que reciben informes de auditoría cualificados manifiestan una mayor propensión al cambio de auditor. Dado que el estudio del efecto de este factor sobre el cambio de auditor es el objetivo de nuestro trabajo, su análisis será realizado más pormenorizadamente en epígrafes siguientes.

De esta forma, queda planteada la estructura de inductores del cambio que se ha venido definiendo a partir de las evidencias empíricas obtenidas. Esto es de interés para nuestro trabajo en la medida en que ha quedado patente la necesidad de controlar e identificar aquellas empresas que pueden tener interés en realizar un cambio de auditor para evitar informes de auditoría adversos, ya que ésta es la forma de evitar que el efecto o la influencia de otros factores que pueden inducir cambios de auditor pueda afectar a los resultados de nuestro estudio.

²⁷ De hecho, en trabajos como los de Krishnan y Krishnan (1997), Bockus y Gigler (1998), Menon y Williams (1999) y Raghunandam y Rama (1999), se pone de manifiesto la existencia de asociación entre la ruptura del contrato de auditoría por parte del auditor y el fracaso financiero de la empresa. Los auditores son sensibles a las amenazas de litigios y evitan auditar empresas con alto riesgo.

²⁸ Si los inversores consideran que se han lesionado sus intereses podrán pedir responsabilidades a la empresa, pero también a la firma que auditó los estados contables implicados. Ante esa situación, una firma de auditoría de gran dimensión aportará una imagen de solvencia mayor y dará más seguridad al inversor de poder recuperar su capital que un auditor de menor tamaño, es decir, actuaría como *deep-pockets*.

2.3. EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN ENTRE EL AUDITOR Y SU CLIENTE

Como hemos argumentado en el apartado anterior, desde una perspectiva contractual el servicio de auditoría se puede definir como un contrato mercantil en el que la empresa elige libremente al auditor que debe ofrecer una opinión experta e independiente sobre la calidad de la información contable que divulga.

En efecto, podemos partir de una relación en la que existen dos partes, el principal que representa a los propietarios o accionistas de la empresa y el gerente, que es el que gestiona los recursos aportados por el principal. El gerente desea maximizar sus ingresos, pero sus intereses no tienen por qué estar perfectamente alineados con los del principal. Para incentivarle a trabajar en su línea, el principal liga las remuneraciones del gerente a los resultados de su labor, pero como ésta es inobservable, necesita que entre en juego una tercera parte. El cometido de esta nueva parte es observar la gestión del gerente y emitir un informe tal que, si opina que se ha gestionado convenientemente, permitirá que los propietarios puedan basar la remuneración del gerente en los estados contables. Así, el auditor es contratado por el principal, que es adverso al riesgo, para que influya en el comportamiento del gerente, es decir, para atestiguar sobre la fiabilidad del informe del agente más que para controlar el esfuerzo del gerente o para compartir el riesgo. Pero las acciones del auditor son también inobservables y sus intereses no necesariamente tienen que coincidir con los del propietario (Baiman et al, 1987; Datar y Alles, 1999), lo cual puede llevarnos a intuir que en determinadas ocasiones no va a ser el interés del principal lo que va a primar en el proceso de elaboración y auditoría de la información contable a divulgar.

Como afirman Antle y Nalebuff (1991), los estados financieros de las empresas deberían ser leídos como un estado conjunto del auditor y de los gerentes. Esto es así porque las cuentas anuales que son publicadas por la empresa, si bien han sido elaboradas por sus gerentes, han sufrido un proceso de revisión y modificación en función de los ajustes y consideraciones realizados por el auditor y aceptados por la empresa. El resto de propuestas realizadas por el auditor que no han sido contempladas por los gerentes y reflejadas en las cuentas anuales definitivas serán objeto de inclusión en el informe del auditor. Se establecerá, por tanto, entre el auditor y su cliente, una negociación que abarcará una serie de puntos como son la información que deberán contener las cuentas anuales, la información que de no ser recogida por el cliente en dichas cuentas deberá ser recogida por el auditor en su informe y la opinión de auditoría que consecuentemente deberá tener el informe. Del resultado de este proceso se derivará, tal y como hemos venido anticipando, la decisión del cliente respecto a mantener o cambiar de auditor de cara a la

auditoría del ejercicio siguiente. El objetivo de este apartado es analizar pormenorizadamente este proceso, en el cual intervienen dos agentes, auditor y cliente, que a pesar de ser contratados por un principal (los propietarios de la empresa) para defender sus intereses, tienen importantes incentivos para anteponer sus propios intereses a los de aquéllos a quienes representan.

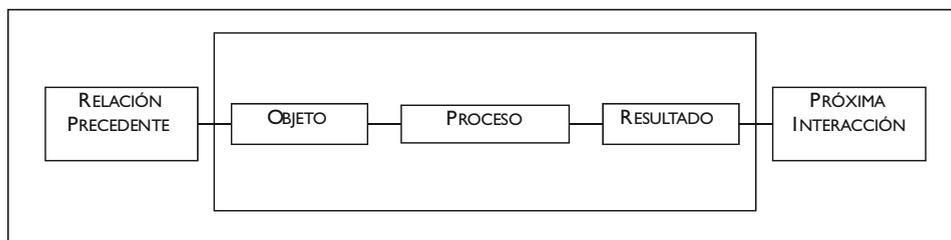
La literatura existente sobre auditoría ha creado con el tiempo la imagen de una realidad abstracta, una especie de caja negra, en relación con el intercambio entre el auditor y el cliente que no describe adecuadamente lo que realmente sucede entre las dos partes. Esta situación viene motivada fundamentalmente por la incursión del auditor en áreas de la empresa como el control interno o la consultoría que hace que la negociación adquiera una complejidad difícilmente abarcable por agentes ajenos a estas dos partes (Beattie et al, 2000). Ésta es la causa de que exista una evidencia empírica bastante limitada sobre el proceso de negociación real que se establece entre el auditor y el cliente. Con la intención de analizar este proceso se han utilizado la teoría de juegos (Antle y Nalebuff, 1991), modelos de negociación (Gibbins et al, 2001) o modelos basados en la perspectiva del comportamiento (Goodwin, 2002), intentando identificar variables observables que puedan arrojar luz sobre lo que ocurre entre las dos partes. Asumiendo esta limitación, en lo que sigue intentaremos describir someramente el proceso de negociación entre el auditor y su cliente como paso previo a la decisión del primero sobre el tipo de opinión a emitir y a la del segundo sobre si cambiar o mantener al auditor en ejercicios siguientes.

Murningham y Bazerman (1990) definen negociación como cualquier contexto en el que dos o más partes con diferentes preferencias toman decisiones de forma conjunta que afectan al bienestar de todas las partes. Según Beattie et al (2000), también podemos definirla como el proceso de reconciliar conflictos avanzados en discusión por concesión de una o ambas partes. En el contexto de la auditoría, si bien el objetivo del proceso de negociación entre el auditor y el cliente es culminar cada año con la producción de estados financieros que formarán parte del informe anual de la empresa, éste es un proceso continuo que no está restringido a dichos estados, ya que en él tienen cabida asuntos identificados previamente al inicio de la auditoría final, consideraciones de servicio al cliente, la retención del cliente, aspectos legales y otras complejidades (Beattie et al, 2000; Gibbins et al, 2001).

Desde un punto de vista teórico, todo proceso de negociación consta de tres partes: el objeto o contenido sobre el que se va a negociar, el proceso en sí o conjunto de interacciones entre las partes implicadas y, finalmente, el resultado de la negociación que es el conjunto de acuerdos o compromisos derivados del proceso y que dan por terminada la negociación. A partir de este esquema básico, Gibbins

et al (2001) realizan una adaptación al caso concreto de la relación entre el cliente y su auditor a partir de la experiencia negociadora de socios de firmas de auditoría, proceso que queda reflejado en la figura 2 que mostramos a continuación.

FIGURA 2. Proceso de negociación entre el auditor y su cliente



FUENTE: ADAPTACIÓN PROPIA BASADA EN GIBBINS ET AL (2001)

En este esquema se comienza destacando la relación precedente entre las dos partes y que se refiere al efecto que sobre la negociación actual tienen los asuntos tratados en pasadas negociaciones. Nos referimos a la posibilidad de que existan compromisos creados o líneas de actuación acordadas en anteriores reuniones que puedan ponerse sobre la mesa por alguna de las partes y que limiten o condicionen el proceso actual de negociación. Además, la historia previa de la relación tiene importantes implicaciones para su duración futura, puesto que la confianza, la transparencia y el entendimiento entre las partes no se desarrollan si no es después de varios encuentros o interacciones (Levinthal y Fichman, 1988).

Por su parte, establecer el objeto implica identificar el asunto a tratar en la negociación, que normalmente serán las cuentas anuales en general, pero que a veces queda restringido a sólo algunas partidas conflictivas. También se realizarán consideraciones sobre la materialidad de las incidencias detectadas por el auditor y, en su caso, se analizarán las posibles implicaciones que la divulgación de dichas incidencias tendrá para las partes afectadas.

Durante el proceso de negociación propiamente dicho, Gibbins et al (2001) resaltan dos aspectos a tener en cuenta. Por un lado, la peculiaridad del conjunto de intereses que entran en juego, porque, como mencionábamos anteriormente, si bien los negociadores actúan en beneficio de otros (accionistas, prestamistas, autoridades fiscales, etc.), están negociando a la vez teniendo presente su propio interés, es decir, son agentes racionales, lo que explica la complejidad de este proceso. Por otro lado, y como veremos posteriormente, es de destacar la asime-

tría informativa que existe entre ambas partes. El nivel de conocimiento que posee el gerente es distinto en cantidad y calidad al obtenido por el auditor. Aspecto éste que es conocido y asumido por ambas partes y que influye en la forma en que se desarrolla el proceso.

Como resultados que pueden derivarse del proceso, nos encontramos con el contenido final y la presentación de las cuentas anuales del cliente, la opinión del auditor sobre dichas cuentas, la renovación del contrato del auditor y las implicaciones que todo esto tenga sobre la carrera personal y profesional del socio de auditoría. Por último, será de consideración durante toda la negociación el efecto que los resultados y acuerdos alcanzados puedan tener en futuras interacciones con el cliente.

Si bien ésta es una visión general de los elementos que intervienen en el proceso de negociación entre auditor y cliente, nuestro interés es analizar los efectos que la inclusión de un comportamiento estratégico del gerente puede tener sobre el proceso. Asumiendo que las dos partes que intervienen en el proceso son sujetos racionales, sus objetivos e intereses podrán desviar el desarrollo normal de la negociación en función de la presión o poder que muestre cada parte. Así, si el gerente quiere evitar que la información contable ponga en entredicho su gestión, afrontará la negociación y desarrollará una posición ante los conflictos de una forma totalmente distinta que si busca la transparencia de los datos divulgados. El efecto de esta desviación sobre la negociación es el objetivo del siguiente apartado.

2.3.1. Objetivo del proceso negociador: La obtención de una opinión favorable

Al objeto de este trabajo, vamos a asumir que el objetivo del cliente estratégico es la obtención de una opinión favorable, ya que ésta es la que le permite satisfacer las exigencias de los accionistas en cuanto a la calidad de su gestión. Podemos decir que los costes asociados a la obtención de opiniones de auditoría no limpias se deben fundamentalmente al papel que la auditoría desempeña como garante de la fiabilidad de la información contable y el significado que los terceros asocian a los informes de auditoría de esta naturaleza.

En efecto, la separación existente entre la propiedad y el control en un buen número de empresas ha generado un aumento de las exigencias con respecto a la calidad de la información contable que deben divulgar. Ello se debe a la posibilidad de que los intereses de los gerentes de la empresa no coincidan con los de los propietarios de los recursos aportados a la misma, por lo que la toma de decisiones de

éstos últimos, en especial, y del resto de terceros interesados en la empresa, en general, se hará depender de una información elaborada por los que tienen el control para gestionar los recursos de la empresa. Los estados financieros, que son los instrumentos utilizados por la empresa para dar información sobre sus hechos económicos son, en la mayoría de los casos y dada la dificultad de la observación directa, el único medio a disposición de los usuarios interesados para obtener información sobre la realidad económica de la empresa. Pero dicha información está siendo elaborada por aquellos a los que se pretende evaluar en función de esa información.

Por ello, la información contable sólo será útil para el amplio espectro de individuos afectados por la empresa cuando tenga valor, es decir, cuando posea los atributos de relevancia y fiabilidad²⁹. Los usuarios de la misma sólo podrán hacer un uso adecuado de la información divulgada cuando se les garantice que contiene unos niveles mínimos de dichos atributos. Si estos dos atributos confieren valor de uso a la información contable, el verdadero valor que añade la opinión del auditor es determinar que dentro de unos límites razonables de seguridad dichos atributos se encuentran presentes en la información contable que acompañan. Es decir, la opinión experta del auditor aporta confianza sobre las decisiones o acciones concretas que se realicen con base en la información divulgada por la empresa.

De esta forma, la auditoría se configura como la garante de la fiabilidad de la información contable, velando por el cumplimiento de las responsabilidades que los gerentes deben a los que ponen a su disposición los recursos que gestionan. Por tanto, si el objetivo de la auditoría consiste en otorgar valor de uso a los estados contables, el informe de auditoría se convierte en el instrumento a través del cual se ponga de manifiesto dicho valor, configurándose así en una medida de la calidad de la información contable divulgada por la empresa (Ruiz Barbadillo, 1997).

En efecto, el informe de auditoría es el instrumento mediante el cual el juicio del auditor se manifiesta explícitamente, es el producto final de la auditoría y es el medio de comunicación que une al profesional de la auditoría con los usuarios de la información contable. Por tanto, podemos decir que el informe de auditoría se convierte en la mejor garantía que pueden tener los usuarios de la información sobre el valor que pueden conceder a la misma. Dado el papel otorgado al informe de auditoría, la recepción de una opinión no limpia supondrá un coste para la em-

²⁹ Por una parte, una información será relevante para los usuarios cuando todos los aspectos, hechos y circunstancias que afecten a la realidad económica de la empresa sean incorporados a su proceso contable y revelados en los estados financieros. Por otra parte, será fiable cuando las afirmaciones registradas en los estados financieros se correspondan con la realidad física de la empresa.

presa y en especial para sus gerentes, ya que con esta opinión se estaría poniendo en duda la calidad de la gestión que se está llevando a cabo en la empresa. Concretamente, las repercusiones que para la empresa lleva asociada la recepción de un informe de auditoría no limpio, siguiendo a Craswell (1988) son de tres tipos: los costes provocados por la reacción negativa del mercado, los costes relacionados con la remuneración del gerente y el aumento de los costes de la auditoría.

Con respecto al primer tipo de costes, esto es, la reacción negativa del mercado ante una opinión no limpia, podemos decir que, en principio, y salvo algunas salvedades que escapan del control de la empresa, si las cuentas anuales no expresan la imagen fiel de la empresa a juicio del auditor se podrá poner en entredicho la calidad del sistema contable de la empresa y, por tanto, la fiabilidad de la información que divulga, que es sobre la que el mercado se fundamenta para su toma de decisiones. El coste asociado se traduce fundamentalmente en las penalizaciones que el mercado pueda imponer a la empresa derivadas de que el valor de uso de la información contable se está viendo perjudicado, por lo que se encuentran sin medios fiables sobre los que poder fundamentar sus decisiones ³⁰.

Con relación al efecto que la obtención de una opinión cualificada tiene sobre la remuneración del gerente, Chow y Rice (1982) consideran que dicha remuneración se verá afectada cuando el gerente posea acciones de la propia compañía o cuando dependa en alguna medida de los resultados obtenidos por la empresa, ya que si el informe de auditoría no es limpio se estará poniendo en duda la calidad de dichos resultados ³¹.

Por último, la recepción de un informe de auditoría cualificado lleva asociado un aumento del coste considerado normal de la auditoría, provocado al prolongarse en el tiempo el trabajo del auditor. Esto se produce, por un lado, porque buscará un mayor nivel de evidencia antes de emitir el informe de auditoría, lo que provocará una prolongación en el tiempo del trabajo del auditor y, por tanto, un aumento de su coste; por otro lado, se incrementará el período de negociación entre el auditor y el gerente, dada la falta de consenso que surgirá necesariamente en-

³⁰ Si bien este sería el comportamiento esperado del mercado, es decir, una reacción negativa, los resultados alcanzados en los trabajos que han pretendido estudiar el signo de dicha reacción han sido en general poco concluyentes e, incluso, contradictorios (Baskin, 1972; Alderman, 1977; Firth, 1978; Ball et al, 1979; Chow y Rice, 1982; Banks y Kinney, 1982; Elliot, 1982; Davies, 1982; Dodd et al, 1984; Dopuch et al, 1986; Fleak y Wilson, 1994; Chen y Church, 1996; Jones, 1996; Brio, 1998; Sánchez Segura, 1999; Castrillo Lara et al 2000; Cabal García, 2000a; Pucheta, 2002).

³¹ Una amplia revisión del efecto del informe de auditoría sobre la remuneración del gerente puede encontrarse en Watts y Zimmerman (1986).

tre ambas partes ante la emisión de una opinión de este tipo. En este sentido, existen evidencias empíricas que ponen de manifiesto la existencia de una relación estadísticamente significativa entre el retraso en la firma del informe de auditoría y la presencia de salvedades (véase Ashton et al, 1987; y Hameed, 1985; y más recientemente y en España, Sánchez Segura, 1999; y Martínez García et al, 2000).

Cabe añadir que a mayor importancia de las salvedades incluidas en el informe de auditoría mayores serán los costes que tenga que asumir el cliente, ya sea porque mayor será la penalización impuesta por el mercado dada la percepción de deterioro que el valor de uso de la información contable presenta, ya sea por el coste derivado del aumento de negociaciones con el auditor que este tipo de salvedades lleva asociado.

Una vez descritos los costes derivados de la obtención de un informe de auditoría no limpio, es de esperar que si el cliente persigue la obtención de un informe de auditoría limpio a efectos de maximizar sus ingresos, dirigirá el proceso de negociación hacia ese objetivo subordinando a él todo su poder de negociación. Así, si el interés del cliente está en el deseo de minimizar el coste de la auditoría y la posibilidad de que el informe del auditor y las cuentas anuales le sirvan para atraer capital y otros recursos (DeAngelo, 1982), los objetivos por parte del auditor serán su renovación y la obtención de negocios distintos a la auditoría con el cliente (Simunic, 1984). A simple vista, todos estos objetivos tiene un camino para su consecución y es la emisión de una opinión limpia, ya que en el ambiente regulatorio contable cualquier otro resultado tiene severas consecuencias para todos los interesados (Gibbins et al, 2001). Pero el problema surge cuando las cuentas anuales del cliente no merecen dicha opinión.

2.3.2. La calidad del auditor como límite al poder de negociación del cliente

Como hemos visto, el problema que se le plantea al cliente es conseguir que la siguiente opinión de auditoría sea limpia puesto que existen presiones por parte de los inversores y de otros terceros con influencia que pueden poner en peligro, no sólo la cuantía de su remuneración, sino incluso su estabilidad laboral. Según Lennox (2000), los recursos que tiene la empresa para evitar una nueva opinión no limpia son dos. Primero, si el auditor obtiene cuasi-rentas específicas del cliente, amenazarle con rescindir su contrato. Segundo, si no obtiene rentas sólo cambiar cuando encuentre otro auditor que con mayor probabilidad le vaya a otorgar una opinión limpia (compra de opinión).

Puede apreciarse que estas dos alternativas implican que el cliente debe tomar una decisión en función de la actuación que espera de su auditor, la cual dependerá de las características del mismo. Por tanto, estamos asumiendo que existen distintos tipos de auditor, lo cual deberá ser tenido en cuenta por el cliente al decidir su actuación en el proceso de negociación, ya que habrá auditores más tendentes a atender sus requerimientos que otros. En este sentido, asumir que el servicio de auditoría es susceptible de diferenciación significa que el cliente debe percibir que la auditoría a la que se someta será diferente según el suministrador de la misma, lo cual le permitirá formarse una idea sobre la actitud del auditor durante el proceso de formulación y emisión de su opinión.

En España, como en el resto de países, los límites mínimos de calidad que cualquier firma de auditoría debe cumplir en el desempeño de su trabajo están establecidos legalmente, luego la diferenciación en calidad del servicio se entiende por encima de estos límites. Es decir, el mercado de auditoría permite la posibilidad de la diferenciación porque las normas profesionales lo que establecen son mínimos a cumplir y dejan al auditor libertad para elegir si quiere mantenerse en esos estándares mínimos o, por el contrario, ofrecer un servicio de un nivel de calidad superior.

Pero, si bien legalmente está permitida la diferenciación del servicio, asunto distinto es analizar si realmente el mercado demanda auditorías diferenciadas por la calidad. Porque si no es así, no habrá incentivos por parte de los auditores en esforzarse más en su trabajo si esto no va a ser percibido y, por tanto, remunerado por el mercado.

En este sentido, podemos considerar que la demanda de calidad en la auditoría es heterogénea, viniendo ésta provocada por las relaciones entre los distintos participantes en la estructura empresarial. En efecto, la mayor parte de los agentes sociales sólo alcanzan a conocer la actividad realizada por la empresa a través de la información contable que ésta divulga. En principio, esta información debería ser válida y suficiente para la toma de decisiones que cualquier persona o entidad interesada en la empresa pudiera disponerse a realizar, pero existen dos circunstancias que pueden deteriorar la confianza que éstos puedan depositar en la información divulgada por la empresa. Por un lado, los intereses de la empresa, en línea con los de su gerente, no siempre coinciden con los intereses que otras partes pueden tener sobre la situación y evolución de dicha empresa. Por otra parte, hay que considerar que los usuarios de la información contable no pueden observar todas las operaciones realizadas en la empresa y, de poder hacerlo, no todos alcanzarían a su total comprensión dada la complejidad de las mismas, fenómeno que se conoce como asimetría informativa. Estas dos circunstancias pueden dar lugar a conflictos

de intereses entre propietarios y gerentes, así como entre estos dos grupos y diferentes clases de prestamistas, y que son conocidos como conflictos de agencia.

Los costes que surgen de una relación de agencia son los que justifican el papel que la auditoría desempeña en un contexto empresarial con características como las descritas. En efecto, si partimos de una relación de agencia en la que el principal son los propietarios y el agente es el gerente de la empresa, los costes de agencia surgirán de la agregación de dos componentes: los costes de control y los de garantía. Tanto la posible disparidad de intereses entre gerentes y propietarios como la imposibilidad de éstos para observar todas las operaciones realizadas en la empresa, llevan a que los propietarios tengan interés en establecer mecanismos de control sobre los gerentes. Mecanismos que, por ejemplo, pueden consistir en vincular la remuneración del gerente a los resultados de la empresa o la permanencia en la empresa a la obtención de determinado nivel de resultados. Es decir, el principal tiene que controlar al gerente para evitar que éste no maximice su propio interés a expensas del de los propietarios (Francis y Stockes, 1986; Francis y Wilson, 1988; DeFond, 1992). La implantación de mecanismos por parte de los propietarios con esta finalidad es el origen de los costes de control.

Por su parte, los costes de garantía están relacionados con el gerente y el desempeño de su labor en la empresa. Dado que los mecanismos de salvaguardia que los propietarios establecen para defender sus intereses pueden lesionar los intereses de los gerentes, éstos tienen incentivos para buscar señales de que su comportamiento es el debido a los propietarios para así darle estabilidad a su remuneración y a su vinculación con la empresa. Los costes de esa señal son los que dan lugar a los costes de garantía.

Según Arruñada (1997), la labor que la auditoría desempeña ante los citados costes tiene dos dimensiones. Por un lado, contribuye a hacer observable a posteriori el nivel de cumplimiento contractual del cliente, lo cual le incentiva a la consecución de los objetivos en línea con los esperados por los propietarios. Según Wallace (1980), el proceso de auditoría disuade el fraude al crear la amenaza del descubrimiento, de ahí que en general, como afirman Douthett et al (2001), la auditoría mejora los controles internos y organizacionales de la empresa. Por otro lado, supone un remedio para problemas de asimetría contractual ex ante, actuando entonces como un mecanismo señalizador de la buena calidad de la gestión de la empresa auditada, es decir, el cliente utiliza como indicador de su reputación la que posea el auditor que contrate, cuanto mayor sea la de éste, más fiable es a priori la información contable que se derive de ese cliente. Por tanto, dado que las empresas presentan diferentes grados de transparencia en cuanto a sus operaciones y que los intereses de ambas partes pueden estar muy próximos o ir en sentido

opuesto, estarán sujetas a distintos niveles de costes de control y de garantía. De esta forma, podemos decir que las diferencias en la demanda de calidad de la auditoría se producen por la diferente intensidad en los costes de agencia.

En esta misma línea, Johnson y Lys (1990) señalan dos explicaciones que la literatura sobre auditoría ha puesto de manifiesto sobre la diferenciación del servicio. La primera perspectiva se centra en la especialización del auditor en tecnología, mientras que la otra destaca la reputación de la firma de auditoría. Es decir, las firmas auditoras deberían ofrecer distintos niveles de tecnología de la auditoría en respuesta a los diferentes costes de control que deben enfrentar las empresas, por un lado, y distintos niveles de reputación para hacer frente a los costes de garantía que deben soportar los gerentes, por otro. Por tanto, según estos mismos autores, la competencia del mercado de auditoría induciría a los clientes y a las firmas de auditoría a vincularse entre sí de forma que les permitiesen alcanzar un empleo eficiente de los recursos especializados y de las inversiones en reputación.

Por tanto, es la heterogeneidad en la demanda de servicios de auditoría la que, siguiendo a DeAngelo (1981a), ha provocado que las firmas de auditoría ofrezcan distintos niveles de calidad para, de esta forma, abastecer todo el mercado. No obstante, si bien los auditores en conjunto ofrecen distintos niveles de calidad para cubrir todas las necesidades del mercado, individualmente se han especializado en un nivel concreto, es decir, cada auditor trata de aplicar el mismo nivel de calidad en el tiempo y a través de sus clientes. Mediante esta actitud, los auditores pretenden facilitar la evaluación de la calidad de la auditoría realizada por el usuario, puesto que éste compensará al auditor que le evite los costes de tener que evaluar la calidad del trabajo realizado para cada cliente separadamente, lo cual se consigue si cada auditor mantiene un nivel de calidad relativamente uniforme. Hay que tener en cuenta que, como apunta Paz-Ares (1996), el servicio de auditoría puede definirse como un “bien de confianza”, ya que su calidad no puede percibirse ex ante ni a menudo verificarse ex post por los consumidores de dicho servicio. En este sentido se pronuncia Sutton (1993), al señalar que los consumidores del servicio de la auditoría tienen vetada la observación del proceso de auditoría y su juicio sobre la calidad se basa en el resultado histórico del producto ofrecido por el suministrador. En el ámbito de la auditoría, el resultado histórico se basa en la habilidad de los auditores para minimizar los fallos de auditoría. Como apunta Dye (1993), la calidad de una auditoría no es nunca información pública cuando está siendo realizada, y no llega a ser pública para los clientes que no se enfrentan a dificultades financieras, porque los inversores de tales compañías no tienen motivos para demandar al auditor y, por tanto, no hay razones para averiguar la calidad de la auditoría ya que ellos no pueden demostrar daños derivados de la auditoría. En cambio, los inversores en firmas que experimentan deterioro financiero tienen un incentivo

obvio para investigar la calidad de su firma de auditoría, ya que el auditor es típicamente la única parte asociada con la empresa que tiene suficiente *deep pockets* para compensar sus pérdidas. Así, si cada auditor se caracteriza por prestar un determinado nivel de calidad, es más fácil inferir, conociendo el firmante del informe de auditoría que acompaña a unos determinados estados contables, el grado de fiabilidad de dicha información.

De esta forma, cada firma de auditoría se especializa en ofrecer al mercado un determinado nivel de calidad, manteniendo dicho nivel estable en el tiempo ya que por razones como la inflexibilidad organizacional, la pérdida de la reputación percibida por el mercado y los costes derivados de la responsabilidad civil es costoso para la firma cambiar dicho nivel (Simunic y Stein, 1987)³².

Pero la diferenciación del servicio de la auditoría no sólo surge para facilitar al usuario la labor de evaluar la calidad de la auditoría realizada, sino también como mecanismo del auditor para alcanzar distintos niveles de honorarios por sus servicios. Como sostienen Deis y Giroux (1996), la calidad de la auditoría es el rasgo clave de la diferenciación del servicio que explica las variaciones observadas en el precio de la auditoría. Es decir, si los auditores consiguen que sus clientes perciban de forma diferente su servicio, podrán exigir precios diferentes a los exigidos por otras firmas de auditoría. En este sentido, determinados estudios han analizado si realmente el mercado percibe diferencias en la calidad desarrollada entre las distintas firmas auditoras. Así, con respecto a los contratadores del servicio, Shockley y Holt (1983) ponen de manifiesto que los ejecutivos con significativa influencia en la decisión de retener o cambiar de auditor son capaces de percibir la diferencia de calidad en los servicios prestados por las distintas firmas de auditoría en el mercado, e incluso entre las grandes firmas internacionales de auditoría. Similares resultados obtienen García Benau et al (2000) a través de una serie de cuestionarios enviados a una muestra de empresas españolas. Dopuch y Simunic (1980; 1982) sostienen que los inversores deben percibir racionalmente que las grandes firmas poseen más calidad porque los auditores más grandes poseen más características observables asociadas con la calidad (formación especializada, acreditación de reputación, revisiones dobles, etc.). Por último, otro trabajo que cabe mencionar es el de Arruñada (1997). Según este autor, la diferencia en la calidad de la auditoría es percibida por la empresa que contrata el servicio y prueba de ello es que a nivel nacional son mayoría en valor las empresas que eligen audito-

³² Si bien la firma auditora se especializa en ofrecer un nivel de calidad determinado, puede ofrecer trabajos de calidad diferente cuando un cliente así se lo solicite en un momento dado. Pero hay que distinguir entre un diferente nivel de calidad voluntariamente contratado y cambios oportunistas en la calidad de la auditoría. Según DeAngelo (1981a), estos comportamientos oportunistas surgen porque es costoso descubrir los “engaños” del auditor.

res de calidad contrastada pese a que el cumplimiento de los mínimos legalmente establecidos podría cubrirse a menor coste con auditores menos reputados.

Siguiendo este razonamiento, la percepción de diferentes niveles de calidad lleva aparejada una diferenciación en precios. Es decir, sólo si se percibe que el servicio que se está contratando es de calidad más alta que el resto, las empresas estarían dispuestas a pagar precios más altos que la media. En esta línea, numerosos estudios han detectado y puesto de manifiesto la existencia de sobreprecios asociados a los servicios suministrados por firmas de auditoría consideradas de alta calidad. Es el caso de los trabajos de Healey y Lys (1986), Simon y Francis (1988), Craswell et al (1996), Simon (1997), Moizer (1997) y Beattie et al (2000) entre otros. Shapiro (1983) argumenta que donde los compradores no pueden observar la calidad previamente a la compra, bienes o servicios de más alta calidad se venden con un sobreprecio que sirve como una compensación para la inversión en costes de los vendedores en desarrollar una reputación creíble para productos de alta calidad. Por tanto, los sobreprecios detectados en las grandes firmas internacionales pueden ser explicados no sólo como una renta oligopolística sino también como un resultado de la diferenciación del servicio. Por su parte, Francis (1984) argumenta que la observación de diferencias en precios sistemáticas entre grandes y pequeñas firmas de auditoría es evidencia de diferenciación del servicio para las grandes firmas de auditoría. Altos precios están relacionados con alta calidad de la auditoría.

Sin embargo, Francis et al (1999) obtienen que, en el segmento de mercado de las pequeñas empresas, no existe una diferencia sistemática en precios entre las firmas que realizan un control de calidad más estricto y las que no lo realizan. Esto puede explicarse si consideramos que no existe demanda de auditorías diferenciadas en la calidad en dicho segmento de mercado. Similares resultados obtienen Gregory y Collier (1996), al detectar que no hay evidencias de sobreprecios en las grandes firmas, resultados que se justifican si las grandes firmas renuncian al sobreprecio con la intención de atraer a clientes de pequeña dimensión. Otra razón por la que la diferencia en precios entre las grandes firmas internacionales y el resto puede no ponerse de manifiesto con respecto a la auditoría de grandes clientes es aportada por Francis y Stockes (1986) y se refiere a la posibilidad de que los más altos precios obtenidos por las grandes firmas internacionales sean oscurecidos por los más altos precios exigidos por las otras firmas de auditoría ocasionados por diseconomías de escala. No obstante estos resultados, hay que tener en cuenta que fenómenos como el *low-balling*³³ pueden distorsionar el efecto de la calidad

³³ Fenómeno consistente en que la firma de auditoría oferta el servicio por debajo de los costes de la primera auditoría con la intención de ser más competitiva y recuperar las pérdidas en años posteriores, cuando el coste de las auditorías disminuya (DeAngelo, 1981b).

sobre los precios de la auditoría, por lo que los sobrepagos exigidos por las firmas de más alta calidad pasan desapercibidos si no se sabe aislar convenientemente dicho componente del resto de los que constituyen finalmente el precio pagado.

Por tanto, podemos concluir diciendo que existe diferenciación en el servicio suministrado por los auditores, rasgo que surge en respuesta a la heterogénea demanda de calidad que se deriva de la diversa intensidad de los costes de agencia que tienen que soportar las empresas. Las firmas de auditoría se especializan en ofrecer un determinado nivel de calidad a sus clientes y esta circunstancia es percibida y recompensada por los usuarios de la información contable. De hecho, las firmas consideradas de alta calidad obtienen de sus clientes honorarios más altos dado que suministran un servicio percibido como de más valor que el resto de sus competidoras.

Dada esta diferenciación de las firmas de auditoría, según la cual el mercado es capaz de percibir el nivel de calidad que cada auditor oferta, el siguiente paso es determinar la relación que existe entre la calidad del auditor y la emisión de informes no limpios, es decir, si el auditor de mayor calidad tiene una probabilidad distinta de emitir informes de auditoría cualificados que el de calidad inferior. El interés de estudiar la existencia de esta relación está en la posibilidad de que el cliente enfoque su negociación con el auditado de forma distinta en función de la calidad que perciba en su auditor. Para estudiar esta relación necesitamos, en primer lugar, buscar medidas de la calidad de la auditoría que nos permitan identificar el grado de la misma que cada firma está especializada en ofertar y, en segundo lugar, determinar en qué medida el nivel de calidad ofertado puede condicionar el tipo de informe que finalmente emita un auditor.

La calidad de la auditoría se mide en función de la fiabilidad de la información que produce (Teoh y Wong, 1993; Paz-Ares, 1996), o, como propone Palmrose (1988) en términos de nivel de seguridad, es decir, la probabilidad de que los estados financieros no contengan omisiones o errores materiales. El problema que se plantea es que el cliente no conoce la calidad del auditor a priori, es decir, hasta que no se consume el servicio no puede determinar la competencia técnica de la firma contratada. E incluso una vez consumido dicho servicio, es difícil de determinar la independencia de la firma, ya que mientras no se produzcan conflictos entre el auditor y el cliente no se pondrá de manifiesto esta cualidad y, aún en este caso, se puede conocer la independencia que desarrolla con él pero no con el resto de clientes, ya que este extremo sólo será perceptible de forma ocasional y diferida (Arruñada, 1997). Dada esta inobservabilidad, los usuarios han desarrollado subrogados de la calidad real de la auditoría relacionados con otras variables menos cos-

tosas de cuantificar y que están imperfectamente correlacionadas con la calidad. Debido a esta circunstancia, el concepto de calidad que se viene considerando es el de calidad percibida en vez de calidad real del auditor, de la cual no hay medida observable empíricamente. No obstante, es la calidad percibida y no la real la que nos interesa en nuestro estudio, ya que es ésta la que está a disposición del cliente y sobre la que fundamentará el criterio a seguir en su negociación con el auditor.

Para la valoración de la calidad vamos a partir de la definición propuesta por DeAngelo (1981a), según la cual, la calidad de los servicios de auditoría viene determinada por la probabilidad valorada por el mercado de que un auditor dado descubra un error en el sistema contable del cliente y, una vez detectado, divulgue dicho error. La probabilidad de que un auditor descubra un error dependerá de su conocimiento, es decir, de sus capacidades tecnológicas, los procedimientos de auditoría empleados, la extensión de la muestra, etc. La probabilidad de divulgar un error descubierto es una medida de la independencia del auditor.

Como veremos a continuación, la calidad desarrollada por el auditor está relacionada con la probabilidad de la empresa de recibir una opinión limpia. En efecto, un auditor que posea un alto conocimiento o habilidad técnica tendrá más posibilidades de detectar errores contenidos en la información contable, de esta forma, si la empresa auditada presenta incorrecciones en sus estados contables tendrá más probabilidad de recibir un informe no limpio que si su auditor no posee un alto nivel de esta característica. De igual manera, las empresas que posean auditores independientes tienen una mayor propensión a recibir opiniones no limpias, ya que los errores detectados en sus cuentas anuales tienen una mayor probabilidad de ser divulgados.

2.3.2.1. El conocimiento del auditor

Este atributo de la calidad de la auditoría está relacionado, como hemos mencionado anteriormente, con la capacidad del auditor de detectar errores o defectos en los estados contables de la empresa auditada. Por tanto, es un atributo de tipo tecnológico y está vinculado a la capacidad técnica o profesional del auditor, a diferencia de la independencia que es un atributo de tipo deontológico ya que depende de la voluntad del auditor.

Las diferencias en conocimiento a través de las distintas firmas auditoras se ponen de manifiesto en relación con una serie de aspectos como los que siguen. En primer lugar, hay que destacar los aspectos específicos del cliente, esto son, la experiencia en las características técnicas de los sistemas contables desarrollados, así

como, el dominio de las políticas contables que rigen en la empresa. En segundo lugar, los relacionados con el sector de actividad al que pertenezca la empresa, es decir, la capacidad para entender la estructura organizacional, para conocer las características operativas y para controlar los factores externos que pueden afectar a la compañía. Por último, los aspectos relacionados con el profesionalismo y forma de trabajar de la firma de auditoría, es decir, la habilidad necesaria para aplicar las técnicas de auditoría más adecuadas según las características del cliente, las políticas que reflejan la función de utilidad de la firma de auditoría, los sistemas de formación de su personal impuestos por la firma, etc.

Si bien existen estudios previos (Goldman y Barlev, 1974; Nichols y Price, 1976; DeAngelo, 1981b) que asumen que generalmente la probabilidad de descubrir un error es positiva y fija, es decir, que todos los auditores en principio tienen la capacidad técnica suficiente, y que la independencia del auditor es la cuestión clave en la calidad del servicio, Deis y Giroux (1992) opinan que sin información sobre las capacidades técnicas del auditor, capacidad e independencia son atributos difíciles de desenmarañar. De hecho, Frederick y Libby (1986), entre otros, demuestran que el conocimiento del auditor afecta a su juicio.

2.3.2.2. La independencia del auditor

El segundo atributo que nos sirve para medir la calidad de la auditoría es la independencia³⁴, es decir, la probabilidad de que el auditor divulgue un error o defecto que haya detectado en los estados contables de su cliente. Es difícil hacer referencia a una única definición de independencia, dado que ni la literatura, ni la doctrina, ni los pronunciamientos normativos han conseguido ponerse de acuerdo sobre aquélla que mejor pueda expresar el concepto que subyace tras este atributo. Así, por ejemplo, de entre aquéllas que han sido aportadas a lo largo de los años podemos destacar las siguientes: “la habilidad para actuar con integridad y objetividad” (AICPA, 1985); “la habilidad para resistir la presión del cliente” (Knapp, 1985); “el medio por el cual el auditor demuestra que puede realizar su tarea de una manera objetiva” (FEE, 1995); la mencionada anteriormente aportada por DeAngelo (1981a): “la probabilidad condicional de informar de un error descubierto”; o en un ámbito más cercano, la que podemos encontrar en nuestra legislación “la ausencia de intereses o influencias que puedan menoscabar la objetividad del auditor” (Reglamento de la Ley de Auditoría de Cuentas, art. 36.2), o incluida en las Normas Técnicas de Auditoría “la independencia supone una actitud mental que permite al

³⁴ Para un trabajo en profundidad véase Vico Martínez (1997).

auditor actuar con libertad respecto a su juicio profesional, para lo cual debe encontrarse libre de cualquier predisposición que limite su imparcialidad en la consecución objetiva de los hechos, así como en la formulación de sus conclusiones” (ICAC, 1991).

A pesar de esta falta de consenso con respecto a su definición, de los dos atributos de la calidad, como opinan Richard y Vanstraelen (1999), éste es el que despierta mayor interés entre la comunidad investigadora, por un lado, dado el alto número de fallos de auditoría que se producen, y por otro, porque trabajos previos basados en experimentos (Kida, 1980; Campisi y Trotman, 1985; Barnes y Huan, 1993) demuestran que la mayoría de las veces los auditores son capaces de descubrir los errores o incorrecciones en el sistema contable de la compañía, lo que pone de manifiesto que no es la competencia técnica la mayor responsable de que las empresas reciban informes de auditoría más favorables que los que realmente se merecen.

Sin embargo, la competencia técnica y la independencia del auditor no son totalmente independientes, ya que una falta de independencia puede manifestarse mediante decisiones que reduzcan la competencia técnica efectiva (Arruñada, 1997). Es decir, para evitar detectar problemas materiales de los que no se desea informar, el auditor puede decidir no realizar todo el esfuerzo técnico de que es capaz con objeto de fallar en descubrirlos (Dopuch y King, 1996). Así, Paz-Ares (1996) sostiene que la calidad de la auditoría depende de tres variables: la probabilidad de que el auditor pueda detectar irregularidades en los estados contables, la probabilidad de que quiera detectarlas (colusión *ex ante*) y la probabilidad de que una vez detectadas quiera comunicarlas (colusión *ex post*). Por tanto, el auditor complaciente será aquel que con el fin de no descubrir una irregularidad que pueda ponerle en una situación embarazosa ante su cliente, reduce de antemano su esfuerzo, o bien, una vez detectada una incorrección, decide no divulgarla a través del informe de auditoría. Esta actitud del auditor puede venir acordada bilateralmente entre el auditor y los administradores o ser adoptada unilateralmente por el auditor con la esperanza de procurarse la confianza de los administradores y la consiguiente renovación del contrato.

Por tanto, la independencia del auditor tiene dos facetas que deben ser consideradas, por un lado, la independencia de hecho, y por otro, la apariencia de independencia o independencia percibida (Arruñada, 1997; Richard y Vanstraelen, 1999; Cañibano Calvo y Castrillo Lara, 1999; Comisión Europea, 2000). La primera de ellas es la que realmente presta credibilidad adicional a los estados contables auditados y es la ausencia de intereses o influencias que puedan menoscabar la objetividad del auditor y que, dado su carácter mental o psicológico, no es directamente

observable. Esta independencia queda comprometida cuando el auditor permite que el cliente use una política contable que cree que podría ser vista como un fallo de auditoría (Magee y Tseng, 1990). La apariencia de independencia es la que se puede medir a través del análisis de las percepciones de los usuarios y está formada por signos, señales o indicadores que sí son observables. La percepción del público sobre la independencia se basa en los incentivos que objetivamente tiene el auditor para obrar de manera independiente (Paz-Ares, 1996). Por tanto, podemos definir el riesgo de independencia, siguiendo a Johnstone et al (2001), como el riesgo de que la independencia del auditor se vea comprometida o pueda ser percibida como comprometida.

Esta doble cara de la independencia tiene su efecto sobre la actitud del cliente con respecto a la independencia del auditor. Según Watts y Zimmerman (1986), una compañía pagará por los servicios de auditoría sólo si existe probabilidad de que el auditor descubra rupturas de contrato, es decir, reduzca los costes de agencia. Por tanto, las empresas contratarán servicios de auditoría externa solamente si existe esa probabilidad, es decir, será el propio mercado por medio de incentivos privados el que motive a los auditores a mantener su capacidad e independencia, de lo contrario las empresas prescindirán de los servicios de los auditores (Cañibano Calvo y Castrillo Lara, 1999). Es más, el valor de la auditoría para el cliente será nulo si el auditor contratado no es percibido como independiente por los terceros (Dye, 1991; Reynolds y Francis, 2001). Por lo que, desde el punto de vista de una demanda voluntaria de auditorías, los clientes tienen incentivos para contratar auditores percibidos como independientes.

En cuanto a la auditoría legal, es decir, la que se realiza por sometimiento a la disposición legal que obliga a las empresas a someter sus cuentas anuales a revisión y no por causas contractuales, hace que las empresas se vean obligadas a pagar servicios de auditoría, al margen de que exista la probabilidad de que el auditor pueda actuar sobre los costes de agencia de la empresa. Teniendo en cuenta que la información a los usuarios externos de la empresa es un servicio que sólo puede ser proporcionado por los auditores, la auditoría legal afecta a la propia naturaleza de la auditoría. En este sentido, la contratación de servicios de auditoría obligatoria no está regulada por un mercado de oferta y demanda como el que regiría en el caso de auditorías voluntarias, y esto hace que desaparezca, en parte, los incentivos privados que obligarían al auditor a mantener su capacidad e independencia (Cañibano Calvo y Castrillo Lara, 1999).

Pero hay que tener en cuenta, además, que la demanda voluntaria de auditoría no es homogénea para todas las empresas. Es una demanda que surge como consecuencia de la estructura contractual de la empresa y, por lo tanto, precisará au-

ditorías de calidad diferenciada en función de los costes de agencia de cada empresa. Por tanto, la existencia de una demanda contractual de auditorías no significa que todas las empresas estén interesadas en obtener auditorías de calidad. En ocasiones los administradores pueden valorar más la complacencia del auditor y su disponibilidad a redactar un informe favorable sobre sus cuentas a pesar de que no se lo merezcan. Es decir, existen incentivos para la dependencia del auditor (Paz-Ares, 1996; Arruñada, 1997).

En este sentido, la independencia percibida del auditor, que es la que otorga valor a la información auditada, no es la realmente importante, dado que hay que considerar la posibilidad de que el auditor realice disminuciones oportunistas de su independencia real ante clientes que posean un alto poder de negociación, disminuciones que escapan a la percepción de los terceros. Según Cañibano Calvo y Castrillo Lara (1999), el problema de la independencia del auditor es un problema de información asimétrica, que se centra en la posibilidad de que el auditor, debido a la existencia de intereses o influencias, adopte un comportamiento oportunista, no divulgando información relevante que sobre la empresa ha obtenido en el desempeño de su actividad y que no es observable por el público en general.

Si bien pueden aparecer amenazas o riesgos de dependencia del auditor cuando existen relaciones personales, familiares o financieras con la empresa a auditar, las relaciones que pueden llevar mayores riesgos asociados son las económicas surgidas a partir de los servicios de auditoría u otros servicios prestados por los auditores a sus clientes. Las fuentes de poder con las que puede contar la empresa para ejercer presión con la intención de que el auditor emita una opinión acorde con sus expectativas son la capacidad para contratar y despedir al auditor, la capacidad para determinar los honorarios de auditoría y la potestad para definir las condiciones del trabajo del auditor. En estas circunstancias, el auditor deberá desarrollar ciertas habilidades para resistir las presiones de la firma, manteniendo así un comportamiento adecuado a los estándares profesionales en cuanto a la independencia y objetividad debidas (Goldman y Barlev, 1974). En este sentido, serán de ayuda aquellos mecanismos que puedan mitigar el riesgo de independencia y que puedan provenir de cualquiera de las partes interesadas en el buen funcionamiento del mercado de la auditoría. Nos referimos a los establecidos por los gobiernos de las corporaciones (comités de auditoría), por los sistemas reguladores (establecimiento de estándares, refuerzos), por las firmas de auditoría (revisiones, control de calidad, programas de competencia, cultura, etc.) y por las características individuales del auditor (deber público, ética, moral, etc.) (Johnstone et al, 2001).

En esta línea, y en respuesta a la necesidad de buscar salvaguardas de la independencia del auditor, la doctrina ha venido considerando que las cuasi-rentas que

se generan en la relación entre el auditor y el cliente pueden explicar el comportamiento de ambas partes en el mantenimiento de la objetividad y la fiabilidad en la divulgación de los errores materiales detectados en la información contable. Definiendo las cuasi-rentas como la diferencia de ingresos entre la actividad actual y la mejor alternativa posible (Klein et al, 1978), Arruñada (1997) señala la existencia de cuasi-rentas derivadas de la relación tanto para el auditor como para el cliente.

Para este último, las cuasi-rentas se derivan de que su propio personal está habituado a trabajar con cierta empresa auditora y deberá incurrir en costes adicionales para adaptarse a los procedimientos y las prácticas del nuevo auditor. Son, por tanto, los costes de transacción los que generan las cuasi-rentas del cliente.

Por su parte, hay dos fuentes principales de cuasi-rentas del auditor: una viene dada por la propia tecnología de la auditoría, que exige inversiones de arranque específicas o irrecuperables y la otra está en las inversiones en reputación.

Con respecto a las primeras, serían aquéllas que se derivan del conjunto de conocimientos específicos que el auditor, a lo largo de la relación con su cliente, va acumulando. Suponen una inversión inicial en adquisición o adaptación de tecnología, en contratación y formación de personal, etc. Cuanto mayor sea la empresa a auditar, mayor será el volumen de inversión a realizar en personal y en medios tecnológicos. Cuando un auditor pierde un contrato, el coste que tiene que asumir no sólo viene derivado de la pérdida en la inversión en tecnología de producción, sino también de la dificultad para reubicar la fuerza productiva liberada. El coste de dicha reubicación será mayor cuanto más estrecho sea el rango de servicios ofrecido por la firma de auditoría y más especializada esté en determinados sectores de actividad, ya que eso dificultará la canalización hacia otros empleos del excedente de capital humano debido a la especificidad de su formación (Paz-Ares, 1996; Arruñada, 1997)³⁵.

Con respecto a las cuasi-rentas obtenidas de la inversión en reputación, son aquéllas que se derivan de las rentas obtenidas del resto de clientes que posee el auditor en su cartera. Dichas cuasi-rentas se verán amenazadas cuando el auditor se vea descubierto comportándose de forma oportunista con alguno de sus clientes, ya que los honorarios se verán reducidos cuando el resto de clientes revisen a la baja los honorarios del auditor (por la disminución en la credibilidad de sus esta-

³⁵ Estos costes de independencia del auditor pueden llegar a ser mayores en épocas de recesión económica, en primer lugar, porque un mayor número de clientes experimentará problemas financieros por lo que demandarán al auditor una relajación de sus estándares y, en segundo lugar, porque la demanda de firmas de auditoría tenderá a disminuir a consecuencia del estancamiento económico lo que llevará a aumentar la dificultad de reubicar sus recursos (Arruñada, 1997).

dos contables derivada de la pérdida de reputación del auditor) o desaparecerán en el caso de que los clientes quieran cambiar de auditor (para evitar la pérdida de credibilidad de su información, buscando otros auditores que le ofrezcan la reputación requerida). Mientras que la pérdida de un solo cliente apenas aumentará la volatilidad de los rendimientos esperados por el auditor (si el auditor posee una cartera diversificada), la posibilidad de ser descubierto, es decir, la posibilidad de una sanción aunque sea simplemente reputacional, pone en juego los ingresos derivados de los contratos de los demás clientes y, en consecuencia, representa un riesgo mayor. La garantía de independencia será plena cuando la pérdida esperada de las cuasi-rentas generales (de los otros clientes) a consecuencia de una infracción de los deberes de independencia sea superior a la pérdida esperada de cuasi-rentas específicas del cliente. Por tanto, las firmas están motivadas a desarrollar y mantener una reputación de alta calidad para asegurar y proteger las cuasi-rentas que surgen de ellas, puesto que los costes de formación de la reputación constituyen una inversión no recuperable (Paz-Ares, 1996).

La existencia de activos específicos tanto para el auditor (conocimientos, costes de aprendizaje) como para el cliente (coste de transacción), generados con las inversiones de arranque y desarrollados con el paso del tiempo, hace que tanto uno como otro tengan incentivos en mantener la relación, ya que el valor de estos activos depende enteramente de la continuidad de dicha relación (Paz-Ares, 1996; Arruñada, 1997). Pero aunque el cliente tenga algo que perder con la terminación del contrato con el auditor, el valor de las cuasi-rentas que se asocian con el cliente son en proporción menos importantes que las asociadas al auditor. Eso hace que el cliente pueda considerar la posibilidad de presionar al auditor para que realice un comportamiento oportunista que le resulte favorable poniendo en juego la continuidad del contrato, ya que los beneficios de obtener un tratamiento más favorable superarán los costes de la posible pérdida del auditor si éste no se está de acuerdo con dicho comportamiento. Reynolds y Francis (2001) denominan dependencia económica a la situación que se produce cuando el auditor se enfrenta a la decisión de emitir una opinión más favorable que la que el cliente realmente merece para no perder las cuasi-rentas derivadas de dicho contrato.

Por tanto, la relación del auditor con el cliente conlleva una dependencia económica del primero con respecto al segundo que le incita a ser más favorable de lo que realmente merece para evitar perder el cliente, pero a su vez, existe un efecto de signo contrario entre el auditor y el resto de sus clientes que le lleva a actuar con independencia de cada cliente para no poner en juego las cuasi-rentas derivadas del resto de contratos. Siguiendo a Arruñada (1997), llamaremos coste de la independencia a la probabilidad de que el cliente cambie de auditor por el valor de las cuasi-rentas de ese cliente. Denominaremos coste de la dependencia a la prob-

abilidad de que la situación financiera del cliente degenera por el valor de la depreciación o pérdida de los activos específicos del cliente más la probabilidad de que se descubra el comportamiento dependiente por la disminución de los activos específicos de otros clientes y los específicos del auditor al aumentar su responsabilidad profesional.

El valor de los dos tipos de cuasi-rentas descritos, así como la probabilidad de que una actuación oportunista sea descubierta, serán variables que el auditor tendrá que considerar al tomar la decisión del tipo de opinión que debe emitir, esquema de decisión al que nos referiremos con más detalle en apartados siguientes.

Por tanto, la existencia de distintos tipos de cuasi-rentas supone una interacción entre ellas, de forma que el incentivo a la dependencia que encontramos anexo a las cuasi-rentas específicas de un cliente puede contrarrestarse con incentivos de signo inverso, por ejemplo, aumentando las cuasi-rentas que operan en sentido contrario. Esto puede lograrse con respecto a las cuasi-rentas vinculadas a otros clientes incrementando el número de clientes del auditor, ya que éstos, al demandar auditorías percibidas como independientes, exigirán que su auditor lo sea respecto a todos sus clientes (Arruñada, 1997). Por su parte, las cuasi-rentas del cliente vinculadas al auditor se aumentarán reforzando el coste del cambio de auditor para la empresa (Paz-Ares, 1996).

Otra amenaza a la independencia del auditor, debido a que supone un aumento en la dependencia económica con respecto a su cliente, se produce cuando la contratación lleva asociado *low-balling*. Este fenómeno es un instrumento que pueden utilizar los auditores para aumentar su competitividad en el mercado en el que operan y surge a partir de la diferencia en los costes de la auditoría en función del tiempo que el auditor lleve trabajando en la empresa (De Angelo, 1981b). Dado que, en la mayoría de las ocasiones, los costes de la primera auditoría son superiores a los costes de las auditorías siguientes debido al efecto de los costes de puesta en marcha o aprendizaje, el auditor para atraer nuevos clientes podrá ofertar a un precio que, si bien estaría por debajo de los costes de la auditoría del primer año, sería superior a los esperados para los años siguientes. De esta forma, las rentas obtenidas de ese cliente en los sucesivos años que dure el contrato tratarían de compensar las pérdidas en las que se ha incurrido al llevar a cabo la primera auditoría.

Según Paz-Ares (1996), la competencia existente en el mercado de auditoría presiona para que en el período inicial haya descuentos, ya que una vez que el auditor ha conseguido el contrato, y dadas las barreras de entrada que se producen por la inversión inicial necesaria, la competencia desaparece. Pero, a su vez, esto crea un incentivo a los auditores de mantener a sus clientes durante el período ne-

cesario para recuperar las pérdidas sufridas durante el primer ejercicio, lo cual, podría llevar a la posibilidad de que su independencia se vea comprometida en este intento de no perder al cliente (Dopuch y King, 1996). Si además a lo largo de la vigencia del contrato sobrevienen nuevas situaciones que requieran una mayor dedicación del auditor, por ejemplo, diversificación de la producción de la empresa o aumento de la complejidad de las operaciones financieras que realiza, eso estaría comprometiendo la calidad del servicio prestado por el auditor, ya que al margen de beneficio de los honorarios pactados³⁶ habrá que detraerle, no sólo este aumento de la dedicación del auditor no previsto, sino también la recuperación de los descuentos iniciales.

La evidencia empírica obtenida al respecto no es muy esclarecedora sobre el efecto que los descuentos de precios en las primeras auditorías, de existir, tienen sobre la calidad del servicio prestado. Algunos trabajos muestran que existe *low-balling*, es decir, que en los primeros años de contrato se detecta un descuento en los precios del servicio (Ettredge y Greenberg, 1990; Garsombke y Armitage, 1993; Deis y Giroux, 1996), pero que este descenso no persiste en los siguientes años, es decir, que el auditor intenta recuperar los precios a largo plazo (Simon y Francis, 1988; Gregory y Collier, 1996). En cambio, otros autores no encuentran evidencia de descuentos en precios tras los cambios de auditor (Butterworth y Houghton, 1995). No obstante, hay que destacar que estudios que detectaron la existencia de *low-balling* también obtuvieron que dicho fenómeno no reduce materialmente la calidad del servicio (Deis y Giroux, 1996; Dopuch y King, 1996). Desgraciadamente, dado que en España hasta la entrada en vigor de la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero de 2002 no ha sido obligatorio divulgar los honorarios que las firmas de auditoría obtienen de cada contrato realizado, no se han podido plantear estudios en el ámbito nacional que analicen si existen descuentos en los precios y, de existir, si afectan negativamente a la independencia del auditor. En el ámbito internacional vemos que aunque los pronunciamientos normativos previenen del efecto nocivo que esta práctica tiene sobre la independencia del auditor (AICPA, 1978; AARF, 1994; Libro Verde de la Unión Europea, 1996), el *low-balling* está permitido en Estados Unidos y en Australia, y sólo existen políticas restrictivas en Austria, Bélgica, Grecia, Italia y Portugal.

Otra amenaza a la independencia descrita por la literatura es la prestación por parte del auditor de otros servicios distintos de la auditoría, por ejemplo, consultoría, asesoría fiscal, etc. Los efectos que la prestación de otro tipo de servicios por parte del auditor tiene sobre la independencia son de distinta índole.

³⁶ En España, a diferencia de la mayoría de los países de la Unión Europea, los honorarios por el servicio de auditoría se pactan de forma anticipada.

Cuando el auditor suministra simultáneamente servicios de auditoría y consultoría puede crear conflictos de intereses, particularmente cuando recluta directivos de la empresa y está interesado en asegurar su éxito, o cuando instala un sistema de control de gestión y subsiguientemente, audita la relevancia y lo acertado de su propio trabajo. En estos casos, el profesional actuando como auditor y consultor no debe tener incentivos para divulgar deficiencias observadas durante la auditoría, ya que esto erosionaría el nombre de marca de su consultora (Simunic, 1984). Además, según Wines (1994), la actitud de apoyo requerida para la consultoría provoca la simpatía del auditor por la gerencia (Schulte, 1966) y llega a desviarse en la formación de juicios delicados (Carmichael y Swieringa, 1968). Incluso la propia profesión auditora reconoce el peligro que la prestación de otros servicios puede tener sobre su independencia, al menos así lo han expresado el 45,5% de los auditores de Cantabria encuestados en el trabajo de Martínez García et al (2000).

Pero el efecto más importante que ha sido destacado es que el aumento del beneficio debido a la consultoría puede actuar como incentivo para que los auditores soporten riesgos de auditoría más altos, comprometiendo así su objetividad (Beck et al, 1988). Al aumentar el volumen de los honorarios que provienen de un solo cliente, se está incrementando el riesgo de dependencia del auditor³⁷, ya que la pérdida de ese cliente supone, en términos de cuasi-rentas, un perjuicio mayor que si sólo presta servicios de auditoría. Si el cliente tiene conciencia del mayor peso que tiene en la cartera de clientes del auditor, puede utilizar ese poder para exigirle un tratamiento más favorable que el que realmente merece³⁸. Según Cañibano Calvo y Castrillo Lara (1999), si los equipos directivos de las empresas no fueran conscientes de las posibilidades de crear alianzas mediante la contratación con el auditor de servicios distintos de la auditoría, y de influir en su opinión, muchos de estos servicios serían prestados por otros profesionales. Afirmación que es sostenida por Beattie et al (1999), ya que obtienen que cuando el cliente demanda servicios no relacionados con las cuentas anuales, suele contratar a profesionales distintos del auditor de cuentas.

Otros autores, sin embargo, opinan que la existencia de este tipo de servicios beneficia al auditor porque obtiene un mayor conocimiento de la empresa, espe-

³⁷ Así, las Normas Técnicas de Carácter General (art. I.3.8.) dicen que “debe cuidarse especialmente la independencia cuando la percepción de honorarios por cualquier concepto de un cliente represente una proporción importante de los ingresos brutos totales del auditor de cuentas o sociedad de auditoría” (ICAC, 1991).

³⁸ Hay países que tienen establecidas restricciones sobre el porcentaje máximo de honorarios que un auditor puede obtener de un sólo cliente (Austria el 30%, Dinamarca el 20%, Alemania el 50%, Irlanda el 10% y Reino Unido el 10%), pero en ningún caso estas restricciones tienen en cuenta los honorarios procedentes de servicios prestados no relacionados con la auditoría de cuentas.

cialmente de sus activos intangibles y porque la contratación de expertos le aportan una mayor información para el juicio a emitir (Arruñada, 1997). En esta línea, Simunic (1984) obtiene en su estudio que los honorarios de auditoría de los clientes que tienen contratados servicios no de auditoría son más altos que los de los clientes que no los tienen. Este autor justifica este resultado apuntando que este sobreprecio se produce como consecuencia del conocimiento incremental que surge al suministrar los dos servicios. En cambio, Firth (2002) muestra la existencia de una serie de eventos que demandan servicios de consultoría en la empresa y que a su vez exigen un nivel más alto de auditoría. De hecho, después de controlar estos factores este autor no obtiene relación entre ambos tipos de honorarios.

Estos servicios aumentan la renta que el auditor obtiene del cliente, luego ponen en peligro la independencia que el auditor tenga con respecto a dicho cliente. No obstante, si bien es cierto que los contratos de auditoría son por término medio más largos cuando incluyen servicios distintos de los de auditoría que cuando no los incluyen (Catanach y Walker, 1999), algunos autores han defendido la independencia del auditor a pesar de ser oferente de estos servicios. Así, Lowe y Pany (1996) obtienen que los usuarios de los estados financieros no perciben que la independencia quede dañada cuando el personal de auditoría presta otro tipo de servicios, mientras que, por su parte, Arruñada (1999) sostiene que, si bien el suministro de otros servicios aumenta la renta obtenida de un cliente, también es cierto que aumentará las rentas del resto de los clientes que se acojan a este tipo de servicios, por lo que en términos relativos la independencia del auditor no tiene por qué verse amenazada.

Con respecto a la evidencia empírica obtenida, Wines (1994) y Firth (2002) muestran que los auditores son más reacios a cualificar los estados financieros de una compañía dada cuanto más altos niveles de consultoría obtienen de ella³⁹. Estos autores aportan dos razones que justifican estos resultados, el deterioro de la independencia del auditor en presencia de altos niveles de honorarios de servicios de consultoría o la clarificación de las incertidumbres y desacuerdos previos a la auditoría gracias a que el auditor presta este tipo de servicios. Independientemente de cuál sea realmente el motivo de esa relación entre los servicios de asesoramiento y la recepción de opiniones favorables, el hecho es que estos resultados consiguen poner en duda la independencia del auditor cuando altos niveles de servicios ajenos a la auditoría son suministrados a sus clientes. Usuarios de la información contable, observadores racionales y otras partes interesadas pueden concluir que

³⁹ Otros trabajos, sin embargo, no obtienen evidencia de relación entre las opiniones calificadas y la prestación de servicios distintos a la auditoría (Barkess y Simnett, 1994; Craswell, 1999; Craswell et al, 2002).

a causa del más alto nivel medio de honorarios obtenidos de los servicios distintos de la auditoría, los auditores son más reacios a cualificar y, por tanto, el informe de auditoría emitido no aporta credibilidad alguna a la información financiera de la empresa auditada.

Ante esta consecuencia de la apariencia de dependencia de los auditores que están suministrando servicios no de auditoría se han pronunciado distintos países, así, en noviembre de 2000, la SEC adoptó una nueva norma que prohíbe a las firmas auditoras proporcionar servicios de consultoría a los clientes que audita (Palmrose y Saul, 2001). Bélgica, Francia e Italia prohíben la provisión de cualquier servicio distinto de la auditoría, mientras que otros países de la Unión Europea permiten sólo los servicios de asesoría fiscal y financiera. En Reino Unido y Australia no se imponen restricciones a la prestación de otro tipo de servicios pero se requiere la divulgación de los honorarios que por estos conceptos perciba el auditor.

2.3.2.3. La relación entre la calidad del auditor y la naturaleza del informe de auditoría

Como se ha analizado, existen dos aspectos por los que la calidad de la auditoría debe estar relacionada con la opinión que una empresa recibe de su auditor. En primer lugar, el mercado de auditoría está diferenciado por la calidad del servicio, esto implica que las firmas de auditoría, con la intención de satisfacer toda la demanda, ofrecen servicios de distinto nivel de calidad. Si la calidad se mide a través del conocimiento y la independencia del auditor, esto significa que las distintas firmas de auditoría poseen distintos niveles de conocimiento e independencia, por lo que la detección y la divulgación de los errores contenidos en los estados contables de una empresa van a depender del auditor que tenga contratado.

En segundo lugar, la investigación previa ha demostrado que la calidad de la auditoría afecta al comportamiento del auditor en cuanto a la decisión sobre qué tipo de informe emitir (Krishnan y Krishnan, 1996; Francis y Krishnan, 1999; Reynolds y Francis, 2001). Con respecto al proceso de decisión del auditor, Kida (1980) distingue entre la identificación de los problemas de la empresa y la emisión de informes cualificados. La identificación de un cliente como receptor potencial de una cualificación dependerá de la calidad de su información contable y de la capacidad del auditor para detectar errores en la misma. Por otra parte, la emisión efectiva de un informe de auditoría no limpio dependerá, una vez dado lo anterior, de la independencia del auditor.

De esta forma, el conocimiento o la capacidad técnica del auditor, como atributo que refleja la probabilidad de que pueda descubrir los errores contenidos en los estados contables formulados por la empresa, está directamente relacionado con la probabilidad de que la empresa reciba un informe de auditoría adverso. En efecto, si el conocimiento está relacionado con un conjunto de técnicas y herramientas de análisis, procedimientos informáticos y rutinas de trabajo, cuanto mayor sea la cantidad y calidad de los mismos, más difícil será que una incorrección en la información contable pase desapercibida. Asimismo, cuanto mayor sea la habilidad en el manejo de dichas técnicas y procedimientos, más posibilidad tendrá el auditor de poder adaptarlas a las peculiaridades del cliente y, por tanto, conseguir un grado de escrutinio y análisis conveniente en cuanto al nivel de evidencias a obtener. En este sentido, la evidencia empírica es contradictoria, ya que mientras Carcello et al (1995) obtienen que las firmas de auditoría más estructuradas muestran una mayor propensión a emitir salvedades por gestión continuada que el resto de las firmas, Mutchler y Williams (1990) no encuentran relaciones significativas entre ambas variables. Por último, cuanto mayor sea su experiencia en empresas que trabajan en el mismo sector de negocios que el cliente, más información habrá adquirido sobre las particularidades de esa actividad y sobre los puntos en los que debe incidir por tener mayor riesgo de incorrecciones. De la misma manera, tendrá desarrolladas técnicas y procedimientos especialmente adaptados a las características de dicho sector lo cual le permitirá ser más eficaz en la detección de errores materiales en las cuentas de la empresa. Empíricamente, De Fuentes et al (2000) obtienen que la especialización del auditor está relacionada con la probabilidad de que la empresa obtenga una cualificación por gestión continuada. En resumen, cuanto mayor sea su conocimiento más probable será que de existir errores en los estados contables éstos sean descubiertos y, por consiguiente, el informe sea no limpio.

Por otro lado, podemos decir igualmente que la independencia del auditor influye en la obtención por parte del cliente de una opinión adversa. Resultados en este sentido se han puesto de manifiesto en trabajos que han controlado el comportamiento del auditor en cuanto al tipo de opinión emitida cuando se enfrenta a una empresa que puede incrementar su riesgo de litigio, ya sea porque su tamaño o su nivel de ajustes al devengo sean importantes. En estos contextos se ha puesto de manifiesto que los auditores de mayor independencia⁴⁰ son más propensos a cualificar los informes que el resto (Krishnan y Krishnan, 1996; Francis y Krishnan, 1999; Reynolds y Francis, 2001, Krishnan; 2002). A la luz de estos resultados pode-

⁴⁰ Midiéndose dicha independencia en función de la imagen de marca de la firma de auditoría, es decir, si pertenecen o no a las grandes firmas internacionales de auditoría.

mos concluir diciendo que podemos esperar que cuanto más independiente sea el auditor más probabilidad tendrá de divulgar los errores que detecte en los estados financieros del cliente, por ello, para disminuir la probabilidad de recibir una opinión adversa, se deberá elegir auditores más dependientes, porque de esta forma el cliente tiene más capacidad para actuar sobre ellos.

2.3.3. La negociación entre el auditor y el cliente

Llegado el momento, las dos partes se sientan a negociar qué contenido tendrá la información contable que va a divulgar la empresa, pero para llegar a este consenso es imprescindible que las dos partes pongan sobre la mesa las valoraciones que individualmente hayan realizado sobre la gestión de la empresa e inicien un proceso de acercamiento de las mismas. El socio encargado de la auditoría es el responsable para evaluar el gran volumen de evidencia obtenida a través de la auditoría y discutir los hallazgos con el cliente, normalmente con el director financiero (Beattie et al, 2000). El conocimiento del auditor y la evidencia reunida están limitados por restricciones de los honorarios de auditoría, los costes y el tamaño absoluto de los registros contables de los clientes (Gibbins et al, 2001). Baiman et al (1987) consideran al auditor como un sujeto adverso al riesgo y que busca la eficiencia en su trabajo, luego su función de utilidad está compuesta de sus honorarios menos el esfuerzo de auditoría. En función del esfuerzo que le dedique a la auditoría pasará de no aprender nada a comprobar con certeza la calidad de la información financiera. Es decir, siempre es posible una auditoría más exacta sólo que a un coste más alto, dependiendo de quién vaya a asumir esos costes, así será el grado de exactitud de la valoración del auditor (Antle y Nalebuff, 1991). Por tanto, es decisión del auditor la ampliación costosa de las pruebas y si acepta o rechaza las afirmaciones de la dirección de la empresa (Zimbelman y Waller, 1999).

Según Thoman (1996), si el auditor decide trabajar duro y ha asumido el coste de una auditoría más extensa no querrá nunca emitir una opinión que no merezca la empresa. Hay que tener en cuenta que cuando el cliente presenta su cuenta de resultados al auditor sus ganancias reales no son conocidas, sino que el auditor actual obtiene su propia e independiente estimación de estas ganancias mediante la información obtenida de la realización de una auditoría que podemos considerar normal para calcular una estimación sobre los resultados de la empresa. Esta estimación le lleva a presentar un estado financiero al cliente para el cual estará dispuesto a dar una opinión favorable. El cliente puede aceptarlo o rechazarlo. En el primer caso, el informe es emitido y el auditor corre el riesgo de incurrir en pérdidas debido a las posibles incorrecciones que no haya descubierto. Si el cliente re-

chaza esta propuesta, se extenderán los procedimientos de auditoría aumentando, por tanto, el coste de la auditoría. Tras esta segunda auditoría, el auditor obtendrá una más exacta estimación de los resultados que dará lugar a una cantidad a divulgar⁴¹ que el cliente tendrá que considerar si le parece oportuna o si prefiere reemplazar al auditor (Dye, 1991), en cualquier caso esta vez la opinión estará más fundamentada (Thoman, 1996).

Si bien esta sería la actuación general, la posición del auditor ante un cliente que puede realizar imposiciones sobre el tipo de opinión que desea obtener es distinta. El gerente sabe más sobre sus estados contables y asuntos económicos que el auditor y, por tanto, si tuviera motivos, tendría la oportunidad de emitir información incorrecta, esta asimetría en el conocimiento se refleja en la ambigüedad que rodea al auditor y no al auditado (Zimbelman y Waller, 1999). De forma que, aunque el auditor debe ser capaz de contrarrestar el problema de errores no intencionados del cliente haciendo más extensiva la auditoría, esto no es tan fácil en el caso de errores deliberados, ya que es improbable que mayores esfuerzos aumenten significativamente la probabilidad de detección. Los gerentes que quieran ocultar información tendrán la auditoría en mente cuando determinen la forma de llevar a cabo la ocultación y actuarán de forma que ésta no sea descubierta por el auditor. Por tanto, la probabilidad de realizar auditorías imperfectas aumenta con el beneficio del gerente de falsear la información, ya que cuanto más intencionadas sean las incorrecciones contenidas en los estados contables menos probable es que sean detectadas (García Benau y Humphrey, 1995; Datar y Alles, 1999).

Hay dos consideraciones que el auditor deberá hacerse previamente a la asunción de que el cliente puede ocultarle o falsearle la información. En primer lugar, si el gerente no sabe si se está enfrentando a un auditor conservador o no, porque sea su primera auditoría o porque hasta entonces los estados financieros no presentaban errores intencionados, se cuidará más de publicar unos estados financieros con incorrecciones intencionadas (Datar y Alles, 1999). Por otro lado, si los resultados divulgados por la empresa no son buenos, esto le puede llevar al auditor a confiar más en la credibilidad de los resultados que en el caso contrario. Esto se basa en la existencia de cierto nivel de resultados de la empresa que es considerado deseable por los propietarios de la misma, de forma que existe una importante presión sobre el gerente para que obtenga unos resultados que alcancen al menos dicho nivel. Por tanto, si el nivel de resultados admitido por el gerente está por debajo de los exigidos por los propietarios de la empresa, el auditor podrá inferir que

⁴¹ Dicha cantidad no es la valoración más exacta que el auditor puede hacer de las ganancias de la empresa, ya que se refiere únicamente al valor que minimiza la responsabilidad legal del auditor obtenido tras realizar su trabajo de auditoría.

esas cuentas anuales son fiables, puesto que dan prueba de que el cliente asume la responsabilidad de haber realizado una gestión no deseada por los propietarios. En cambio, si el resultado ofrecido por el gerente supera el límite impuesto por los accionistas, el auditor se planteará si realmente esto se debe a una gestión excelente del gerente o una falsa representación intencionada de la realidad económica en las cuentas anuales. Es ante resultados deseados cuando el auditor deberá decidir si aumentar la intensidad de su trabajo de auditoría para determinar la razonabilidad de esos resultados (Datar y Alles, 1999). Baiman et al (1987) afirman que cuanto mayores sean los resultados incluidos en el informe del cliente, mayor es el esfuerzo de auditoría a realizar para que el auditor consiga una auditoría eficaz. Además, el dilema del auditor sólo surge ante aquellos clientes que quieren una opinión limpia sobre los estados financieros presentados al auditor. El resto de clientes que aceptan un dictamen adverso sobre cuentas anuales que merecen esta opinión no le suponen ningún problema. El auditor sabe que sólo una fracción de las firmas que exigen opinión limpia verdaderamente se la merecen, por tanto, existe la posibilidad de sobrevaloración de las cuentas anuales del cliente si las cuentas no son auditadas cuidadosamente.

Así, por ejemplo, dado que el cliente tiene mejor conocimiento del estado de sus finanzas que el auditor, puede aprovecharse de los errores de auditoría cometidos por éste para mostrar unos resultados más altos que los reales, bastaría con protestar ante cualquier recorte de los mismos presionando para que se aumenten las pruebas de auditoría que corrijan este supuesto error, permaneciendo callado ante las sobrevaloraciones de ingresos que haya realizado el auditor. Esta asimetría del comportamiento del cliente afectará a los propósitos del auditor para alcanzar una conclusión sin desviación. Si el auditor intuye esta estrategia por parte del cliente, su única respuesta útil será mostrar una actitud conservadora en la negociación, de forma que compense el sesgo que en el otro sentido tendrá el comportamiento del cliente. Además, cuanto más conservador se muestre el auditor, más posibilidad habrá de forzar una extensión de la auditoría y, por tanto, más seguridad tendrá en acercarse a una valoración más exacta. En cambio, si el auditor quiere evitarse trabajar más (quizá porque el coste de una extensión de la auditoría esté pactado para que sea asumido por él) ofrecerá unos resultados tan altos como para asegurar que el cliente siempre aceptará dichos estados contables (Antle y Nalebuff, 1991), ahorrándose el auditor el coste de la segunda auditoría.

No obstante, en ocasiones esta desviación es difícil de corregir dado que puede haber sido asumida por el propio auditor. Según Bazerman et al (1997) y King (2002), la relación que los auditores se esfuerzan en desarrollar con el cliente puede incluir la dificultad psicológica del auditor para hacer juicios sinceros e independientes. Los auditores se van adaptando inconscientemente a las pequeñas

imperfecciones de las prácticas contables de la empresa, de forma que surge un sesgo de manera inconsciente y no intencionada en la etapa de formación de juicios⁴². Entonces el problema no está en el deseo de ser injusto, sino en la capacidad del auditor para interpretar la información de manera imparcial. Una de las más importantes influencias no objetivas sobre el proceso de información es el propio interés. Esta desviación psicológica es mayor cuanto mayor es la competencia en el mercado de la auditoría y cuantos más servicios preste el auditor al mismo cliente. Cuando el auditor toma decisiones no puede identificar a aquéllos a los que va a dañar con su error. Sabe que algunos podrán perder cantidades pequeñas de dinero, pero no tiene más información. En cambio, es probable que esté mejor informado y conozca a la gente que dentro de la empresa sufriría las consecuencias de una opinión adversa. Además, las consecuencias negativas de una opinión adversa probablemente serán inmediatas —pérdida de la amistad del cliente, posible pérdida del contrato y posible desempleo—, mientras que los efectos de un informe favorable, cuando el contrario es más apropiado, serán considerados de menor importancia porque se esperan lejos en el tiempo.

En estas circunstancias, si aumenta el incentivo del auditado para ocultar información, aumentarán la cantidad y la importancia de los errores, lo que provoca, según Zimbelman y Waller (1999), una respuesta en los auditores consistente en aumentar su muestra y el porcentaje de rechazo de los valores afirmados. De la misma forma, si aumenta la ambigüedad del auditor respecto al proceso generador de evidencias aumentará la muestra a pesar de los incentivos de los clientes a reflejar incorrecciones.

Avancemos un poco más en nuestra ilustración para encontrarnos ante un auditor que ha obtenido evidencias que apoyan que las cuentas anuales poseen incorrecciones significativas pero que el cliente no acepta corregir. Es en esta situación cuando las dos partes deberán hacer uso de sus estrategias y mostrar su poder en la negociación para conseguir que el resultado de la misma no se aleje mucho del objetivo deseado.

2.3.3.1. El poder de negociación del cliente estratégico

Un aspecto importante del proceso de negociación para resolver un conflicto y que tiene un impacto significativo sobre el resultado es el poder de negociación o estrategia que desarrollan las partes envueltas en el proceso (Murningham y Ba-

⁴² Si los sesgos surgen en la etapa de información serían sesgos deliberados.

zerman, 1990; Gibbins et al, 2001). Como hemos argumentado, el gerente, para maximizar sus ingresos, deberá alcanzar determinado nivel de resultados ya que de esta forma los accionistas o propietarios estarán satisfechos con su gestión. Esto implica que el gerente tiene un gran incentivo en publicar unos estados contables que contengan unos resultados de esa magnitud, lo cual puede hacer que intente aumentar artificialmente los realmente obtenidos para poder optar a un mayor nivel de remuneración. Con un auditor estratégico, la asimetría de información sobre el futuro conservadurismo del auditor con respecto al cliente juega un papel muy importante. El cliente no conoce la posición del auditor hasta que lo ha contratado, ya que una vez que el auditor muestra su valoración sobre las cuentas anuales de la empresa es cuando el cliente realmente conoce su facilidad para emitir informes favorables, es decir, el grado de conservadurismo del auditor. Por tanto, si se asume que los errores de auditoría específicos de cada auditor no se conocen a priori, un informe no limpio es un indicador de la valoración que el auditor hace de la firma (Teoh, 1992).

Por tanto, es después del primer ejercicio auditado cuando el cliente puede plantearse mantener a dicho auditor o el cambio hacia un nuevo auditor. De esta forma, la opinión que recibe del auditor es una buena estimación de las opiniones que puede esperar del futuro si no cambia de firma ya que, como muestran los resultados de Salterio (1996) y Salterio y Koonce (1997), en la mayoría de los casos los auditores hacen uso de los precedentes cuando juzgan el apropiado tratamiento contable de alguna operación, lo que implica que el cliente puede esperar una uniformidad en el tratamiento de los conflictos contables a lo largo de los ejercicios. Esto se refleja en una fuerte persistencia en la opinión de auditoría, es decir, hay una gran tendencia a que la opinión se reitere en el tiempo. Tendencia que, cuando se produce un cambio de auditor, se rompe dándose lugar a cambios de opinión (Lennox, 2000).

En función del nivel de calidad que el cliente perciba en su auditor, la estrategia a seguir en la negociación se planteará de forma distinta. Así, si el objetivo es obtener un informe de auditoría limpio y se encuentra ante un auditor de baja calidad podrá tener más posibilidades de que el resultado de la negociación le sea favorable que si el auditor es de alta calidad, ya que éste tendrá más recursos para resistir las presiones de su cliente.

El poder de la compañía reside en que ella es la que elige al auditor, determina sus condiciones de empleo y le despide. El gerente es el que le facilita al auditor la información que éste necesita para llevar a cabo sus responsabilidades, conoce el precio por el que puede contratar a un nuevo auditor y el valor que le reporta el que le audite otra firma. Por su parte, la fuente de poder del auditor reside funda-

mentalmente en conocer el coste de su auditoría y los costes de arranque del cliente con un nuevo auditor y en los servicios prestados al cliente, pero esto último depende de la naturaleza del problema que resuelve (la mayor parte de los problemas que enfrentan los auditores son rutinarios y no requieren mucho juicio profesional) y de la parte que se beneficia de los servicios que presta (los usuarios primeros de sus servicios no son los que los pagan). Según Bazerman et al (1997), la independencia del auditor se ve amenazada cuando es pagado, contratado e incluso despedido por las organizaciones que audita más que por la gente a la que ostensiblemente representa. Como podemos ver, el análisis de las fuentes de poder muestra una clara asimetría a favor de la empresa, ya que la existencia de presiones para violar las reglas profesionales de conducta son inherentes a la relación entre el auditor y el cliente, mientras que la habilidad del auditor para resistir esas presiones es limitada (Goldman y Barlev, 1974; Arruñada, 1997).

2.3.3.2. La posición del auditor ante un cliente estratégico

Según demuestra Goodwin (2002), la forma en que los auditores resuelven conflictos depende de la naturaleza y seriedad del conflicto, así como del tamaño y de los mecanismos de gobierno del cliente. Esta autora pone de manifiesto que durante el proceso de negociación el auditor es consciente del poder del cliente, pero también está seguro del riesgo de fallo de auditoría si cede ante la postura inicial del cliente. En efecto, si el auditor informa de incorrecciones en las cuentas anuales y el informe de auditoría propuesto es demasiado conservador, el cliente buscará un mejor informe y cambiará de auditor, perdiendo éste los activos específicos asociados a ese cliente y ganando ciertos efectos positivos sobre su reputación ya que su independencia se verá reforzada ante los usuarios de los estados contables. Si a pesar de emitir un informe de auditoría no limpio el cliente no rompe la relación, el único resultado esperado, de darse, será ganar un efecto positivo sobre su reputación. Si, por el contrario, el auditor avala unos estados financieros que exageran la posición financiera de la empresa con una opinión favorable, las consecuencias dependerán de cómo evolucione la situación del cliente. Si la empresa inicia un proceso serio de deterioro financiero, se depreciarán o desaparecerán los activos específicos que el auditor posee de ese cliente, paralelamente disminuirán los activos específicos de otros clientes (pérdida de reputación) y los activos específicos de la firma de auditoría, aumentando su responsabilidad profesional. En cambio, si el cliente no entra en crisis, no habrá ningún efecto. Por tanto, la decisión del auditor sobre el tipo de informe de auditoría a emitir estará en función de las probabilidades de cambio de auditor y de quiebra que estime del cliente (Arruñada, 1997), y de los costes derivados de litigios y de pérdida del cliente. Siguiendo

a Teoh (1992), los costes derivados de litigios por negligencia del auditor serán igual a la probabilidad que exista de demanda y al tamaño esperado de la sanción (que disminuirá cuanto mayor sea la empresa ya que menor será su riesgo). Los costes de perder al cliente dependerán de los costes directos (capacidad ociosa y coste de atraer nuevos clientes) e indirectos (desacuerdos con nuevos clientes por la opinión o por los honorarios), la pérdida de cuasi-rentas futuras si se contrató *low-balling* y la pérdida, si los hubiera, de servicios no de auditoría prestados al cliente.

Por tanto, el auditor, según Goldman y Barlev (1974), se encuentra sometido a tres tipos de presiones que amenazan su independencia. En primer lugar, el conflicto de intereses entre el auditor y el cliente, que se establece porque este último quiere un informe limpio ante los terceros y el auditor quiere un informe de auditoría que se ajuste a los estándares. En segundo lugar, el conflicto entre el gerente y los accionistas, donde los primeros quieren un informe limpio para preservar sus intereses y los accionistas un informe fiable en el que basar su toma de decisiones y, la remuneración del gerente. Por último, el conflicto entre su propio interés y los estándares profesionales, donde paradójicamente el auditor puede ganar si viola los estándares o perder por rehusar violar esos estándares. A continuación vamos a ver de forma más detallada las posibilidades del auditor estratégico ante un cliente que presiona para obtener una opinión favorable.

2.3.3.2.1. Los costes asociados a la pérdida del cliente

Siguiendo a Teoh (1992), cuando el valor de la firma es estático en el tiempo⁴³, si la empresa recibe una opinión limpia y los errores de auditoría del auditor permanecen constantes, la empresa recibirá una opinión limpia de éste en el siguiente ejercicio. Por tanto, no habrá cambio de auditor en esta situación ya que la empresa no sabe la opinión que recibiría de un nuevo auditor porque los errores de auditoría de éste no son los mismos que los del auditor actual y porque cree que la valoración de su auditor es más favorable que la de cualquier otro elegido al azar. Además, un beneficio inmediato de continuar la relación entre el auditor y el cliente es el ahorro sustancial en tiempo y esfuerzo de ambas partes en que el auditor se familiarice con los procedimientos contables del cliente (Levinthal y Fichman, 1988).

En las mismas condiciones, si la empresa recibe una opinión cualificada de su auditor actual y no cambia de auditor seguramente recibirá esa misma opinión en

⁴³ Estático en el sentido de que la existencia o ausencia de incidencias que provocan una opinión adversa se mantiene más allá de un ejercicio.

el siguiente ejercicio. Pero puede obtener una opinión limpia de un nuevo auditor ya que, como hemos mencionado, los errores de auditoría son distintos. La decisión de cambiar o mantener al auditor dependerá de la relación entre los costes del cambio y los costes de obtener una nueva opinión cualificada y de la valoración que la empresa haga de sí misma. Por tanto, el beneficio del cambio, que surge si aumenta la probabilidad de una opinión limpia del nuevo auditor, es medido por la diferencia en probabilidad de recibir una opinión limpia entre el auditor nuevo y el saliente multiplicada por el coste de recibir una opinión no limpia (Teoh, 1992). El auditor será reemplazado con más probabilidad cuanto más favorable sea la percepción del cliente de la condición financiera de la firma con respecto a la del auditor. Y no será cambiado cuando el cliente no sepa más sobre la condición financiera que el auditor revelando en los estados financieros esa información (Dye, 1991).

Es decir, que la decisión de cambiar de auditor del cliente se fundamentará en la información que sobre este acontecimiento tenga que hacer el auditor, la repercusión del anuncio del cambio en el resto de contratos del cliente y la reacción del mercado ante dicho cambio (Dye, 1991; Arruñada, 1997). De forma que, si los usuarios pudieran penalizar a las empresas que cambian de auditor, compensando así el beneficio de emitir los estados contables que a los gerentes les convengan, entonces la amenaza del cambio no sería creíble por el auditor, por lo que su independencia no se vería amenazada (Magee y Tseng, 1990).

Si el cliente pudiera conocer de antemano la opinión a recibir de un nuevo auditor, su problema quedaría reducido considerablemente. En este caso, el auditor tras investigar los datos presentados por el cliente le propone un informe de auditoría. Si al cliente no le gusta, puede buscar una segunda opinión de un nuevo auditor. Tras observar los dos informes de auditoría, el cliente decide qué auditor va a contratar. Para el cliente es una actuación óptima mantener al auditor actual si recibe una opinión limpia de éste y, si la opinión no es limpia, cambiar sólo cuando el nuevo auditor le ofrezca una opinión limpia. Cuanto mayores sean los costes del cambio más aislado de la competencia estará el auditor actual ya que más alto será el cociente entre los costes del cambio y los de obtener un informe de auditoría no limpio y menos probabilidad habrá de que la empresa decida cambiar de auditor. El auditor actual sabe que si emite una opinión no limpia, la empresa consultará a un nuevo auditor y si éste otorga una opinión favorable, será reemplazado, luego su decisión tendrá que tener en cuenta la probabilidad de que el auditor nuevo otorgue una opinión limpia (Thoman, 1996; Matsumura et al, 1997). Paz-Ares (1996) describe el dilema del auditor ante la posibilidad de ser sustituido por otro profesional más complaciente para el caso de las pequeñas firmas de auditoría. Se trata de que la empresa que se haya propuesto ocultar una irregularidad amenazará

con contactar con muchos auditores en busca de alguno que le ofrezca ciertas garantías de amabilidad (compra de opinión). La inclinación del auditor tentado a ser complaciente aumentará a medida que estime que es más posible que lo haga alguno de sus compañeros. En este caso, pensando que de todos modos lo va a hacer otro (deteriorando la reputación del colectivo), sentirá menos reparo en hacerlo él (beneficiándose del precio). La probabilidad de que el primer auditor se niegue a relajar el control está en relación inversa con la probabilidad, subjetivamente estimada, de que otro no lo haga. Aunque colectivamente les interesaría a todos los auditores no relajar el control, individualmente puede resultarles provechoso hacerlo. La eficacia de la amenaza de cambiar de auditor se haya facilitada por la apertura e indeterminación de buena parte de los estándares contables que ofrecen al auditor un cierto campo de maniobra para ocultar su conducta complaciente (Paz-Ares, 1996). Cuando los estándares contables son tan específicos que todos los auditores están de acuerdo sobre cómo aplicarlos a un cliente dado, la amenaza de compra de opinión es inefectiva y el auditor no tiene incentivos en aprobar una política contable que sea incorrecta (Magee y Tseng, 1990).

Como antes anticipábamos, hay dos circunstancias que pesarán en el auditor cuando éste decida el tipo de opinión a emitir. Nos referimos a la existencia de *low-balling* y de servicios distintos de la auditoría, ya que en presencia de cualquiera de ellos, el coste de pérdida del cliente se agrava considerablemente. En el caso del *low-balling*, la existencia de costes de transacción (De Angelo, 1981b) o la inobservabilidad de las cuasi-rentas (Dye, 1991) permiten que los auditores realicen descuentos iniciales en el precio de la auditoría con la intención de, una vez conseguido el contrato, recuperar dichos descuentos en los ejercicios siguientes en los que los costes de la auditoría son menores. La recuperación de esta inversión está ligada a que el auditor no sea reemplazado, ya que son específicas del cliente, de forma que la pérdida del contrato antes del tiempo estimado de duración por el auditor, impedirá la recuperación de la inversión inicial. Si, además, el auditor tiene contratado un amplio volumen de servicios distintos de la auditoría, también verá amenazada la prestación futura de éstos, ya que el cliente preferirá obtenerlos del nuevo auditor para así favorecer las economías de escala.

Por su parte, el auditor al que se le ha pedido un informe de auditoría alternativo se enfrentará a los mismos riesgos que el saliente. Si otorga una opinión limpia, puede capturar a ese cliente, pero puede enfrentarse a penalizaciones legales si se le descubre incumpliendo sus responsabilidades. Para afrontar su decisión, el auditor consultado tiene dos fuentes de información. Por un lado, si bien es improbable que pueda consultar los libros de la empresa, podrá tomar una visión preliminar de los datos financieros públicos del cliente y formar una opinión independiente de la situación real de la firma. Esta información inicial podrá ser ampliada por cliente.

Por otro lado, el hecho de que el cliente esté buscando una opinión alternativa significa que debe haber recibido un informe no limpio del auditor actual. Por tanto, tendrá que emitir su opinión en función de la información inicial de que disponga y de la creencia sobre el tipo de opinión emitida por el otro auditor (Thoman, 1996).

A modo de resumen, y siguiendo a Dye (1991), podemos decir que la decisión de cambio del auditado se basará en la valoración que el auditor haga de la empresa en su informe, en la calidad de la información privada que el auditor divulgue sobre el cliente, en la ejecución del auditor de sus obligaciones de informar, en la interpretación que los terceros hagan de los estados contables y en el precio de los servicios de auditoría.

2.3.3.2.2. Los costes derivados de posibles litigios

Como hemos comentado, la otra alternativa del auditor cuando la empresa no está dispuesta a volver a recibir un informe de auditoría no limpio es actuar de una forma más complaciente con la gestión realizada en la empresa. Es decir, el auditor, comportándose racionalmente, habrá sopesado las consecuencias de actuar a favor o en contra de los deseos de la empresa y ha determinado que no le conviene enfrentarse a los costes anteriormente mencionados de pérdida del cliente. Pero actuar según los deseos de la empresa para retener al cliente le hará incurrir en otro tipo de riesgos que son los derivados de ser descubierto y demandado por negligencia.

Por colusión se entienden los acuerdos privados y extralegales mediante los cuales los agentes acuerdan actuar de forma no deseada por el propietario (Baiman et al, 1991). Esto es, auditor y gerente se avienen a actuar en una línea distinta a aquella por la que les contrataron y esta actuación les llevará, en el caso de ser descubierta, a tener que asumir pérdidas económicas y de reputación. En efecto, los costes de la dependencia, es decir, de que se descubra que el auditor ha sido complaciente con un cliente, a parte de los derivados directamente de litigios, surgen de la pérdida de las cuasi-rentas asociadas al resto de sus clientes. Éstos, en principio, le podrán sancionar con la disminución de las cuasi-rentas porque el descubrimiento mejora la capacidad de negociación de sus clientes y podrán acceder a una parte mayor de las rentas. Pero, además, la pérdida de reputación del auditor puede hacer que llegue a perder aquellos clientes que no quieran que su información contable pierda fiabilidad y, por tanto, todas las cuasi-rentas asociadas a ellos (Arruñada, 1997).

Las reclamaciones contra los auditores por los inversores de firmas que han quebrado pueden ser hechas por dos motivos: porque hubo una violación de los procedimientos de auditoría, actuándose en contra de los estándares de auditoría o porque hubo violación de los procedimientos contables, es decir, de los principios de contabilidad generalmente aceptados. El primer tipo de motivos es responsabilidad sólo del auditor, mientras que el segundo es compartido por la empresa que prepara las cuentas anuales y el auditor que las ratifica (Dye, 1993). Es decir, en cualquier caso es viable ir en contra de los auditores cuando los usuarios de la información contable entienden que han sido dañados sus intereses. Un ejemplo claro de cómo los auditores tienen que hacer frente a los errores descubiertos en las cuentas anuales lo aporta Heninger (2001), el cual afirma que el daño del auditor por litigios aumenta al hacerlo los ajustes al devengo considerados anormales divulgados por los gerentes. Estos resultados sugieren que los interesados en la empresa responsabilizan a los auditores de fallar en poner obstáculos a los gerentes para presentar una imagen en las cuentas anuales más favorable que la real. El interés de los usuarios de la información contable en que los auditores compartan las pérdidas en caso de litigio se ve reforzado debido a que los auditores, fundamentalmente las firmas grandes, poseen activos suficientes para resarcir a los inversores y otros interesados de las pérdidas sufridas, dado que la empresa, que con seguridad tendrá los activos gravemente dañados por un proceso de quiebra, no será capaz de cubrir. Es decir, el auditor actuaría para los accionistas como una cobertura de riesgos o *deep pockets* (McConnell, 1984).

Finalmente, según afirman autores como Goldman y Barlev (1974), O'Sullivan (1993) y Thoman (1996), un aumento de la exposición al riesgo de litigios reducirá el interés del auditor en actuar de forma complaciente, ya sea porque se reduce la competencia entre auditores, ya sea porque el auditor tendrá más incentivos para actuar de forma conservadora (Thoman, 1996)⁴⁴. Por tanto, siguiendo a Deis y Giroux (1992), podemos concluir afirmando que la habilidad del auditor para eludir las presiones del cliente depende de las características económicas del contrato y de ciertos rasgos del entorno y del comportamiento, incluyendo el estado de la ética profesional, la probabilidad de detección de información de baja calidad, el vigor y visibilidad de las acciones de refuerzo de la profesión, el establecimiento del auditor dentro de la comunidad profesional, el nivel de interacción del auditor con grupos de profesionales de sus mismas características y la internalización de normas profesionales hecha por el auditor.

⁴⁴ Lo cual deriva, según DeFond y Subramanyam (1998), en una mayor probabilidad de que el cliente reemplace al auditor debido a que su mayor conservadurismo hará que se produzcan divergencias entre ambos por la aplicación de los principios contables, sobre todo, los que afectan a los ajustes al devengo.

2.3.4. El resultado de la negociación: La decisión sobre retener o cambiar al auditor

Como hemos visto, las dos partes enfrentadas en este proceso de negociación, auditor y cliente, tienen incentivos para actuar de acuerdo con sus propios intereses. El auditor querrá conservar a su cliente pero eludiendo el riesgo de verse inmerso en futuros litigios. En la otra parte, el cliente necesita una opinión favorable para mantener la credibilidad de su gestión. Con estos objetivos sobre la mesa finalmente el auditor decide que los costes asociados a una demanda por negligencia pesan más que las cuasi-rentas que puede perder por emitir un informe que sabe que no es el deseado por el gerente, y emite un informe cualificado. De esta forma, el auditor pone de manifiesto la valoración que otorga a la empresa auditada y ahora será el cliente el que, una vez conocida la actitud del auditor, decida si mantenerle o no de cara a la auditoría del siguiente ejercicio.

Como se ha argumentado, si asumimos que la empresa actúa de forma racional, estará interesada en evitar la recepción de informes cualificados, ya que de esta forma minimizaría los costes totales que tiene que asumir. Hay que tener en cuenta que la empresa no puede eludir el someter a auditoría sus cuentas anuales, ya que, sin perjuicio de una serie de límites que determinan la obligación a auditar, existe deber legal de someter las cuentas anuales a auditoría. Tampoco debe restringir el trabajo que desempeña el auditor dentro de la empresa, puesto que, tal y como aparece recogido en las Normas Técnicas de Auditoría ⁴⁵, en el informe de auditoría se debe incluir cualquier limitación que el auditor haya tenido en el desempeño de su trabajo y esta falta de transparencia del gerente trascendería a los destinatarios de la información contable de la empresa con el perjuicio que ello supondría para la imagen de su gestión. Por tanto, si la empresa no puede eludir la auditoría ni puede limitar su alcance, por un lado, y no puede o no está interesada en evitar las circunstancias que están provocando que las cualificaciones se repitan ⁴⁶, las es-

⁴⁵ Concretamente, en las Normas Técnicas sobre Informes en el apartado 3.7 define la Limitación al alcance del trabajo del auditor de la siguiente forma "...cuando el auditor no puede aplicar los procedimientos de auditoría requeridos por estas Normas Técnicas, o aquellos otros procedimientos adicionales que el auditor considera necesarios en el caso concreto de acuerdo con su buen juicio profesional, a fin de satisfacerse de que las cuentas anuales presentan la imagen fiel de la entidad auditada". Señalándose, además, que "...pueden provenir de la propia entidad auditada o venir impuestas por las circunstancias". Por último, también se recoge que estas incidencias de ser importantes deberán ser recogidas convenientemente en el informe de auditoría en el párrafo de alcance y en el de opinión.

⁴⁶ Con respecto a las incidencias que la empresa no puede evitar, generalmente se refieren a acontecimientos que pueden afectar significativamente a la empresa pero que existe incertidumbre sobre su magnitud exacta y la fecha de realización, por ejemplo, el desenlace de un litigio del que se puede derivar una sentencia desfavorable. Por otro lado, hay salvedades que la empresa no va a que-

trategias encaminadas a minimizar los costes de recibir una opinión adversa estarán relacionadas con las posibilidades de que un nuevo auditor le otorgue una opinión favorable en el futuro. Es decir, el cliente tendrá que evaluar la conveniencia o no de buscar un nuevo auditor que le ofrezca más garantías⁴⁷ de emitir una opinión más favorable en el futuro. Siguiendo a Paz-Ares (1996), si la contratación de auditores más complacientes no fuera posible, la independencia del auditor actual no se encontraría comprometida.

La decisión de cambiar o mantener el auditor dependerá de la evaluación de dos tipos de costes, los asociados a la recepción de una nueva opinión no limpia y los derivados de la realización de un cambio de auditor (Craswell, 1988). Actuando de forma racional, la empresa intentará minimizar los costes totales que tenga que asumir, por lo que cambiará o mantendrá al auditor en función de los costes que considere más importantes. Así, si los costes de obtener una opinión cualificada son menores que los esperados de cambiar de auditor el cliente se decidirá a mantener al mismo profesional y asumir los costes de la reiteración de una opinión adversa. En el caso contrario, es decir, cuando los costes derivados del cambio de auditor sean inferiores, el cliente contratará una nueva firma auditora para los ejercicios siguientes.

Como hemos argumentado anteriormente, la empresa puede plantearse un cambio de auditor como un mecanismo para reducir la probabilidad de obtener futuros informes de auditoría cualificados. No obstante, esta estrategia también lleva asociados unos costes que deben ser tenidos en cuenta antes de tomar la decisión de cambiar de auditor. A este respecto, Craswell (1988) distingue tres tipos de costes asociados al cambio de auditor: los costes de transacción, los costes de puesta en marcha y los costes de divulgación del cambio⁴⁸.

Se denominan costes de transacción aquellos en los que incurre la empresa por la búsqueda y contratación de un nuevo auditor. Consistirán en localizar determinados auditores, realizar entrevistas, describir el trabajo a contratar, sopesar las

rer evitar y son aquéllas que por su escasa importancia no llegan a poner en duda la calidad de la gestión realizada por la empresa, es más, su presencia puede incluso ser entendida como fruto de la independencia existente entre la gerencia y el auditor.

⁴⁷ Garantías que no se refieren sólo a pactos entre el cliente y nuevo auditor, sino que esas garantías también se pueden derivar de la falta de experiencia del nuevo auditor en esa empresa ya que, independientemente de la calidad de su trabajo, el desconocimiento de las características y peculiaridades del sistema contable hacen que los auditores tengan más problemas para descubrir errores en las primeras auditorías.

⁴⁸ Paz-Ares (1996) identifica tres costes: los de transacción, los de aprendizaje y otros considerados artificiales y que están relacionados con los costes creados por los auditores contractualmente y por la legislación.

distintas ofertas que los interesados le remitan y, basándose en éstas, seleccionar al auditor que se haga cargo de las siguientes auditorías. En el caso en que la intención del cliente sea evitar la obtención de una opinión cualificada, la elección del nuevo auditor deberá ser cuidadosamente estudiada porque el elegido será aquél que le ofrezca una mayor probabilidad de emitir un futuro informe de auditoría favorable. Dada la especial dificultad de conocer a priori esta circunstancia, esto implica que los costes de transacción deberán ser mayores cuando la opinión previa al cambio sea adversa para la empresa. Además, cuanto más grave sea la opinión que precede al cambio, más difícil será encontrar un auditor del que se pueda esperar un informe de auditoría más acorde con los intereses de la gestión y, por tanto, más altos serán estos costes.

Por otro lado, los costes de puesta en marcha o aprendizaje son los que se relacionan con la primera auditoría, es decir, son aquellos en los que incurre la empresa en el ejercicio en que contrata un nuevo auditor. Siguiendo a Paz-Ares (1996) son costes directos en los que debe incurrir el cliente para familiarizar al auditor e introducirlo en la empresa, costes de tiempo y energía del personal de la empresa dedicado a producir la información que requiere el nuevo auditor para comenzar a trabajar. A modo de ejemplo, Arens y Loebbecke (1984) señalan que son los relacionados con verificar al detalle partidas de carácter permanente (que en sucesivas auditorías no serán revisadas tan exhaustivamente) o con el esfuerzo de familiarizarse con las operaciones y el tipo de negocio del cliente. Esto hace que las primeras auditorías, según estos autores, tengan un coste superior a las siguientes, coste que debe asumir la empresa ⁴⁹ y que, por tanto, hacen que la continuación del auditor actual sea de interés desde el punto de vista económico para el cliente.

Por último, la empresa puede enfrentarse con otra serie de costes que se derivan de la divulgación del cambio de auditor. Dichos costes se ponen de manifiesto cuando el mercado de capitales reacciona ante el anuncio de un cambio al considerar que es una señal emitida por la empresa sobre sus expectativas futuras y sobre alteraciones potenciales en la calidad de la información contenida en los estados financieros auditados. En este sentido, Hagigi et al (1993) señalan que un cambio de auditor lleva asociada una serie de implicaciones, unas positivas y otras negativas, que deben ser analizadas por los inversores antes de posicionarse sobre el cambio de auditor realizado por la empresa. Cuanto más ambigua sea la señal, menos información aportará a los inversores y menor será la reacción esperada del merca-

⁴⁹ Esto es así independientemente de que la existencia de fenómenos como los descuentos en los precios de la primera auditoría o el *low-balling* hagan que el precio que realmente hay que pagar por las primeras auditorías sea inferior a su coste real.

do. Estos autores destacan cinco aspectos que pueden ser percibidos por los inversores a partir de un cambio de auditor:

- **Cambios en la calidad de la auditoría.** Es decir, si el auditor siguiente es más o menos prestigioso que el anterior.
- **Familiaridad con el cliente.** Independientemente de que el auditor elegido sea percibido como de mayor calidad, éste tardará un tiempo en familiarizarse con las operaciones y el negocio de la empresa, luego la calidad inicial de su trabajo, en cualquier caso, estará limitada por esta circunstancia. Por tanto, en principio la contratación de un nuevo auditor lleva asociada una disminución de la calidad de la auditoría realizada en la empresa.
- **Honorarios de auditoría.** Los inversores también pueden percibir que el cambio se ha realizado con la intención de reducir los costes de la auditoría, pero este aspecto es de difícil consideración para ellos debido al efecto de fenómenos como el *low-balling* o los sobrepagos por la calidad exigidos por determinadas firmas de auditoría.
- **Supresión de la información.** Se produce cuando determinada información referente a la empresa no es divulgada, o bien, tarda en divulgarse. Cuando se cambia de auditor esto puede producirse por dos razones, por un lado, el nuevo auditor tendrá menos familiaridad o especialización en el sector del cliente, lo que provocaría un retraso en la llegada de información negativa al mercado; y por otro, el auditor elegido puede ser más complaciente que el anterior, llegándose a un acuerdo sobre la información a divulgar.
- **Expectativas del cliente.** Un cambio a una firma de auditoría de mayor tamaño, puede ser entendido como que la empresa tiene intención de expandirse, de ampliar mercados; y viceversa, si se contrata una firma de menor dimensión, parece indicar que la empresa va a restringir el número de operaciones a realizar o va a abandonar mercados.

Así, la reacción del mercado ante dicho cambio estará en función de la interpretación que los inversores hagan del cambio de auditor considerando alguno o todos de estos cinco factores. Dado que no todos los inversores tienen el mismo grado de conocimiento o el mismo grado de interés sobre la empresa, la reacción ante un mismo cambio de auditor puede ser de signo muy diverso. Eso quizá explique la disparidad de resultados obtenidos por algunos investigadores que han ana-

lizado la existencia de este efecto, así como su signo, controlando, para ello, la reacción de los precios de las acciones alrededor de la fecha de anuncio del cambio de auditor. Mientras que Fried y Schiff (1981) y Hagigi et al (1993) detectaron reacciones negativas del mercado al cambio, otros autores como Johnson y Lys (1990) y Klock (1994) no encontraron efecto alguno. Estos resultados no mejoran si se intenta controlar en ellos el efecto que el cambio en la calidad de la auditoría va a tener en la manera en la que los inversores van a valorar el cambio. En principio se podría esperar que las reacciones ante un cambio de auditor sean más negativas cuando el cambio consista en sustituir una empresa que pertenece a las grandes firmas de auditoría por otra que no pertenece, ya que eso puede suponer un decremento de la calidad del trabajo de auditoría⁵⁰ realizado en la empresa. Inversamente, para los cambios realizados en sentido opuesto se espera una reacción más positiva por parte del mercado porque no sólo pueden ser percibidos como una forma de aumentar la calidad de la auditoría, sino también pueden implicar que la empresa proyecta ampliar mercados y necesita auditores de mayor dimensión y con una cobertura internacional mayor. En este sentido, Nichols y Smith (1983) detectaron reacciones con el signo esperado según la dirección del cambio pero no significativas. En cambio, Eichenseher et al (1989), Wilson et al (1995) y Persons (1995) sí llegaron a resultados significativos en cuanto a que el mercado es capaz de distinguir los cambios según la dirección de los mismos.

Los resultados empíricos expuestos en estos trabajos nos inducen a pensar que, a partir de la información deducida de un cambio de auditor, el inversor percibe dicho cambio como una buena o mala noticia, trasladando dicha impresión a los precios de las acciones. Como el cliente no controla convenientemente el mecanismo de reacción de los inversores ante cada cambio específico, se enfrenta a la incertidumbre de obtener una penalización si éstos interpretan negativamente el cambio. Dicha incertidumbre, unida a la reacción del mercado cuando efectivamente sea negativa, da lugar a los costes de divulgación del cambio.

A estos tres tipos de costes mencionados, Dye (1991) añade uno más provocado por la incertidumbre sobre la actuación futura del nuevo auditor, puesto que, efectivamente, el gerente, en el momento en que debe tomar la decisión de si realiza o no el cambio de auditor, no tiene conocimiento de qué tipo de informe será emitido por la nueva firma auditora.

Si bien estos serían los costes que van asociados a un cambio de auditor, el cliente estratégico estará dispuesto a asumirlos siempre que esto le asegure una opinión de auditoría que se ajuste a sus objetivos (Archambeault y DeZoort, 2001).

⁵⁰ La asociación que existe entre las grandes firmas de auditoría y el desarrollo de un trabajo de auditoría de mayor calidad será descrita en un apartado siguiente.

2.4. CONCLUSIONES

A lo largo de este capítulo hemos pretendido analizar un proceso que tiene lugar en la empresa previo a la emisión del informe de auditoría y es la negociación que necesariamente se establecerá entre cliente y auditor acerca de los estados contables. Dado el objetivo de nuestro trabajo, hemos desarrollado este capítulo desde la perspectiva de un cliente estratégico, es decir, que busca la obtención de un informe de auditoría limpio y de un auditor racional que emitirá aquel informe que menos costes le haga asumir. Por tanto, de esta negociación surgen, por un lado, el tipo de informe que el auditor emitirá una vez ha escuchado a su cliente y, por otro, la decisión del cliente de mantener o cambiar al auditor.

De esta forma, los objetivos de este capítulo han sido dos, en primer lugar, plantear cómo se ha llegado al punto de partida de la decisión de cambio de auditor y, en segundo lugar, cómo la calidad de la auditoría influye en la cadena de decisiones que se tienen que tomar durante este proceso.

Con respecto al primer objetivo, hemos pretendido argumentar que el cambio de auditor, cuando es motivado por un tipo no deseado de opinión, no es una decisión o herramienta de fácil utilización. Esto se debe a dos razones. La primera es que el cliente es consciente de los costes que puede tener que asumir si lo lleva a cabo. La segunda razón se refiere a la existencia de otras vías de actuación que el gerente debe intentar antes de asumir un cambio de auditor, por ejemplo, negociar o, en última instancia, presionar al auditor para obtener una opinión más favorable. Una vez que el cliente ha agotado las otras alternativas y ha evaluado los costes que tiene que asumir es cuando estará dispuesto a abordar un cambio como el que analizaremos en el siguiente capítulo.

En relación con la calidad de la auditoría, hemos pretendido justificar a lo largo de este capítulo que constituye, tanto para el cliente como para el auditor, la base de sus decisiones. El cliente, en función de la calidad percibida en su auditor podrá estimar el comportamiento de éste en el futuro y, por tanto, si le interesa o no buscar otra firma que le audite. Si el auditor es de baja calidad, será difícil encontrar una nueva firma de auditoría que tenga menos capacidad o que sea más dependiente que su auditor actual, por lo que quizás, si desea evitar que la nueva opinión no sea cualificada el cambio no será la solución, porque no le dará garantías de mejorar su opinión. Nos encontraríamos, por tanto, con empresas que reciben informes de auditoría cualificados y no cambian de auditor. Por el contrario, si el auditor le da muestras de una calidad relativamente alta, el cambio hacia otro profesional de menor calidad sí puede conducir al objetivo propuesto. Estas empresas,

que reciben informes no deseados y realizan cambios de estas características, son las que serán analizadas en el siguiente capítulo.

En cuanto al efecto de la calidad sobre el proceso de decisión del auditor, hemos argumentado que éste, como sujeto racional, emitirá la opinión que estime que menos costes le haga asumir. Para un auditor de alta calidad, los costes de pérdida de reputación son tan altos que preferirá perder a su cliente antes que poner en duda su calidad, por lo que la opinión a emitir será más severa que la que se espera de auditores de baja calidad. Para éstos, los costes de perder un cliente son muy altos dado que tienen una alta dependencia de sus cuasi-rentas. Por tanto, no tendrán interés en descubrir y divulgar errores en los estados contables de su cliente para evitar desacuerdos con éste que le lleven a la ruptura del contrato. Una vez que el auditor ha tomado su decisión y emite su informe, el resto de acontecimientos relacionados con su permanencia al servicio de la empresa escapan a su control. Es decir, a partir de este momento es el cliente el que debe tomar una serie de decisiones, basadas en lo que ya conoce de su auditor, y que analizaremos en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO TERCERO

LA OPINIÓN DE AUDITORÍA Y EL CAMBIO DE AUDITOR

3.1. INTRODUCCIÓN

En el capítulo anterior analizamos de forma pormenorizada el proceso de negociación que se desarrolla entre el auditor y su cliente previo a que el primero emita su dictamen sobre la información contable divulgada por el segundo. Este proceso es inobservable para cualquier persona o entidad que no sean el auditor y el cliente, aunque éstos representan o actúan en interés de terceros, y se caracteriza, como hemos visto, por tres aspectos: el objetivo, la negociación propiamente dicha y su resultado. Dado que hemos supuesto que tanto el cliente como el auditor actúan de forma estratégica, es decir, que su posición en este proceso está influida por la necesidad de asumir los menores costes posibles, hemos definido como objetivo del cliente la obtención de un informe de auditoría limpio y como objetivo del auditor la emisión de aquella opinión que menos ingresos en forma de cuasi-rentas le pueda hacer perder.

En esta situación, las características del auditor en cuanto a la calidad que desarrolla en su trabajo son de crucial importancia ya que las firmas de más alta calidad tendrán más incentivos para ser objetivas que las de baja calidad. Este aspecto lo hemos tenido en cuenta en nuestro estudio incluyendo la calidad de la auditoría que el cliente percibe en su auditor como un límite a su poder de negociación, ya que los auditores de más alta calidad serán más difíciles de convencer por el cliente para que le otorgue, en su caso, una opinión más favorable que la que merece realmente. Una vez terminada la negociación propiamente dicha, el auditor deberá haber decidido el tipo de opinión que deberá otorgar a su cliente y, puesto que el cliente desea una opinión favorable, esa decisión se habrá tomado en función del coste que deberá asumir con respecto a la repercusión que esa opinión pueda tener en sus intereses.

Por último, será el cliente el que tenga que tomar una decisión a la vista del resultado de la negociación, decisión que consistirá en mantener al mismo auditor o buscar otra nueva firma para la auditoría de siguientes ejercicios. Esto supone que el cliente, una vez que conoce la opinión que el auditor otorga a su información contable, ya es capaz de determinar claramente la calidad de su auditor y hasta qué punto su poder de negociación ha podido actuar sobre el informe de auditoría a emitir. De esta forma, obtiene la información que precisa para determinar si la calidad que ofrece el auditor será la requerida para la consecución de sus objetivos en el futuro.

Dado que el interés de nuestro estudio es analizar el efecto de la opinión de auditoría en el cambio de auditor, a efectos del desarrollo del presente capítulo, vamos a partir de que la opinión emitida por el auditor es no limpia, y que el cliente, dados los costes asociados a estas opiniones, decide que la reiteración de un informe de auditoría de esta naturaleza puede perjudicar seriamente sus intereses en la empresa. Visto lo cual, el resultado del proceso de negociación es que el cliente inicie un cambio de auditor, puesto que conociendo la actitud de su auditor actual sabe que existen posibilidades de que otro profesional le otorgue una opinión favorable en el ejercicio siguiente.

Pero conociendo los costes que a su vez se derivan de un cambio de auditor, la empresa no debe realizarlo de cualquier forma, sino que la existencia de un objetivo, cual es la obtención de una opinión favorable, obligará a seguir una estrategia que garantice en cierta medida la consecución de dicho objetivo. Esta estrategia, dadas las pocas limitaciones que la normativa nacional impone, estará únicamente supeditada a la capacidad de elección de auditor que tenga la empresa.

Por tanto, el análisis del comportamiento estratégico que puede desarrollar el cliente que ha obtenido un informe de auditoría no deseado dará contenido al presente capítulo. En este caso, y a diferencia del capítulo anterior, el proceso es susceptible de ser observado por terceros. Para su estudio vamos a definir tres fases que se van a suceder a continuación de la obtención del informe de auditoría adverso. La primera de ellas sería analizar el potencial de la opinión de auditoría como inductora del cambio de auditor, basándonos, para ello, en evidencias empíricas previas. La segunda fase consistiría en estudiar detalladamente el tipo de cambio de auditor que ocurre tras una opinión adversa. Por último, podemos esperar que una vez elegido el nuevo auditor se iniciará un proceso de negociación entre éste y su nuevo cliente, negociación que de nuevo será inobservable y cuya consecuencia más directa será la emisión del informe de auditoría, el primero emitido por este nuevo auditor y que nos revelará si el cliente ha obtenido o no su objetivo, es decir, si el informe contiene o no una opinión favorable. Esta información

dará lugar a la tercera de las fases analizadas que es si las empresas que realizan cambios de auditor tras informes de auditoría no deseados consiguen obtener una opinión más favorable de su nuevo auditor. Si el informe de auditoría es limpio, podremos concluir que si las condiciones económico-financieras no han variado, el cliente, haciendo uso de un cambio estratégico de auditor, ha conseguido mejorar la opinión de auditoría. Por tanto, el presente capítulo desarrollará a partir de los siguientes tres epígrafes cada una de estas fases. Finalmente, se incluirán las conclusiones más relevantes al respecto y que darán paso a la contrastación empírica, en los capítulos siguientes, de estas tres fases en una muestra de empresas españolas.

3.2. PRIMERA FASE: LA OPINIÓN DE AUDITORÍA COMO INDUCTORA DEL CAMBIO DE AUDITOR. EVIDENCIAS EMPÍRICAS

Como hemos señalado en el capítulo anterior, cuando consideramos la auditoría desde una perspectiva contractual nos encontramos ante un servicio cuya finalidad es la emisión de un juicio experto por parte de un profesional independiente que es elegido libremente por la empresa. Dicho dictamen trata de poner de manifiesto la confiabilidad que merece la información contable que divulga el cliente sobre su gestión. La existencia de diferencias de interpretación entre el auditor y su cliente en relación con la forma en que deben ser aplicadas las normas contables, hace que el contenido del informe de auditoría deba ser sometido a un proceso de negociación entre las dos partes. De esta negociación puede surgir una postura consensuada sobre la calidad de la información contable, o bien, puede llegarse a una situación totalmente opuesta, es decir, que la opinión emitida por el auditor no sea la deseada por el cliente.

En este punto, y sin abandonar esta perspectiva, nos encontramos ante un cliente que considera la probabilidad de que otro auditor puede tratarle de forma más favorable que su auditor actual, surgiendo así incentivos para cambiar de auditor con la intención de reducir los costes asociados a la obtención de un informe no limpio en el ejercicio futuro.

Por tanto, nos enfrentamos a clientes que se encuentran en una situación muy diferente al resto de empresas que cambian de auditor por otros motivos, ya que a estas empresas se les supone unos objetivos de más directa consecución. Así, si se necesitan auditores de más prestigio, más tamaño, más solvencia, más especializado, más barato, etc. la dirección del cambio es en sí misma el fin. Es decir, la elección del auditor no entraña riesgo en cuanto a la posibilidad de la empresa de lograr

sus objetivos, siempre y cuando el auditor nuevo no altere sus características a corto plazo. En cambio, para las empresas que buscan una mejora de la opinión en ejercicios siguientes la estrategia del cambio de auditor entraña un riesgo de fracaso bastante importante porque, salvo que pueda pactar con su futuro auditor, no tendrá garantizada una opinión favorable realice el cambio que realice. Podemos decir, por tanto, que el cambio de auditor no es más que un mecanismo para poder conseguir el objetivo de mejorar la opinión, mecanismo que desde esta perspectiva deberá ser cuidadosamente diseñado para que la garantía de éxito sea mayor.

Asumimos, por tanto, que, para las empresas que tienen la intención de mejorar los informes de auditoría que reciba en el futuro, el cambio de auditor es el primer paso de todo un proceso que culmina cuando el nuevo auditor emite su opinión. Por ello, en este primer epígrafe describiremos la tendencia real observada por las empresas que obtienen informes adversos. De esta forma, queremos poner de manifiesto la mayor tendencia al cambio de auditor observada en las empresas que reciben una opinión no limpia y que será el primer paso del desarrollo posterior de la estrategia descrita.

Con este objetivo, es necesario comenzar destacando que empíricamente el estudio de la relación entre opinión de auditoría y cambio de auditor se ha venido realizando a partir del análisis de los cambios efectivos de auditor contenidos en una muestra de empresas. Ello se debe a que los trabajos basados en entrevistas o cuestionarios realizados a los gerentes, que ofrecerían información muy directa sobre los motivos que inducen a cambiar de auditor de la fuente que se puede considerar más apropiada porque es la que tiene la capacidad de decidir sobre el cambio, no resultan del todo útiles a este propósito. Ningún gerente, de ser preguntado por ello, estaría dispuesto a reconocer que el tipo de opinión recibida será un factor importante en su decisión de cambiar de auditor y, mucho menos, que efectivamente ha realizado cambios de auditor a causa de la obtención de una opinión no deseada. Por ello, este inductor no aparece como relevante en los trabajos basados en cuestionarios a empresas tales como los de Burton y Roberts (1967), Carpenter y Strawser (1971), Bedingfield y Loeb (1974), Addam y Davis (1994), Hermanson et al (1994), Behn et al (1997), Beattie y Fearnley (1995; 1998) y, en el ámbito español, García Benau et al (2000).

Así, si no se puede recurrir a la información obtenida de las empresas es necesario fundamentar el estudio del cambio de auditor en el comportamiento efectivo observado en las empresas. De esta forma, en primer lugar se han detectado las empresas que han efectuado cambios de auditor y, posteriormente, se ha analizado su relación con la opinión precedente. Por tanto, ha sido necesario conocer para cada empresa de la muestra la opinión recibida y la existencia o no de cambio de

auditor. Una vez que son conocidas estas dos variables, se separan las empresas en función del tipo de opinión recibida (limpia/no limpia) y, a continuación, según la existencia de cambio de auditor (cambio/no cambio). Del cruce de estas dos variables se consigue clasificar la muestra en cuatro grupos: las empresas que reciben opinión limpia y no cambian, las que reciben opinión limpia y cambian de auditor, las que reciben opinión no limpia y mantienen el mismo auditor y, finalmente, las que reciben opinión no limpia y cambian de auditor. Este último grupo es el de interés para estudiar la capacidad del informe de auditoría para desencadenar cambios de auditor. Comparando este grupo con el de empresas que reciben opiniones no limpias y mantienen al mismo auditor podemos determinar si existe dependencia o no entre las dos variables analizadas.

Esta técnica de análisis empírico que se fundamenta en el cruce de variables y que ofrece resultados por confrontación de las frecuencias observadas con las esperadas para cada uno de los grupos obtenidos se materializa en lo que se conoce como tabla de contingencia. Esta tabla, completada con un test de independencia, es la herramienta más utilizada en los trabajos descritos a continuación.

El primer trabajo que podemos destacar, realizado con este objetivo y partiendo de una metodología como la indicada, es el desarrollado por Chow y Rice (1982). En él, de las 9.460 observaciones de empresas que constituyeron la muestra del estudio, 418 realizaron un cambio de auditor. El test de independencia permitió concluir que la decisión del cambio no es independiente del tipo de opinión recibida, es decir, las empresas que obtienen informes de auditoría cualificados presentan una mayor tendencia a cambiar de auditor que las que reciben un informe de auditoría con opinión limpia. A continuación se contrastó si existe algún otro inductor que esté afectando al cambio, construyendo para ello un modelo cuya variable dependiente es el cambio de auditor y las independientes, aparte de la opinión, otras variables esgrimidas por las empresas en anteriores estudios: los cambios en el equipo directivo, adquisiciones de empresas, nueva financiación y otras razones. Aplicándose un análisis tipo logit, dado que la variable dependiente es dicotómica, sólo la opinión resultó estadísticamente significativa, por lo que se concluyó que es el tipo de opinión recibida el inductor fundamental de los cambios de auditor registrados en esa muestra de empresas. Una explicación que, según estos autores, podría darse a estos resultados es que las empresas, tras recibir opiniones cualificadas, buscan auditores con menor propensión a cualificar, es decir, más liberales, con la intención de mejorar la opinión en ejercicios siguientes. Pero los análisis realizados al efecto no apoyan este razonamiento.

De igual forma, Craswell (1988), a partir de una muestra de 638 empresas que obtuvieron un informe de auditoría cualificado por primera vez, consideró todos

aquellos cambios de auditor ocurridos dentro de un período de cinco años tras la emisión de ese informe⁵¹. La muestra resultante contenía 90 cambios de auditor. Planteando una tabla de contingencia de la misma forma que en el trabajo anterior, los resultados derivados del cruce de las variables opinión y cambio pusieron de manifiesto mayor propensión a cambiar de auditor para aquellas empresas que obtuvieron un informe cualificado.

Otra cuestión que es planteada en este estudio es si la gravedad de la cualificación contenida en el informe afecta al cambio de auditor, es decir, si hay determinadas salvedades que, ya sea por su poca importancia o porque se van a resolver en un plazo corto de tiempo, no dan lugar a cambios con tanta frecuencia como aquéllas que, por ejemplo, provocan la emisión de una opinión desfavorable o negativa. Los resultados obtenidos apoyaron dicha relación, es decir, las cualificaciones más serias tienen una mayor tendencia a ir seguidas de cambios de auditor que el resto de cualificaciones. En cambio, las producidas por incumplimiento de principios son las que menos cambios de auditor provocan.

Krishnan y Stephens (1995), partiendo de una muestra formada por 4.028 empresas, de las que un 11% recibieron cualificaciones y un 6,5% cambiaron de auditor, obtuvieron que las empresas con opiniones cualificadas presentan tasas de cambio de auditor más altas. Como en el trabajo anterior, también se examinó la incidencia de la gravedad de la opinión que precede al cambio de auditor, obteniéndose igualmente que la tendencia al cambio se hace mayor al aumentar la seriedad de la cualificación.

Posteriormente, Krishnan et al (1996) llegaron al mismo resultado utilizando una muestra de compañías constituida por 1.878 observaciones, de las que un 11% presentaron opiniones no limpias y un 6,2% cambiaron de auditor. Otros resultados que obtuvieron son que las empresas de gran tamaño y las auditadas por las grandes firmas internacionales de auditoría presentan una menor proporción de cambios de auditor y que las circunstancias económicas de la empresa, es decir, sus expectativas de crecimiento o sus problemas financieros, no tienen efectos significativos sobre el cambio de auditor.

Otro trabajo que ha analizado la tendencia cambiadora de las empresas que reciben un informe cualificado es el de Lennox (2000), en el cual se obtiene que el porcentaje de cambio de auditor es de un 10,3% para las empresas que obtienen

⁵¹ El ampliar a cinco años el plazo exigido para que un cambio de auditor se considere producto de la obtención de una opinión cualificada, se justifica ya que de otra forma se estaría asumiendo que el gerente tiene tiempo en un año para buscar, seleccionar y contratar el nuevo auditor, lo cual no siempre puede ser así.

un informe no limpio mientras que para las empresas que reciben una opinión limpia es del 2%, porcentaje significativamente menor que el anterior.

Ya en el ámbito nacional, Sánchez Segura (1999; 2003) analiza la propensión al cambio de auditor en una muestra formada por 880 observaciones de empresas españolas y obtiene que el porcentaje de cambios tras opiniones limpias (un 3%) es menor que el precedido por opiniones con salvedades (aproximadamente un 8%). Estos resultados son consistentes con los obtenidos en los trabajos mencionados anteriormente. Además, el test de independencia es rechazado, por lo que la relación entre ambas variables es estadísticamente significativa. Posteriormente, esta autora realiza el mismo análisis pero discriminando entre la gravedad de las salvedades (muy graves, graves, moderadas y leves), obteniendo sólo resultados significativos para el caso de salvedades muy graves (gestión continuada, denegada y negativa). Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) analizan la relación entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor en una muestra formada por 753 empresas españolas. De éstas, 492 reciben informes no limpios al menos una vez en los seis años a estudio, observándose un porcentaje de cambio de auditor del 20%⁵². Aunque la tabla de contingencia muestra que las dos variables cruzadas no son dependientes, se puede apreciar que el porcentaje de cambios de auditor tras opiniones no limpias (21%) es superior al porcentaje de cambios tras opiniones favorables (19%). La falta de dependencia que muestran estos datos puede deberse al porcentaje tan alto de cambios de auditor que hay tras recibir opiniones limpias, es decir, las empresas están cambiando con mucha frecuencia de auditor por motivos distintos a la opinión de auditoría (dado que el informe precedente es limpio), lo cual puede estar enmascarando la potencialidad de la opinión como inductora del cambio.

Junto a estos trabajos, existen otros que han analizado también la influencia de la opinión del auditor en la decisión de la empresa de cambiar o retener dicho auditor, pero abordando este análisis de una forma tangencial (DeAngelo, 1982; Haskins y Williams, 1990; Schwartz y Menon, 1985). Debido a que las relaciones que se obtuvieron en estos trabajos no fueron en su mayoría ni significativas ni concluyentes no nos detendremos en analizar sus resultados de forma detallada.

Podemos resumir las aportaciones empíricas previas indicando que la opinión contenida en el informe de auditoría es una inductora del cambio de auditor, es decir, las empresas cambian más frecuentemente cuando la opinión que les ha otor-

⁵² La muestra está compuesta por empresas financieras y no financieras que son observadas durante un período temporal que comprende desde 1991 a 1996, ambos incluidos. Esta es la causa de que aparezca un porcentaje tan alto de informes no limpios (un 65%), ya que en el resto de trabajos se toman las observaciones de forma anual para cada empresa.

gado su auditor no es limpia. Esto pondría de manifiesto que el cliente actúa de forma racional y su objetivo es minimizar los costes totales, asumiendo, para ello, los costes asociados al cambio que presume más leves para evitar que se repitan los costes asociados a la recepción de un informe de auditoría que pone en duda la calidad de la información contable que divulga. Si bien este sería el primer paso de la estrategia del cliente, el siguiente paso le llevará a la nada fácil tarea de elegir un nuevo auditor, ya que, como señalan Francis y Wilson (1988), toda decisión de cambio de auditor va unida, al menos para aquellas empresas sometidas a la obligación de auditar sus cuentas anuales, a la decisión de elegir al nuevo suministrador del servicio. Y aunque sólo por el mero hecho de cambiar de auditor se puede aumentar la probabilidad de obtener una opinión de auditoría más favorable, debido a la propia inexperiencia que puede presumirse en la firma, esta estrategia tendrá más probabilidad de éxito si el auditor es convenientemente elegido. Sobre la elección intencionada de un nuevo auditor por las empresas que cambian tras recibir informes de auditoría adversos trataremos a continuación.

3.3. SEGUNDA FASE: LA DIRECCIÓN DEL CAMBIO DE AUDITOR

Como hemos descrito en el capítulo anterior, en el diseño del modelo de comportamiento estratégico que sirve de objeto a nuestro trabajo, nos enfrentamos ante un cliente que quiere maximizar sus ingresos minimizando los costes asociados a la recepción de opiniones adversas sobre la gestión realizada en la empresa durante el ejercicio. Una vez que el cliente ha observado que la opinión emitida por su auditor no ha sido limpia, tendrá incentivos para realizar aquellas actuaciones que eviten la repetición de dicha opinión en el futuro. En esta situación, una herramienta en poder del cliente para conseguir actuar sobre el tipo de informe futuro es, como hemos anticipado, reemplazar su auditor por otro que le ofrezca más probabilidades de emitir un informe limpio. Es decir, si bien el proceso de selección de auditor es considerado por la empresa una tarea de especial dificultad debido a las múltiples posibilidades que ofrecen las firmas de auditoría, la elección se hace más compleja cuando forma parte de una estrategia del cliente como la descrita. Aparte de cumplir determinados requisitos mínimos en cuanto a especialización, reputación, ámbito geográfico, dimensión, etc. para satisfacer los requerimientos de los accionistas, el nuevo auditor debe ser aquél que, desde el punto de vista del cliente, ofrezca más garantías de emitir una opinión limpia en el futuro.

En efecto, esta nueva fase que se abre dentro del proceso estratégico del cliente no es nada sencilla, ya que tendrá que ir analizando los niveles de calidad de cada auditor en el mercado, de forma que, sin perjudicar la imagen de fiabilidad de sus

cuentas anuales, consiga un auditor cuyo conocimiento e independencia percibidos le permita derivar una mayor garantía de éxito en su estrategia. Como hemos argumentado, los auditores de mayor reputación, que serán los más conocidos por los accionistas, suelen ser los más independientes y los más especializados, por lo que tendrán en general más capacidad para detectar y divulgar los errores contenidos en los estados contables. Es decir, los accionistas y otros terceros con influencia en la empresa demandarán auditores de alta calidad percibida, sobre todo, si tenemos en cuenta que la empresa acaba de recibir una opinión no limpia, por lo que es natural que, tras haberse sembrado la duda, requieran una opinión más experta que la anterior de cara a futuros ejercicios. Por ello, el gerente deberá decidir qué características debe presentar el nuevo auditor considerando tanto su deseo de mejorar la opinión como los deseos de los terceros de ver satisfecha su necesidad de seguridad sobre la fiabilidad de la información contable.

3.3.1. Compra de opinión y cambio intencionado de auditor

Durante la descripción del proceso de negociación realizado en el capítulo anterior, hemos estado haciendo referencia indistintamente a cambios de auditor en general y a compra de opinión. Ciertamente, la diferencia es prácticamente nula si consideramos el contexto en el que nos movemos. Hemos asumido que el cliente es un sujeto racional que está intentando minimizar la probabilidad de obtener informes de auditoría adversos y que por ello, planteará el cambio de auditor desde la perspectiva de la obtención de una opinión favorable futura, ya que si no tiene esta garantía, no estará dispuesto a asumir los costes del cambio. Como apunta Smith (1986), el rasgo de interés de la compra de opinión es la percepción de que la opinión del nuevo auditor diferirá de la emitida por el predecesor con respecto a la misma situación. De esta forma, el fenómeno que se conoce como compra de opinión comparte su objetivo con el tipo de cambio estratégico que estamos analizando.

En efecto, con el término compra de opinión (*opinion shopping*) se conoce aquel cambio de firma auditora que se resuelve con la contratación de un auditor que está de acuerdo en aceptar determinadas prácticas contables tendentes a que la compañía pueda conseguir ciertos objetivos, aunque dichos tratamientos frustren la fiabilidad de la información contable divulgada (SEC, 1988). Una definición más simplificada de este fenómeno la podemos ver en el trabajo de Krishnan y Stephens (1995), donde se define como la compra de una mejor opinión de auditoría de un nuevo auditor. Siguiendo a Martin (1988), se trata de una secuencia de acontecimientos que se inicia cuando la empresa, ante la posibilidad de obtener una opinión potencialmente perjudicial, decide cambiar a su auditor y buscar otro profesional con un diferente pun-

to de vista, esto es, que sea más flexible o fácil de convencer sobre la fiabilidad de la información divulgada por la empresa, con el objetivo de que otorgue una opinión favorable. Aunque buscar una segunda opinión sobre algún hecho contable y cambiar de auditor debe ser legítimo, la compra de opinión daña los intereses de los accionistas (al aumentar los costes de la auditoría por el aprendizaje del nuevo auditor y la reacción del mercado ante el cambio), disminuye la calidad de la auditoría (por la falta de independencia del auditor) y subordina los intereses de los accionistas a los objetivos de divulgación de los gerentes (Archambeault y DeZoort, 2001).

Como podemos ver, la compra de opinión se define como una maniobra tendente a obtener un informe de auditoría limpio de un nuevo auditor, de forma que, aunque comparte el objetivo con el cambio estratégico de auditor, no hace explícita la forma de conseguir un auditor que, antes de auditarla, otorgue a la empresa la garantía de emitir un informe favorable. Además, la compra de opinión es una cuestión de intenciones que es difícil de medir debido a los incentivos que hay para enmascarar su existencia. Debido a esto, la investigación precedente ha usado los cambios “sospechosos” de auditor como subrogados de la existencia de compra de opinión. Así, varios estudios ponen de manifiesto que una parte de los cambios de auditor tienen lugar bajo una serie de dudosas circunstancias que no son sino la evidencia de que los cambios sospechosos de auditor van en la línea de las compras de opinión (Chow y Rice, 1982; McConnell, 1984; Schwartz y Menon, 1985; Citron y Taffler, 1992; Krishnan et al, 1996; Archambeault y DeZoort, 2001). También debemos destacar que el uso de cambios estratégicos de auditor como medida de la compra de opinión nos permite ofrecer una visión más completa del comportamiento de la empresa dado que aporta una explicación sobre los mecanismos del cliente para poder obtener esa garantía.

De esta forma, si bien las evidencias aportadas por los trabajos que han analizado la compra de opinión son de interés para nuestro estudio, hay que considerarlas como visiones parciales del proceso que estudiamos. Dicho proceso se trata, por tanto, de aquel cambio que va seguido de la elección de un nuevo auditor que, desde el punto de vista del cliente, ofrezca un trabajo de auditoría de menor calidad (teniendo en cuenta que siempre existen unos mínimos garantizados), cuando la intención es que esta menor calidad le ofrezca garantías de que el siguiente informe sea con más probabilidad favorable para la empresa.

3.3.2. Las características del nuevo auditor contratado

Dado que la intención del cliente es evitar incurrir de nuevo en los costes de obtener un informe no limpio, buscará un auditor que le ofrezca, en principio, más

garantías que el actual de emitir una opinión favorable en el futuro. Pero, como comentamos anteriormente, este proceso no es fácil, ya que la búsqueda y contratación de un nuevo auditor que cumpla con estas características y con las expectativas de los terceros es una tarea muy compleja, de ahí la necesidad de analizar pormenorizadamente el proceso de selección del nuevo auditor, proceso que va indisolublemente ligado a todo cambio de auditor.

Como apuntan Matsumura et al (1997), la heterogeneidad entre el auditor saliente y el nuevo auditor es la condición necesaria para que el cambio de auditor se produzca. Por ello, tenemos que partir de la existencia, que previamente hemos justificado, de diferencias en calidad entre las firmas de auditoría que prestan sus servicios en el mercado, diferencias que deben ser perceptibles desde el punto de vista del cliente, ya que va a ser éste el que deba tomar conocimiento de las mismas para conseguir el objetivo propuesto. Nos referimos a que los auditores desarrollan diversos grados de calidad en su trabajo y que suelen mantener estos niveles a través del tiempo y de los clientes con la intención de mantener una cierta reputación de calidad. Si el cliente ha recibido una opinión adversa del auditor que tiene contratado, y no ha conseguido mejorar su sistema de información contable de cara al ejercicio siguiente, el nuevo auditor a contratar deberá poseer menos conocimientos o bien ser más dependiente del cliente para garantizar una mayor probabilidad de éxito en la obtención de una mejora de la opinión. Por tanto, es la diferencia entre el nivel de calidad del auditor saliente y el nivel observado en el auditor entrante lo que determinará si existe un comportamiento intencionado del cliente en el cambio de auditor.

En efecto, entendiéndose por dirección del cambio el efecto que la elección del nuevo auditor tiene sobre la calidad de la auditoría que viene desarrollándose en la empresa, si tras una opinión cualificada la empresa cambia hacia un auditor de menor calidad, podemos decir que está llevando a cabo un comportamiento intencionado para evitar futuras opiniones no limpias consistente en elegir auditores menos capaces de detectar o divulgar los errores contenidos en las cuentas anuales.

Hay dos trabajos que modelizan la contratación de auditores de diferente calidad y que nos pueden servir de aproximación a la búsqueda estratégica de nuevos auditores. En el primero de ellos, Magee y Tseng (1990) introducen la figura de auditores con distinta percepción sobre lo que son prácticas contables permitidas. En el trabajo de Datar y Alles (1999) nos encontramos con un auditor “débil” que a efectos de nuestro razonamiento podríamos considerar como poco independiente. Apoyándonos en estas figuras el argumento podría venir expuesto de la siguiente forma.

Vamos a definir, siguiendo a Magee y Tseng (1990), un contexto en el cual el auditor debe elegir un informe de auditoría que está entre dos extremos, el mayor de los cuales es el preferido por el cliente y es el que más le beneficia, mientras que el otro extremo es el más perjudicial pero el que preferiría el auditor. En esta situación, se consideran dos tipos de auditores, el A y el D. El primero de ellos es aquél que no es capaz de ver diferencias entre ambos extremos porque piensa que en los dos casos se está cumpliendo con los principios contables. El auditor tipo D está en desacuerdo con las cuentas presentadas por el auditado y cree que sí hay diferencias entre ambos valores, por lo que es consciente de que emitir el informe preferido por el cliente le va a reportar determinadas pérdidas⁵³. Esto no implica que un tipo de auditor sea más ético que otro o incluso, en ocasiones, más competente, es sólo que existen desacuerdos sobre los efectos de determinadas políticas contables del cliente. Si el cliente puede conocer el tipo de auditor al que se enfrenta⁵⁴, cambiará siempre a auditores del tipo A cuando posea auditores del tipo D, los costes se lo permitan y se enfrente a un asunto serio sobre el que quiera alterar su divulgación. Por su parte, para Datar y Alles (1999), un auditor será “fuerte” cuando la recompensa que obtenga por realizar un trabajo de auditoría competente sea mayor que si elude el trabajo, y “débil”, cuando prefiera no trabajar duro, creyendo que la probabilidad y los costes de ser encontrado negligente no son tan altos. Si el auditor contratado por la empresa es del segundo tipo, el resultado será que el cliente falseará la información y divulgará unos estados financieros mejorados artificialmente, y que el auditor igualmente obviará la evidencia obtenida y aceptará esos saldos, por lo que los usuarios de la información contable estarían tomando decisiones sobre unos importes que no son representativos de los reales.

Por tanto, el conocimiento del tipo de auditor que tiene contratado le lleva al cliente a ser más arriesgado en cuanto a la calidad de la divulgación a realizar, ya que si conoce que el auditor contratado no va a ser capaz de descubrir o bien no va a divulgar los errores que contengan las cuentas anuales que le proponga, podrá

⁵³ Estas pérdidas serán grandes (por ejemplo, costes derivados de litigios), o bien pequeñas (disconformidad personal de tener que divulgar una cantidad cuando se ha obtenido otra), en función del asunto del que se trate (Magee y Tseng, 1990).

⁵⁴ Estos autores consideran que el auditado podrá identificar a priori el tipo de auditor de que se trata siempre que los auditores conozcan a qué categoría pertenecen, ya que realizarán diferentes ofertas al cliente en cuanto al precio de la auditoría. Esto se debe a que los auditores del tipo A, sabiendo que el informe de auditoría que emitan nunca desencadenará un cambio de auditor, podrán hacer ofertas a precios más bajos sabiendo que tendrán tiempo para recuperar la inversión. En cambio, un auditor tipo D que sabe que su decisión de informar provocará la pérdida del cliente ofrecerá precios más altos.

conseguir opiniones más favorables simplemente cambiando hacia esos auditores. Esta información sobre el tipo de auditor podrá obtenerla a partir de la observación de los atributos de la calidad percibida que caracterizan a cada firma, de forma que podrá conocer cuál de ellas tiene el nivel de calidad que desea para intentar que la opinión mejore con respecto al ejercicio precedente. Contratando un auditor con menor habilidad técnica o más dependiente que el anterior, el cliente conseguirá aumentar la probabilidad de recibir un mejor tratamiento que el obtenido del auditor anterior. Por tanto, la dirección del cambio realizado tras una opinión desfavorable nos pondrá de manifiesto la intencionalidad de dicho comportamiento cuando el siguiente auditor ofrezca menos calidad que el anterior.

3.3.3. Evidencias empíricas sobre dirección del cambio de auditor

La dirección del cambio de auditor es, sin duda, una herramienta eficaz para determinar qué empresas tienen incentivos para realizar un comportamiento estratégico con el objetivo de evitar futuras opiniones cualificadas. Esta afirmación se apoya en que, en general, cuando una empresa decide cambiar de auditor, es porque considera que demanda unas características que no son poseídas por su auditor actual y, por tanto, son las que condicionarán la elección del nuevo auditor. Así, si nos detenemos ante los cambios de auditor como respuesta a los conflictos de agencia, el auditor deberá ser más reputado y más independiente cuando disminuye la participación de los gerentes en la propiedad, cuando se establece un sistema de remuneraciones para la gestión basada en los resultados, cuando la empresa tenga sus acciones muy repartidas, cuando tenga en proyecto aumentar el capital de la empresa o buscar nueva financiación o cuando decida aumentar el endeudamiento de la empresa (Francis y Wilson, 1988; Balvers et al, 1988; Menon y Williams, 1991; DeFond, 1992; Bédard et al, 2000). Cuando una empresa es adquirida por otra cambiará al auditor de la empresa compradora con la finalidad de aumentar las economías de escala (Anderson et al, 1993)⁵⁵. Si el cliente aumenta su dimensión o si amplía mercados, requerirá los servicios de un auditor de mayor tamaño y con implantación y reputación internacional, en cambio, si aumenta la complejidad o diversidad de sus operaciones necesitará un auditor más especializado (Williams, 1988). Si la empresa se encuentra con problemas financieros, la dirección del cambio puede ser diversa. Así, contratará a un auditor de menor calidad cuando el cambio se haya originado para ocultar información o porque el auditor no estaba

⁵⁵ No obstante, hay que tener en cuenta el efecto de la especialización. Si las empresas adquirida y adquirente pertenecen a sectores de actividad muy distintos, se podría estar sustituyendo un auditor especializado por otro que no lo es, y se podría deteriorar, de esta forma, la calidad de la auditoría.

de acuerdo con determinadas prácticas contables (Schwartz y Menon, 1985). En cambio, se optará por firmas de gran reputación cuando lo que se pretenda es dar una imagen de seguridad hacia los inversores. Por otra parte, cuando los problemas financieros obliguen a la empresa a reducir costes, el cambio irá dirigido a auditores con honorarios más bajos. Los cambios hacia firmas de auditoría más baratas o que ofrezcan una mayor gama de servicios aparte de la auditoría, tienen una dirección claramente definida. La precaución en estos casos es que la elección del nuevo auditor no vaya en detrimento de la calidad de la auditoría, ya que esto podría lanzar una señal equívoca al mercado de la verdadera intención del cambio (Deis y Giroux, 1996). Por último, si atendemos a los desacuerdos provocados porque la actitud del auditor es más conservadora que la esperada por el gerente, se elegirá un auditor menos propenso a cualificar, es decir, más flexible o permisivo en la aplicación de los principios contables (DeFond y Subramanyam, 1998).

Los resultados aportados por estos trabajos ponen de manifiesto que realmente los factores inductores del cambio determinan las características del nuevo auditor contratado. Es decir, las empresas no cambian de auditor si no es porque se les ha creado una necesidad concreta que el auditor saliente no es capaz de satisfacer, y esto se pone de manifiesto porque el nuevo auditor responde a unas características que están relacionadas con el tipo de circunstancia que motivó el cambio del anterior auditor. A pesar de esto, no hay abundancia de trabajos específicos sobre dirección del cambio de auditor, no obstante, podemos destacar los de Johnson y Lys (1990), Weets (1999) y Barkess y Stokes (2000).

Con respecto al primero de los trabajos mencionados, se partió de la asunción de que los clientes cambian de auditor cuando el que tienen contratado no puede suministrar los servicios requeridos al coste más bajo. Para justificar dicha afirmación se utilizó una medida de la estructura de costes del auditor y se analizó si los clientes que varían sus características económico-financieras erosionan la ventaja competitiva de su auditor actual y buscan auditores con una estructura de costes más adecuada y, por tanto, un suministro del servicio a más bajo precio. Como subrogado de la dirección del cambio respecto a la estructura de costes usaron el tamaño relativo del nuevo auditor, medido éste por las ventas del nuevo auditor entre las del auditor saliente. De esta forma, se obtuvo que variables relacionadas con el crecimiento de la empresa y con el aumento de la financiación exterior están positivamente relacionadas con una dirección del cambio hacia auditores de mayor tamaño. Estos autores también demostraron que las opiniones adversas y los desacuerdos entre el auditor y el cliente no influyen, por lo general significativamente, en la dirección del cambio, aunque los porcentajes de estas empresas que cambian hacia auditores de menor tamaño son más altos que los de empresas que cambian en el sentido contrario.

Por su parte, Weets (1999), a partir de una muestra de empresas belgas, consideró como variable dependiente la calidad de la auditoría del nuevo auditor, utilizando como subrogados el nombre de marca y el tamaño de la firma e introduciendo en el modelo distintas variables relacionadas con las características del cliente. Los resultados del análisis señalaron que las empresas que pertenecen a grupos, las que tienen bajos ratios de liquidez (que buscan auditores más reputados para dar imagen de más seguridad) y gran nivel de apalancamiento o porcentaje de acciones al portador ⁵⁶ (costes de agencia) cambian hacia auditores de las grandes firmas internacionales de auditoría.

Barkess y Stokes (2000) analizaron los cambios de auditor en un mercado local con empresas de pequeña dimensión. En este caso, la variable dependiente considerada fue la diferencia de reputación entre el auditor antiguo y el nuevo. Los resultados obtenidos indicaron que el tamaño del cliente, los costes de agencia y el consumo de otros servicios ofrecidos por el auditor están relacionados significativamente con la variable dependiente. Es decir, las empresas locales cambiarán a un auditor más reputado cuanto mayores sean sus tamaños, sus costes de agencia y la necesidad de servicios distintos de la auditoría.

Como se deriva de estos estudios, una vez que se conoce el motivo que induce el cambio de auditor es posible anticipar las características que poseerá el nuevo auditor, ya que la empresa cambiará hacia el auditor que le ofrezca el nivel de calidad asociado a su nueva demanda. En principio, podemos esperar semejante comportamiento cuando el cambio se produzca tras un informe de auditoría cualificado, es decir, que el cambio se dirigirá hacia auditores de menor calidad. No obstante, no existe mucha evidencia empírica al respecto dado que la dirección del cambio de auditor, cuando el inductor es el informe de auditoría, ha sido escasamente analizada, aunque podemos mencionar los trabajos de Chow y Rice (1982), Johnson y Lys (1990), Sánchez Segura (1999; 2003) y Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000).

En el primero de ellos, se argumentó que quizá uno de los motivos para cambiar de auditor tras obtener un informe de auditoría no limpio es buscar un auditor menos conservador. Por ello, se analizó si tras cambiar de auditor después de re-

⁵⁶ La variable que esta autora tenía intención de utilizar como subrogado de los costes de agencia era la participación de los gerentes en la propiedad, pero al no estar disponible ese dato para las empresas de la muestra se decidió utilizar el porcentaje de acciones no nominativas, justificándolo de la siguiente manera: los poseedores de acciones nominativas suelen tener una participación más activa en la empresa, así, al aumentar el porcentaje de acciones al portador, aumentan los costes de agencia porque aumenta la posibilidad de un comportamiento oportunista del gerente al disminuir el control sobre el mismo.

cibir un informe de auditoría cualificado se elegían auditores con menor propensión a cualificar. Pero los resultados alcanzados por estos autores no apoyaron el argumento anterior, los auditores elegidos no eran más liberales que los anteriores. Similar hipótesis aparece contrastada por Sánchez Segura (1999; 2003), donde el análisis parte de una muestra de 37 cambios de auditor y se realiza aplicando tablas de contingencia. Pero al igual que los autores anteriores, no se obtiene evidencia significativa de que el cambio pueda estar explicado por la búsqueda de firmas auditoras más benignas en la emisión de sus informes. Tampoco se derivaron resultados concluyentes del trabajo de Johnson y Lys (1990), obteniéndose que los cambios precedidos por una opinión cualificada no tienen un efecto significativo sobre la dirección del cambio seguida, medida ésta en función del tamaño relativo del auditor.

En el trabajo de Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) se contrasta la dirección del cambio de auditor atendiendo a una serie de subrogados de la calidad como son la especialización, la reputación, el tamaño y la propensión a cualificar del auditor. En una muestra de 154 cambios de auditor se pone de manifiesto que las empresas que obtienen informes cualificados cambian hacia auditores de menor calidad en un porcentaje de veces mayor que las que reciben informes de auditoría limpios. Además, estos resultados alcanzan significación estadística en el caso de la especialización, el tamaño y la actitud conservadora del auditor. Los autores concluyen afirmando que los cambios desde auditores con nombre de marca hacia auditores sin esta característica son demasiado visibles, y por tanto, pueden inducir a penalizaciones por parte del mercado. Esta razón puede justificar el hecho de que apenas sean considerados como parte de una estrategia del cliente para evitar futuras cualificaciones.

Quizá la falta de consenso de los resultados obtenidos por los trabajos mencionados descansa en la forma de medir la calidad del auditor, ya que esto es fundamental para captar convenientemente la alteración en la calidad de la auditoría provocada por el cambio de auditor.

A modo de resumen, podemos decir que el argumento que hemos pretendido justificar es el deseo que el cliente que obtiene una opinión cualificada y cambia de auditor asumiendo los costes del cambio tiene de evitar la repetición de ese tipo de opinión. Si esto sucediera, una nueva opinión no limpia le haría duplicar costes, los asociados al cambio y los derivados de recibir una opinión que pone en duda la calidad de su gestión. Por ello, el cliente tendrá en cuenta este riesgo en la elección del nuevo auditor. Esto nos lleva a suponer que si su intención es garantizarse una opinión limpia en ejercicios futuros, elegirá un auditor con menor conocimiento, por lo que tendrá mayor dificultad para descubrir errores, o con menor inde-

pendencia, lo que supondrá un menor incentivo para divulgar los errores que detecte. Si las empresas que reciben opiniones cualificadas cambian cuando tienen contratados auditores de calidad alta y tras el cambio eligen auditores con menor conocimiento o menor independencia que el anterior, podremos afirmar la existencia de cambios de auditor intencionados realizados por empresas que quieren evitar los costes de obtener futuras opiniones adversas. El éxito de estos comportamientos oportunistas será analizado en el apartado siguiente.

3.4. TERCERA FASE: LA MEJORA DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA

En los epígrafes anteriores hemos pretendido poner de manifiesto el interés de las empresas en evitar informes de auditoría cualificados, que se traduce en determinados comportamientos que, amparados en la calidad diferenciada que ofrecen las firmas de auditoría, se basarían en cambios de auditor. Estos comportamientos se fundamentan en la contratación de auditores de una calidad perceptiblemente menor que la del auditor anterior que le garanticen un comportamiento más favorable que el que le otorgaría el auditor actual. Para que esta garantía se haga efectiva, el nuevo auditor deberá ofrecer un servicio de calidad inferior que se traducirá, bien en una menor capacidad para detectar los errores contenidos en las cuentas anuales, bien en un menor interés en divulgarlos una vez detectados. Por tanto, es la calidad del auditor la pieza clave para poder descubrir e interpretar estos comportamientos. Una vez que la empresa que previamente obtuvo un informe cualificado decide realizar un cambio de auditor hacia un profesional con unas características tales que, a priori, le garanticen una mayor probabilidad de obtener una opinión favorable, nos encontraremos en la última fase del proceso, cual es la recepción de la opinión de auditoría emitida por el nuevo auditor.

En esta última fase, la estrategia diseñada por el cliente llega a su término y es ahora cuando realmente se puede conocer el éxito o fracaso alcanzado, que lógicamente y dado el factor inductor de dicho cambio, se plasmará en el tipo de informe que obtenga la empresa. No debe olvidarse que, sea cual sea el desenlace de esta situación, la empresa ya ha tenido que pagar un precio por la posibilidad de éxito, puesto que previamente ha debido asumir los costes del cambio de auditor. Así, con la obtención de un informe favorable se puede concluir que la estrategia ha tenido éxito evitándose los costes de la recepción de un informe no limpio. En cambio, la obtención de un informe adverso supone la consideración de la estrategia como fracasada, y además, con un alto coste para la empresa ya que, a los costes del cambio de auditor, tendrá que añadirle los costes de la recepción de una opinión cualificada. Es decir, no sólo no se consigue el objetivo propuesto, es decir,

el informe limpio, sino que, además, la empresa ha quedado expuesta a las consecuencias que se deriven de la percepción que los terceros tengan de las causas de dicho cambio de auditor.

Por tanto, a continuación nos centraremos en la posibilidad de mejora de opinión de las empresas que llevan a cabo cambios estratégicos de auditor. Para ello, junto a la descripción de las condiciones que deben darse para que la mejora de opinión sea efectiva, haremos un breve repaso de los resultados obtenidos por estudios empíricos previos que han analizado la existencia de éxito en este tipo de comportamientos.

3.4.1. El éxito del cambio intencionado de auditor

Una vez que la empresa ha realizado un cambio estratégico de auditor, esperará la recepción del informe de auditoría de la nueva firma auditora para determinar si se han cumplido sus expectativas sobre el tipo de informe a recibir. Estas expectativas estarán más o menos fundamentadas según la elección que se haya hecho del nuevo auditor, y cabe la posibilidad, si hubo pacto entre las partes, de que incluso exista certeza sobre el tipo de informe a recibir.

La emisión de un informe de auditoría limpio en este escenario implicaría, como hemos apuntado, el éxito de la estrategia del cliente. La empresa ha conseguido contratar un auditor que es más complaciente o tiene menos capacidad de descubrir los errores que contienen los estados financieros de la empresa y eso se ha derivado en la obtención de una opinión más favorable. Siguiendo a Lennox (2000), este tipo de comportamientos, al reducir el número de opiniones calificadas, aumenta el número de errores tipo I, es decir, aquellos casos en los que la empresa recibe opiniones limpias cuando no merece dicha opinión, disminuyendo el de tipo II, que se producen cuando la empresa recibe una opinión más severa que la que realmente merece. En función del coste específico de cada tipo de error, así será el coste final a asumir derivado de la existencia de esta práctica.

Pero hacer descansar el éxito o fracaso de esta estrategia en la única observación del tipo de opinión recibida nos haría quedarnos en una visión muy simplista del resultado de este proceso. No obstante, como veremos posteriormente, hay que destacar que la comparación entre la opinión antes y después del cambio ha sido la forma tradicional de evaluar el éxito o fracaso de la compra de opinión. Este tipo de análisis puede llevar a conclusiones erróneas por varios motivos. En primer lugar, cuando el tipo de incidencia sobre la que descansa la cualificación del informe de auditoría escape a la voluntad de la empresa. En segundo lugar, por la dificultad

de determinar una muestra de control que sea útil para su estudio. Finalmente, porque es necesario incluir otras variables que hagan más precisa la selección de las empresas que puedan haber obtenido una mejora de opinión.

Con respecto al primero de los motivos apuntados, hay incidencias con capacidad de modificar el informe de auditoría que aparecen o desaparecen en un momento determinado sin control alguno por la empresa y que, dada su importancia, obligarán a que el auditor revise su decisión sobre el tipo de opinión que tenía pensado emitir. Se trataría de incidencias relacionadas, por ejemplo, con litigios o acontecimientos que proceden del exterior de la empresa y que por su magnitud o porque son o serán ampliamente conocidos por los usuarios de la información contable obligarán al auditor a emitir un informe no limpio cuando tenía a priori pensado otorgar una opinión favorable. Así, nos encontraríamos con una empresa que consigue realizar un cambio estratégico hacia un auditor más complaciente pero que, finalmente, ha recibido un informe de auditoría cualificado debido a la aparición de una incidencia imprevista que aumenta considerablemente el riesgo de auditoría y que obliga al auditor a actuar en contra de los planteamientos iniciales. De esta forma, empresas que tras un informe de auditoría no limpio cambian hacia un auditor de menor calidad puede que no consigan mejorar su opinión por circunstancias que escapan de su control. Cabe decir que la única manera de evitar que este tipo de acontecimientos afecte al estudio de la mejora de opinión es analizar el tipo de incidencias que han causado la cualificación del informe y ver si ha habido alguna modificación con respecto al ejercicio anterior.

En segundo lugar, hemos apuntado la importancia de determinar las empresas que formarán parte de la muestra de control, ya que una deficiencia en la selección puede invalidar los resultados alcanzados en el estudio. Para determinar si las empresas que han realizado cambios intencionados de auditor tienen una mayor probabilidad de evitar la reiteración de informes de auditoría no limpios, habrá que comparar con las compañías que tras obtener una opinión no limpia han mantenido al mismo profesional. Se espera que la probabilidad de que estas empresas mejoren la opinión sea inferior dado que no han actuado sobre la calidad de la auditoría como medio de mejorar el informe de auditoría. Este razonamiento, que será contrastado posteriormente, se alterará en el momento en que empresas que obtienen opiniones cualificadas deciden no cambiar de auditor porque éste se compromete de forma oportunista a relajar los niveles de calidad en el siguiente ejercicio con la intención de retener al cliente. Este comportamiento, que ha sido objeto de atención en el capítulo anterior, provocaría la aparición de un número indeterminado de empresas que mejorarían su opinión sin necesidad de cambiar de auditor, lo que distorsionaría los resultados al comparar con la probabilidad de mejora de opinión de las empresas que realizaron cambios estratégicos de auditor.

Igual efecto tendría la inclusión en la muestra de aquellas empresas que retienen al auditor porque saben que la incidencia que ha causado la opinión desfavorable previa va a desaparecer y, por tanto, que el informe de auditoría será presumiblemente limpio en el siguiente ejercicio. También podría afectar a la comparación entre muestras los clientes que no le dan importancia a que determinadas salvedades aparezcan en el informe, incluso las consideran benignas ya que aportan la presunción de un cierto grado de discordia entre auditor y cliente que puede resultar en una imagen de mayor independencia del auditor y, por tanto, de mayor fiabilidad del informe de auditoría y de la información contable que acompaña. Estas empresas no tendrían incentivos para cambiar de auditor porque no tienen interés en mejorar la opinión (Chow y Rice, 1982), lo cual estaría disminuyendo el porcentaje de empresas que mejoran de opinión en la muestra experimental. Por último, otro tipo de situación que puede alterar la detección de mejoras oportunistas de opinión es la aparición de nueva evidencia que haga que el auditor finalmente opte por el punto de vista del cliente al considerarlo más adecuado a la luz de la nueva información (Craswell, 1988). En este caso, habría una mejora de opinión sin que las circunstancias de la empresa o la calidad del auditor se vean modificadas. Por tanto, es necesario tener presente que en la realización de un estudio empírico estas limitaciones pueden tener un efecto nada despreciable sobre el resultado final de la comparación entre las dos muestras, si bien algunas de estas limitaciones, como veremos más adelante, podrán ser subsanadas en mayor o menor medida.

Por último, la tercera de las causas que pueden afectar al análisis de la mejora de la opinión es el cambio en las condiciones económico-financieras de la empresa (tanto aquella que pertenezca a la muestra de control como a la muestra experimental). Numerosos autores como Chow y Rice (1982), Smith (1986), Krishnan y Stephens (1995) y Lennox (2000) opinan que la comparación entre las opiniones recibidas antes y después del cambio no es una forma adecuada de determinar el éxito o fracaso de la compra de opinión. Se pueden señalar dos razones que apoyan esta afirmación. En primer lugar, porque las variaciones en las condiciones económico-financieras son causantes directas de cambios en los tipos de opinión (Smith, 1986) que son independientes de la existencia o no de cambio de auditor. En segundo lugar, porque estaríamos ignorando una herramienta que nos permitiría detectar la existencia de compra de opinión entre empresas que no cambian de auditor (Lennox, 2000), lo cual permitiría depurar la muestra de empresas de control evitando que comportamientos oportunistas como éste puedan alterar los resultados del estudio.

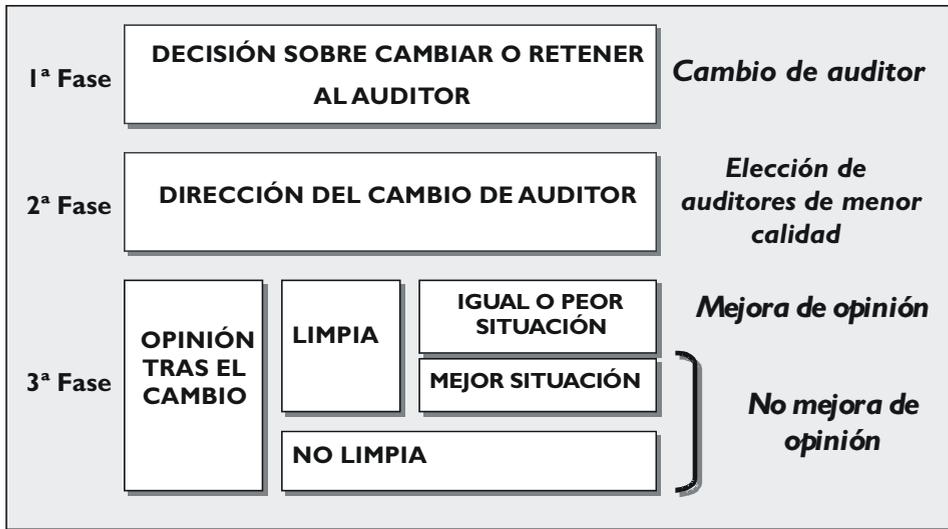
Una empresa puede obtener una mejora de opinión si cambia hacia un auditor que posee una actitud diferente hacia la información que el anterior (Lennox, 2002), pero también puede mejorar su opinión si las condiciones financieras evolu-

cionan de forma que su nueva situación propicia la emisión de un informe de auditoría limpio. Si la recepción de una opinión favorable es independiente del cambio de auditor, estaríamos ante una mejora de la opinión que no se debe a la reducción estratégica de la calidad de la auditoría provocada por el cambio de auditor. Por tanto, el control de la evolución de la situación financiera del cliente es necesario para determinar en qué casos la mejora de opinión se debe a una estrategia de la empresa relacionada con la calidad de la auditoría y cuándo estamos ante un esfuerzo del cliente por mejorar la calidad de la información contable que divulga.

Con respecto a la segunda razón apuntada, el control de la situación económico-financiera de la empresa daría solución a una de las deficiencias apuntadas anteriormente sobre la selección de la muestra experimental. Nos referimos a la posibilidad de distinguir entre aquellas empresas que han mantenido a su auditor tras recibir un informe no deseado y que han conseguido una mejora de opinión aumentando la calidad de su información contable de las que la han mejorado pactando una opinión favorable con su auditor actual.

Lo único que se nos puede escapar con la inclusión de esta variable en el estudio son los cambios estratégicos de auditor por anticipación de la opinión y que resultan en una mejora de la opinión. Siguiendo a Schwartz y Menon (1985), se trata de clientes que anticipan que su auditor actual va a emitir una opinión cualificada y realizan un cambio estratégico para evitarla. Dada la dificultad de extraer los cambios oportunistas de auditor por anticipación de una opinión cualificada del resto de cambios, y puesto que se puede suponer que sólo una pequeña proporción de empresas realiza este tipo de cambios, el estudio de la mejora oportunista de opinión deberá incluir como empresas con interés en realizar cambios estratégicos de auditor aquéllas que han cambiado tras obtener una opinión adversa. De ahí que el término mejora de opinión sea más exacto con relación al cambio estratégico de auditor que el de compra de opinión, ya que éste sería susceptible de incluir comportamientos de difícil contrastación empírica como el que hemos referido. Por tanto, debemos incluir una modificación en el diseño del gráfico de las tres fases del proceso objeto de estudio con la inclusión del efecto que las variaciones de la situación económico-financiera de la empresa puede tener sobre la opinión de auditoría.

FIGURA 3. Esquema del proceso de cambio intencionado de auditor con inclusión de la evolución de la situación económico-financiera



Por último, podríamos señalar que la obtención de una opinión limpia mediante el cambio hacia auditores de menor calidad no es una práctica ilegal ni está penalizada, ya que se supone que los auditores cumplen con el mínimo de calidad exigido por los estándares de auditoría y más concretamente por las Normas Técnicas de Auditoría. Lo que es equivocado y perjudicial para la práctica empresarial es la demanda subyacente de opiniones favorables en un esfuerzo por evitar la correcta presentación de la información contable de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados. De ahí, que este tipo de comportamiento derive en fraude en la información financiera, sesgue las decisiones de inversión y deteriore la fiabilidad de la información auditada. Además, es un serio problema en cuanto a que una vez que ocurre con éxito tiende a ser reiterado por la empresa (Martin, 1988).

3.4.2. Evidencias empíricas previas sobre la mejora de la opinión tras el cambio de auditor

Como hemos visto, dadas las implicaciones que un cambio estratégico podría tener sobre la fiabilidad de la información contable, es fácil suponer el interés que este tipo de prácticas ha despertado en numerosos investigadores que han tratado de determinar si realmente consiguen la finalidad propuesta. Realizando una des-

cripción cronológica de trabajos que han compartido este objetivo, nuestro interés está en determinar el estado de la situación en el momento actual y cómo esta ha evolucionado a partir de los estudios basados en la simple comparación de opiniones.

Uno de los primeros trabajos que se cuestionan si un cambio de auditor puede llevar a la recepción de una opinión limpia con más facilidad que la ausencia de dicho cambio es el de Chow y Rice (1982). Mediante el uso una muestra de control formada por empresas que reciben opiniones no limpias y no cambian de auditor, y aplicando tablas de contingencia, obtienen que no existe dependencia entre las variables cambio de auditor y opinión posterior al cambio. No obstante, los datos demuestran que aquellas firmas que no cambian tienden a obtener más opiniones limpias en el año siguiente que las que cambian. Es decir, se obtienen resultados opuestos a los esperados, que estos autores atribuyen a que la influencia del mercado, que es demasiado fuerte como para que la empresa realice un cambio de auditor sin considerar la reacción esperada de los accionistas y obligacionistas. Estos autores señalan que el cambio de auditor por sí mismo, independientemente de si está o no asociado con una opinión cualificada, no debe ser contrario a los intereses de los inversores, y esto es lo que provoca que difícilmente se obtenga una opinión favorable posterior. A la vista de los resultados, apuntan como limitación en su estudio la falta de control de factores tales como la salud financiera de la empresa, por lo que anticipan ya las carencias de un análisis basado simplemente en la comparación de las opiniones anteriores y posteriores al cambio. En la misma línea, y apoyando resultados similares, aparece el estudio de Schwartz y Menon (1985), autores que también anticipan la necesidad de controlar la situación financiera de la empresa en este tipo de análisis.

Esta limitación reconocida en los trabajos anteriores es la causa de que Smith (1986) aborde el estudio de la compra de opinión desde un punto de vista más completo. Esto es posible en Estados Unidos dado que, según su normativa, tras un cambio de auditor y acompañando al informe de auditoría emitido por el nuevo auditor deberá aparecer el informe emitido en el ejercicio anterior por el auditor saliente, e incluso se le puede solicitar a este último que emita una nueva opinión si considera que las situaciones que originaron la emisión del anterior informe de auditoría han cambiado. Según este autor, si el auditor anterior se ratifica en una opinión cualificada y el nuevo auditor emite una opinión limpia, se puede considerar que existe compra de opinión por parte de la empresa. Para buscar evidencias sobre la existencia de esta práctica, este autor analiza detenidamente los informes de auditoría cercanos al cambio de auditor y la evolución económico-financiera de una muestra de 132 empresas, obteniendo que sólo cinco casos podían ser consistentes con la compra de opinión, ya que teniendo en cuenta una serie de limitaciones

(falta de información sobre si al antiguo auditor se le pidió si revisara de nuevo la información, si emitió el informe sin revisión, etc.) estas cinco empresas consiguieron mejorar la opinión mediante un cambio de auditor. Centrándose en la resolución de incertidumbres en cada caso individual, este autor es capaz de evitar el problema de la necesidad de controlar los cambios en la situación financiera de la empresa. Sin embargo, no consigue obtener conclusiones estadísticamente significativas al utilizar estudios de caso.

Posteriormente, Craswell (1988) obtiene una proporción de empresas que reciben opiniones favorables tras cambiar de auditor mayor que la respectiva proporción para compañías que mantienen a su auditor (corroborándose mediante un test de dependencia). No obstante estos resultados, este autor estima que sería peligroso inferir causalidad en esta evidencia, aportando una serie de razones distintas al deseo de los gerentes de evitar las cualificaciones por las que tras un cambio de auditor las empresas podrían mejorar la opinión. Esto lo apoyan demostrando que la proporción de empresas que obtiene una opinión limpia tras un cambio de auditor es independiente del tipo previo de cualificación.

Ante estos resultados poco concluyentes, Krishnan y Stephens (1995) se proponen analizar si es el conservadurismo del auditor y no el tipo de opinión recibida lo que provoca los cambios de auditor, es decir, que las empresas realmente cambian porque quieren contratar un auditor que les otorgue un tratamiento menos duro que el que reciben de sus auditores actuales. Pero los resultados no apoyan esta hipótesis, dado que no ponen de manifiesto ninguna diferencia en el tratamiento que reciben los clientes que cambian de auditor, tanto antes como después de dicho cambio, en relación con el recibido por las empresas que no cambiaron. De hecho, entendiéndose por éxito en la compra de opinión que, dada la condición financiera del cliente, el nuevo auditor aplique estándares más liberales que los aplicados por su predecesor, se obtiene que los clientes que cambian fueron tratados con un conservadurismo relativamente mayor por ambos auditores (predecesor y sucesor), sugiriéndose así la ausencia de compra de opinión con éxito. Los resultados también muestran que no existe diferencia entre los tratamientos que el auditor saliente y el nuevo auditor otorgan al cliente.

Por su parte, Lennox (2000) afirma que, como se aprecia en los estudios anteriores, no se debe concluir que la compra de opinión es infructuosa cuando las opiniones posteriores al cambio no son más favorables para las compañías que cambian de auditor que para las que lo mantienen, ya que esto ignora la posibilidad de que las compañías que cambian hayan recibido opiniones calificadas con más frecuencia que si no hubiesen cambiado. Este autor señala que las opiniones previas al cambio son pobres aproximaciones de los informes inobservados que las com-

pañías habrían recibido de haber tomado la decisión de cambio opuesta, es decir, que una comparación de opiniones emitidas por los auditores entrantes y salientes es una forma deficiente de comprobar el éxito de la compra de opinión. Además, Lennox (2000) sostiene que este tipo de estudios ignora la posibilidad de que las empresas que no cambian de auditor puedan pretender también comprar la opinión de su auditor. Usando una metodología alternativa, predice la probabilidad de que las compañías reciban opiniones limpias si la decisión de cambiar es diferente a la realmente observada. Dicha alternativa consiste en diseñar un modelo probit que sea capaz de predecir la opinión que merece la empresa a partir de datos contables y de mercado públicamente disponibles. Una vez determinada la opinión que realmente merecen las empresas, podrá ser comparada con la opinión que realmente han obtenido. La diferencia entre estas es incluida en un modelo probit de cambio de auditor para contrastar si las compañías consiguen comprar la opinión. En este modelo de cambio se incluyen variables de control que estudios previos han asociado con cambios de auditor, como la salud financiera de la empresa.

Según este autor, la condición necesaria para que exista compra de opinión es que ambos auditores opinen de forma diferente. Sus datos, obtenidos de una muestra de empresas del Reino Unido, muestran que un nuevo auditor tiene mayor probabilidad que el actual de emitir una opinión diferente que la del año anterior. La condición suficiente es que una compañía cambie (retenga) a su auditor actual si un nuevo auditor es menos (más) probable que emita un informe de auditoría favorable. Los resultados alcanzados por este autor muestran que cuando el informe de auditoría es adverso, el siguiente informe tiene menos probabilidad de ser cualificado si se cambia de auditor. A su vez, si los informes previos son limpios, los siguientes tendrán una mayor probabilidad de ser limpios si la empresa no cambia. Esto significa que las empresas que compran la opinión cambiarán de auditor más frecuentemente cuando las opiniones previas no son limpias. Dado que los resultados apoyan que las compañías habrían recibido informes de auditoría adversos con mayor probabilidad de haber tomado la decisión de cambio opuesta, se sugiere que las compañías consiguen comprar la opinión con éxito.

En el ámbito nacional, los trabajos que han analizado la existencia de mejora de opinión no han considerado el impacto que la variación en la situación económico-financiera del cliente puede tener en la obtención de una opinión limpia. Se basan, por tanto, en la simple comparación de las opiniones previa y posterior al cambio. Así, Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) analizan la mejora de opinión de una muestra de 154 empresas españolas que cambian de auditor. Para ello, elaboran una tabla de contingencia en la que cruzan las variables cambio de auditor y mejora de la opinión. Los resultados ponen de manifiesto que si bien el porcentaje de empresas que mejoran de opinión es mayor cuando existe cambio de auditor, los re-

sultados no alcanzan significado estadístico. Aplicando la misma metodología, contrastan si direcciones específicas del cambio conducen con mayor probabilidad a mejoras de opinión. De las tres medidas de la calidad analizadas: especialización, tamaño y conservadurismo del auditor, las dos últimas, es decir, las relacionadas con la independencia del auditor, consiguen ofrecer resultados significativos. Esto supone que los cambios hacia auditores menos conservadores y de menor tamaño están relacionados positivamente con una mejora de la opinión de auditoría.

En un trabajo posterior, Ruiz Barbadillo y Gómez Aguilar (2001) analizan, mediante un modelo logit y en una muestra formada por 105 cambios de auditor efectuados por empresas españolas, si la probabilidad de mejora de la opinión está relacionada con la dirección del cambio de auditor, medida ésta a partir de cinco subrogados de la calidad de la auditoría: especialización, tecnología, nombre de marca, tamaño y conservadurismo del auditor. Se consideran, además, diversos contextos de control externo, distinguiéndose así entre empresas financieras y no financieras, y empresas que cotizan y no cotizan en bolsa. Los resultados indican que el modelo es aceptable en todos los casos excepto para las empresas que cotizan en bolsa, lo cual se explica dada la posición más visible que tienen estas empresas. Con respecto a las variables, todas excepto la tecnología resultan ser significativas para la muestra completa de empresas, para la muestra de empresas que no cotizan y para la formada por empresas no financieras. Con respecto a las empresas financieras, sólo resultan consistentes con la mejora de opinión los cambios hacia auditores menos conservadores y más pequeños, lo cual pone de manifiesto, de nuevo, que la existencia de control externo limita las expectativas de las empresas en cuanto a la elección de auditores de calidad visiblemente menor. De esta forma, se concluye que las empresas desarrollan comportamientos estratégicos para evitar informes de auditoría cualificados pero buscando reducir el efecto que el cambio de auditor tenga mediante las disminuciones de calidad que sean menos identificables por terceros.

En el trabajo de Sánchez Segura (2003), se analizan pormenorizadamente una serie de cambios de auditor, 37, detectados en una muestra de empresas españolas. Analizando separadamente en función de la gravedad de la opinión, esta autora considera que si bien el número medio de salvedades recibidas antes del cambio es mayor que el del año posterior al cambio, la diferencia no es significativa. De las cuatro empresas que reciben informes con salvedades muy graves, dos obtienen tras el cambio una opinión limpia, pero la autora comprueba que se debe a saneamientos financieros integrales; de los diez que reciben salvedades graves sólo mejoran dos y de los cuatro que reciben salvedades leves mejoran otros dos. Por tanto, se concluye que el cambio de auditor no parece derivar en mejoras de opinión.

A la vista de esta revisión de los resultados obtenidos en diversos trabajos podemos concluir destacando la importancia de controlar las características económico-financieras de la empresa cuando se aborda el estudio de la existencia de mejora de opinión en las empresas que realizan un cambio de auditor intencionado. El control de esta variable se ha señalado como necesario para una correcta determinación del éxito de la estrategia. Además, en el análisis de los resultados hay que considerar el efecto que la percepción de los terceros tiene sobre la estrategia del cliente. Como hemos visto, los cambios intencionados de auditor pueden verse influenciados e incluso imposibilitados si la empresa está sujeta a un determinado control externo.

3.5. CONCLUSIONES

El objetivo de este capítulo ha sido analizar la posible existencia y consecuencias de un comportamiento específico del cliente que ha obtenido, tras un proceso de negociación con su auditor, un informe de auditoría no limpio y quiere mejorar esa opinión en ejercicios siguientes. Este comportamiento, que hemos denominado estratégico, se desarrollaría a través de tres fases, siendo la primera el cambio del auditor que le ha otorgado un dictamen no deseado, la segunda sería la elección de un nuevo auditor y, por último, la tercera se correspondería con la nueva opinión otorgada. Veamos pormenorizadamente las conclusiones que podemos extraer de cada una de estas fases.

La primera fase ha tratado de justificar la necesidad que tienen las empresas que reciben un informe de auditoría no limpio de cambiar de auditor. Dicha justificación ha sido fácil de fundamentar dada la existencia de evidencias empíricas que demuestran que las empresas que reciben una opinión no limpia tienen una mayor propensión al cambio de auditor que el resto. Esto nos permite concluir que la opinión contenida en el informe de auditoría es una inductora del cambio de auditor.

Mediante la segunda fase hemos pretendido argumentar que dado el objetivo de la empresa que realiza el cambio estratégico de auditor, la elección que haga del nuevo auditor estará indudablemente condicionada por la consecución de dicho objetivo, por lo que es de esperar que el cambio muestre unas características distintas a la de los cambios realizados por otras razones. Por ello, y apoyándonos en la percepción de la calidad de la auditoría que poseen los clientes, hemos justificado la elección de auditores de menor calidad como estrategia encaminada a obtener mejoras de la opinión. Es decir, el cambio estratégico de auditor será aquél que toma en consideración la diferencia de calidad ofrecida por las firmas de auditoría para elegir el auditor que le ofrezca mayores garantías de otorgarle una opinión fa-

vorable. Si las empresas se aventuran a asumir los costes de un cambio de auditor, lógico es pensar que la elección subsiguiente se hará cuidadosamente para evitar futuros costes derivados de una opinión no deseada. En este aspecto, apenas si existen evidencias empíricas previas que permitan afirmar la existencia de esta intencionalidad en el cambio, ya que el interés de la investigación se ha centrado fundamentalmente en analizar el tipo de opinión siguiente al cambio de auditor sin profundizar en el tipo de elección realizada.

En la última de las fases nos hemos detenido en estudiar la mejora de la opinión como consecuencia de un cambio intencionado de auditor, así como las evidencias empíricas previas que, sin resultados claramente concluyentes, existen a este respecto. Al igual que la calidad del auditor juega un papel destacado en la segunda fase de este proceso, la consideración de la evolución de la situación económico-financiera de la empresa tiene gran importancia en esta fase final. Como aparece recogido en trabajos previos sobre la mejora de opinión, es necesario distinguir qué parte de la mejora de la opinión ocurre como consecuencia de un aumento de la calidad de la información contable y qué parte se deriva del cambio intencionado de auditor. Sólo de aquellas empresas que han conseguido mejorar la opinión sin aumentar la probabilidad de merecer un informe de auditoría limpio podrá decirse que han conseguido realizar un cambio estratégico de auditor con éxito.

Una vez que hemos argumentado la existencia de cambios estratégicos de auditor y hemos analizado las posibilidades de éxito o fracaso del mismo, dado que, a diferencia del proceso de negociación, se trata de un proceso observable por terceros, podemos proceder a su análisis empírico. Para ello, habrá que tener en cuenta de qué forma la calidad de la auditoría se ve afectada a lo largo del proceso y las posibles variaciones en la situación económico-financiera del cliente, ya que, el primero de estos dos aspectos es el que nos permite hablar de estrategia y el segundo es el que propicia distinguir las mejoras de opinión que realmente han sido causadas por cambios de auditor como el que nos ocupa.

CAPÍTULO CUARTO

ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE LA AUDITORÍA Y LA OPINIÓN DEL AUDITOR

4.1. INTRODUCCIÓN

La primera hipótesis que vamos a formular se sitúa en un punto previo a la primera de las tres fases de nuestro estudio descritas en el capítulo anterior. Así, aunque el objetivo de nuestro trabajo es analizar el comportamiento estratégico del cliente que ha recibido un informe de auditoría cualificado y que desea que esta opinión no se repita en los siguientes ejercicios, vamos a detenernos en este capítulo a analizar la relación que existe entre la calidad del auditor y el tipo de informe que tiene más probabilidad de emitir. Demostrar dicha relación es el paso previo y necesario para realizar el estudio propuesto, ya que el cambio estratégico de auditor lo hemos fundamentado en la elección de un auditor de menor calidad. Si la calidad no estuviese relacionada con el tipo de informe de auditoría emitido por el auditor, cambios estratégicos de auditor como el definido no tendrían sentido, ya que no garantizarían al cliente la posibilidad de mejorar la opinión, por lo que éste, que hemos definido como racional, no incurriría en los costes de un cambio de auditor si esto no le evita los costes de una opinión no limpia. Esto implica que el cliente debe conocer qué auditores de menor calidad tienen una mayor probabilidad de emitir una opinión limpia, ya sea por fallar al detectar los errores e irregularidades, ya sea por no divulgarlas.

Tal y como expusimos en el capítulo segundo, existen trabajos anteriores que han puesto de manifiesto evidencias sobre la relación entre ambas variables, concluyéndose que la calidad del auditor afecta a la decisión sobre la opinión a emitir. Dado que hemos definido la calidad de la auditoría como la capacidad del auditor para detectar y divulgar errores e irregularidades contenidos en la información contable divulgada por la empresa, un auditor de alta calidad debería tener más

probabilidad de emitir informes no limpios que auditores de menor calidad. Si esto es así, los clientes elegirán aquellas firmas de auditoría que tengan menor calidad cuando deseen disminuir la probabilidad de recibir un informe cualificado. Este es el razonamiento que pretendemos contrastar empíricamente, si la calidad del auditor está relacionada con la opinión que emite.

4.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

Para llevar a cabo el estudio de la relación entre la calidad del trabajo de un auditor y el informe de auditoría emitido, no es la calidad real del auditor la que se tiene en cuenta en este tipo de análisis, ya que resulta inobservable, sino que se emplean medidas o subrogados de ésta que sean más fácilmente medibles. Además, la calidad real no es la utilizada por el cliente a efectos de caracterizar al auditor que tiene contratado (del que sí podría tener una aproximación a su calidad real) con respecto al resto de auditores (de los que sólo podrá tener una idea basada en la imagen, en el prestigio o en su dimensión). El cliente clasificará a las firmas de auditoría en función de la percepción de la calidad que tenga de ellas, percepción que se basará en determinados rasgos o características que las firmas, en algunos casos, tratan de potenciar y destacar para atraer la atención de los clientes potenciales⁵⁷.

Por ello, vamos a utilizar la calidad percibida para determinar si existe una relación entre el tipo de opinión emitida por el auditor y la percepción de calidad que tengan los clientes sometidos a estudio. Esta precisión es necesaria porque, dada la definición de calidad real, no habría ninguna duda de que el tipo de opinión emitida por el auditor tendría que venir condicionada por la independencia y la capacidad técnica del auditor. Pero, como apuntan García Benau et al (1999b), cada uno de los grupos que forman parte de la función de la auditoría (auditores, usuarios y auditados) poseen conceptos de la calidad de la auditoría distintos entre sí. De ahí, que lo que debemos demostrar es que los subrogados de la calidad que vamos a utilizar y que están relacionados con la percepción del cliente son capaces de explicar la opinión que el auditor va a emitir, porque éstas son las medidas que pueden ser conocidas por el cliente para tomar la decisión de mantener o cambiar a su auditor actual.

Así, esperamos que auditores percibidos como de gran conocimiento o con altas capacidades técnicas cualifiquen más informes porque, en principio, deberán tener más capacidad para detectar errores en los estados contables. También

⁵⁷ En España la publicidad directa está prohibida para las firmas de auditoría y profesionales independientes, tal y como se recoge en la Ley de Auditoría de 1988.

esperamos que los auditores percibidos como más independientes emitirán opiniones no limpias con mayor frecuencia dado que, desde el punto de vista del cliente, tienen más incentivos a divulgar los errores detectados. Por ello, la primera de las hipótesis que va a ser contrastada se formula de la siguiente forma:

H1: La obtención de informes de auditoría cualificados no está relacionada con la calidad del auditor

Si rechazamos esta hipótesis, estaríamos asumiendo que existen diferencias significativas entre las firmas de auditoría en cuanto a la propensión a emitir informes de auditoría cualificados, de forma que las firmas de mayor calidad serían más reacias a emitir opiniones limpias, cuando las empresas no las merezca, que las firmas percibidas como de menor calidad. Obtener este resultado nos permitiría abordar el resto del estudio empírico, ya que si los clientes perciben que los auditores de mayor calidad tienen una mayor probabilidad de emitir informes no limpios, tendrán incentivos para realizar cambios hacia auditores de menor calidad y evitar así informes de auditoría cualificados. En cambio, si la hipótesis es aceptada, la calidad percibida por los clientes no determinaría la probabilidad de informes cualificados por auditor, por lo que los cambios hacia auditores de menor calidad no ofrecerían la probabilidad de mejorar la opinión. Esto nos llevaría a concluir que los cambios de auditor no estarían relacionados con un comportamiento estratégico del auditor, sino que obedecerían a otro tipo de razones distintas a la mejora de la opinión. Por tanto, la evidencia que obtengamos de la contrastación de esta hipótesis pondrá de manifiesto si un cambio de auditor es beneficioso o no para aquel cliente que desea evitar una opinión no limpia en ejercicios siguientes.

4.3. PROPUESTAS PARA MEDIR LA CALIDAD DE LA AUDITORÍA

Para llevar a cabo la contrastación de esta hipótesis necesitamos un modelo que relacione la opinión recibida, como variable dependiente, con las diferentes variables que determinan los atributos relativos a conocimiento e independencia que posee el auditor. La medida de la calidad del auditor, dada la inobservabilidad de los atributos que la definen, que son el conocimiento y la independencia, se tiene que realizar mediante una serie de subrogados. Es de esta forma como se viene haciendo generalmente en trabajos de naturaleza similar, justificándose este procedimiento porque existen más posibilidades de acercarnos a la calidad de una firma de auditoría mediante el uso de varias medidas consideradas incompletas que utilizando una sola.

Así, como subrogados del conocimiento emplearemos la especialización del auditor en el sector industrial del cliente y la tecnología o nivel de estructuración que emplee la firma en el desarrollo del trabajo y en la formación de juicios. Como subrogados de la independencia vamos a considerar cinco atributos: la reputación, el nombre de marca y la actitud conservadora del auditor, el tamaño del cliente, y la duración del contrato que liga al auditor y al cliente. Puesto que estos siete subrogados no se excluyen mutuamente, las conclusiones a las que pretendamos llegar tendrán que surgir del análisis conjunto de todas estas medidas imperfectas de la calidad de la auditoría.

4.3.1. Medidas del conocimiento del auditor

4.3.1.1. La especialización del auditor

Un auditor especializado en un sector industrial determinado es aquél que posee un amplio conocimiento de las características y peculiaridades de las operaciones y contratos específicos del sector, así como una cierta experiencia en prestar servicios a empresas sujetas a similares estructuras de negocio y, si los hubiera, marcos reguladores especiales, lo cual se traduce en una mayor capacidad para detectar errores en la información contable de la empresa (Palmrose, 1986; Craswell et al, 1995; Hogan y Jeter, 1999). Estos conocimientos específicos del sector hacen que los auditores especializados realicen un trabajo más eficiente que los no especializados, dado que éstos tendrán que intentar adaptar y aplicar los razonamientos y conocimientos que generalmente utilizan con cualquier empresa a una serie de operaciones con características y peculiaridades muy concretas, lo cual se traducirá en un mayor coste en términos de tiempo y de esfuerzo requerido (Taylor, 2000).

En este sentido, numerosos trabajos han obtenido evidencias de que la calidad del trabajo del auditor es mayor cuando se trata de un auditor especializado. Así, O'Keefe et al (1994a) detectan un menor número de violaciones de la normativa contable en entidades públicas al aumentar la especialización del auditor. Craswell et al (1995) sostienen que un auditor especializado conducirá a un mayor nivel de seguridad en la auditoría comparado con auditorías desarrolladas en los mismos sectores por auditores no especializados, los cuales, según Taylor (2000) confían menos en lo apropiado de su valoración del riesgo inherente de su cliente y esto deriva en un importante ajuste conservador en su evaluación si la comparamos con la realizada por auditores especializados en el sector. Dunn et al (2000) describen la existencia de una relación entre este atributo del auditor y la calidad de su infor-

me según la evaluación de una serie de analistas financieros en empresas de sectores no regulados.

Una característica de la especialización es que es un atributo cuya intensidad va a depender de las características del sector de actividad que se trate. Esto se debe a que la estructura del sistema contable de la empresa y los criterios seguidos para la aplicación de políticas contables relacionadas con la información que debe divulgar sobre la actividad económica desarrollada son específicos del sector, es decir, los problemas de agencia y de contratación de la empresa y sus métodos de resolución a través de la contabilidad, tienen unos rasgos claramente determinados en función del sector. Además, las características del sector pueden afectar a algunas compañías más que a otras, en cuyo caso debe haber variaciones intrasectoriales en la demanda de auditorías especializadas (Craswell et al, 1995), por tanto, la medida del riesgo y su impacto sobre la producción de la auditoría varía a través de los sectores (Stein et al, 1994). En esta línea, Hogan y Jeter (1999) obtienen una mayor concentración del mercado de la auditoría en industrias reguladas, lo que puede ser indicio de que los beneficios de la especialización aumentan con la complejidad del sector.

Desde el punto de vista del auditor, especializarse en el sector de actividad del cliente le supone un esfuerzo adicional, ya que, además de emplear tiempo en conocer las características específicas del cliente, tendrá que esforzarse en adquirir conocimientos relacionados con el sector de actividad en el que opere. Pero este esfuerzo puede finalmente derivar en un mayor beneficio económico para la firma auditora, ya que cuando esta firma entre en contacto con un nuevo cliente que pertenezca a ese mismo sector de actividad ya tendrá los conocimientos y experiencia necesarios para enfrentarse a su estructura organizativa, el marco legal si lo hubiera, los riesgos específicos de auditoría, los contratos y operaciones característicos, etc., lo cual estará incluido en un programa de auditoría especialmente adaptado a ese sector. De esta forma, las sucesivas auditorías realizadas para clientes de ese sector de actividad tendrán un coste más bajo en relación con la primera efectuada en el mismo.

Así, dado que los auditores desarrollan la especialización mediante el aumento de sus clientes, se pueden alcanzar economías de escala y llegar a ser más eficiente produciendo auditorías de más bajo coste (Johnson y Lys, 1990; Craswell et al, 1995). No obstante, si bien Hogan y Jeter (1999) obtienen que las economías de escala son susceptibles de obtenerse en todos los sectores (regulados y no regulados), hay evidencias en otros trabajos sobre la existencia de sobrepagos en la prestación de servicios de auditoría especializados (Craswell et al, 1995; De Fond et al, 2000). La justificación de este sobrepago, según Craswell et al (1995), puede

fundamentarse en los ingresos positivos que se exigen para paliar la inversión en especialización, los cuales dominan las potenciales economías de escala que se obtienen, y esto lleva a que los honorarios exigidos por los auditores especializados sean más altos que los cargados por el resto de auditores.

Si bien, tanto los sobrepuestos como las economías de escala que se derivan de la especialización la hacen muy atractiva para las firmas de auditoría, hay una serie de desventajas asociadas a dicho atributo. Dejando a parte las ya mencionadas de inversiones en tecnología, personal y formación, podemos destacar las siguientes. Según Kwon (1996), cuanto más concentrado está el sector del cliente, mayor es el interés de éste en utilizar firmas de auditoría diferentes a las de sus competidores para evitar el posible traspaso de información a éstos, reduciéndose, por tanto, la probabilidad de que una o pocas firmas de auditoría dominen el sector. Por otro lado, dada la exposición al riesgo de litigios a la que se encuentra sometido el auditor, la mejor forma de minimizar los efectos de dicho riesgo es la diversificación de la cartera de clientes, por lo que la excesiva especialización no sería aconsejable, sobre todo, en aquellos sectores de mayor riesgo para el auditor (Hogan y Jeter, 1999). Finalmente, estos auditores pueden sufrir un mayor coste de la independencia, ya que, según Arruñada (1997) tienen más dificultad para reubicar su exceso de capacidad tras perder un cliente cuando posea activos o conocimientos específicos del sector.

No obstante estas desventajas, parece ser que las grandes firmas de auditoría valoran positivamente la obtención de conocimientos específicos del sector y esto se pone de manifiesto en su interés por la formación orientada a los sectores y por el reconocimiento formal que hacen de su especialización en determinados sectores (Taylor, 2000). Además, la especialización es percibida y apreciada por los clientes dado que, en primer lugar, están dispuestos a pagar un sobrepuesto por contratar los servicios de auditores especializados y, en segundo lugar, según obtienen Carcello et al (1992), es el atributo de la calidad de la auditoría percibido como más importante después de la experiencia directa del auditor con el cliente. También en el ámbito nacional García Benau et al (2000) ponen de manifiesto que es una de las variables tenidas en cuenta por las empresas al elegir nuevo auditor.

Todo lo cual nos hace esperar que los auditores de mayor especialización sean los que tengan una mayor capacidad para detectar los errores contenidos en los estados contables de su cliente, ya que son más eficientes en su trabajo, y conocen y dominan mejor el tipo de negocio y la complejidad de las operaciones que son características de su cliente. Por ello, cuanto más especializado sea el auditor más probable es que emita un informe cualificado, siendo ésta la primera variable que incluiremos en el modelo.

4.3.1.2. El nivel tecnológico del auditor

Este atributo es considerado un subrogado de la calidad de la auditoría debido a las implicaciones que tiene sobre la eficiencia del trabajo desarrollado por el auditor (Williams y Dirsmith, 1988; Kaplan et al, 1990). Determinadas grandes firmas internacionales de auditoría han realizado cambios en el método que emplean para auditar con la intención de alcanzar una mayor estructuración o formalización en el proceso de formación de juicios y posterior emisión de la opinión (Kinney, 1986). Según este autor, las firmas con mayor nivel de formalización otorgan mayor importancia a las muestras y procesos estadísticos, realizan evaluaciones estructuradas del control interno que culminan en un plan de auditoría y utilizan hojas de trabajo formalizadas y reglas para integrar los resultados del trabajo del auditor y determinar la opinión a emitir. Esto da lugar a una mayor uniformidad en sus decisiones, quedando claramente especificadas aquellas condiciones bajo las cuales puede modificarse el informe del auditor, es decir, emitirse una opinión cualificada. En cambio, las firmas no estructuradas tienen una orientación menos formalizada y dejan más libertad al juicio del auditor, aceptando variaciones de los programas de auditoría para empresas que se encuentran en situaciones similares.

La eficiencia de las firmas con un alto nivel de estructuración también se pone de manifiesto en el trabajo de Libby y Frederick (1990). Estos autores afirman que los auditores de mayor nivel tecnológico exhiben un conocimiento más completo de los errores contenidos en los estados financieros mediante la generación de una mayor cantidad de hipótesis explicativas, también ofrecen un conocimiento más exacto de las tasas de ocurrencia de los errores, lo cual les permite seleccionar las explicaciones que con más frecuencia originarán los resultados de la auditoría. Todo lo anterior derivará en que estos auditores mostrarán una mayor capacidad para detectar errores. Además, según Magee y Tseng (1990), el poder de negociación del auditor se refuerza cuando menos sitio hay para el juicio y la interpretación, por lo que será mayor su capacidad de resistencia ante las presiones del cliente cuando existan desacuerdos sobre el tipo de opinión a emitir.

Existen evidencias empíricas sobre la relación entre el grado de estructuración de las firmas de auditoría y los patrones de comportamiento de los clientes en cuanto a la divulgación de la información contable. Así, Morris y Nichols (1988) muestran que las firmas estructuradas son más uniformes en su tratamiento de las salvedades por inconsistencia en la aplicación de los principios contables. Por otro lado, Williams y Dirsmith (1988) demuestran que las firmas estructuradas son más puntuales en su divulgación sobre los estados contables del cliente. En este sentido, Bamber et al (1993) obtienen que las firmas estructuradas son más lentas en esta

divulgación pero que, sin embargo, son capaces de reaccionar más rápidamente ante un evento inesperado.

Sin embargo, una característica de este atributo es que pasa prácticamente desapercibido para el cliente, según los resultados obtenidos por Tuntiwongpiboon y Dugan (1994), los clientes no consideran el nivel de estructuración de la firma de auditoría como una característica a tener en cuenta en la selección del auditor.

No obstante este último apunte, podemos esperar que cuanto más estructurado y formalizado sea el trabajo de la firma de auditoría más probabilidad exista de que la opinión de auditoría sea calificada, dadas las condiciones específicas del cliente, ya que no sólo existe una mayor capacidad para detectar los errores, sino también una menor probabilidad de que el juicio subjetivo del auditor pueda alterar el contenido final del informe de auditoría. Por ello, incluimos este subrogado de la calidad en el modelo a contrastar ya que esperamos que estará relacionado directamente con la probabilidad de obtener un informe calificado.

4.3.2. Medidas de la independencia del auditor

4.3.2.1. La reputación del auditor

La primera medida de la independencia que vamos a considerar es el tamaño de la firma auditora. Según DeAngelo (1981a), cuando los costes de la primera auditoría y de cambio de auditor son significativos tanto para el auditor como para el cliente, se crean incentivos por ambas partes para que el contrato no termine, lo cual puede afectar a la independencia del auditor. Si existen divergencias entre el cliente y el auditor, la mayor o menor dependencia que el auditor desarrolle ante las presiones del gerente derivará del interés económico que el auditor tenga en la continuación del contrato, ya que no ceder ante las presiones supondría la pérdida de las rentas presentes y futuras que obtiene de dicho cliente. Así, el cliente tendrá posibilidad de obtener un tratamiento más favorable cuando el cese del contrato pueda causar un perjuicio muy importante al auditor, sobre todo si es un cliente relativamente importante dentro de la cartera del auditor (Knapp y Elikai, 1988).

En estas circunstancias, cuando el auditor realiza un trabajo de menor calidad para uno de sus clientes con la intención de garantizarse la continuidad de ese contrato, se expone a que dicho comportamiento pueda ser percibido por terceros ajenos a dicha relación, por ejemplo, el resto de sus clientes. Éstos, ante la posibilidad de que se ponga en duda la calidad de la información contable emitida al ser auditada por una firma que es percibida como capaz de realizar trabajos de inferior

calidad, pueden decidirse a cesar sus contratos con dicho auditor, por lo que éste se arriesgaría a perder las rentas de estos clientes. Esto implica que cuantos más clientes posea el auditor, menos beneficio encontrará en comportarse oportunísticamente a favor de uno solo de sus clientes, puesto que las rentas de dicho cliente no constituirán un importe relativamente importante en comparación con el montante total de rentas percibidas de todos sus clientes. Por tanto, el coste de emitir un informe cualificado, que podría dar lugar a la rescisión del contrato con ese cliente, es menor que el coste del posible litigio y pérdida de reputación que se derivaría de la divulgación de la emisión por parte del auditor de un informe limpio cuando las cuentas anuales del cliente no lo justifican (DeAngelo, 1981a; Krishnan y Krishnan, 1996). Como apunta Mayhew (2001), podemos decir que la reputación disciplina al auditor a continuar suministrando auditorías de alta calidad.

La validez de este razonamiento viene apoyada por evidencias empíricas, ya que, según demuestran Wilson y Grimlund (1990) y Firth (1990), aquellas situaciones que erosionan la reputación de un auditor llevan aparejados descensos en su cuota de mercado⁵⁸. Este último autor demuestra que el mercado reacciona desfavorablemente ante las críticas al auditor y revisa a la baja sus expectativas sobre otros clientes del auditor. Esto implica que la reputación del auditor es un atributo importante en tanto que tiene impacto en la riqueza de los accionistas.

Por tanto, siempre que la pérdida presente y futura de las cuasi-rentas de otros clientes como consecuencia de haber realizado un trabajo de inferior calidad a la esperada sea superior a la pérdida presente y futura de las cuasi-rentas obtenidas de un solo cliente, se garantizará la independencia del auditor frente a ese cliente. Además, las firmas tienen un mayor incentivo a emitir informes correctos cuanto mayor es la penalización por litigios que puede sufrir si se les descubre en un tratamiento de baja calidad (Dye, 1993) y dado el fenómeno de los *deep pockets*, son las firmas de mayor tamaño las que pueden perder más en caso de litigios (Lennox, 1999a). Además, cuanto más clientes tenga el auditor más fácil le será recolocar el excedente de recursos ociosos sufrido por la pérdida de un cliente, luego menor será la dependencia económica del auditor ante uno solo de sus clientes (Arruñada, 1997).

Desde otro punto de vista, el tamaño del auditor puede ser considerado como un aval de la calidad de su trabajo puesto que cuanto más grande sea y más socios tenga, si éstos comparten beneficios entre sí y poseen una amplia cartera de clien-

⁵⁸ Así, podemos comprobar cómo Arthur Andersen, tras la reestructuración que tuvo que hacer debido al escándalo financiero de una de sus auditadas (la empresa norteamericana Enron), ha perdido un volumen considerable de clientes (135 empresas de las contenidas en el índice Fortune 1.000, y en España a Inditex y a Aceralía).

tes, es menos probable que uno de ellos sea débil ante las presiones de un cliente para poder retenerlo (DeAngelo, 1981a). En efecto, por imperativo legal, los auditores de una firma responden de manera solidaria e ilimitada de las responsabilidades. Si cada socio responde de la conducta de los demás con todo su patrimonio, nada de lo que hagan los demás le será ajeno, estructurándose mecanismos de vigilancia mutua entre los auditores y otros paliativos que reduzcan la incidencia del problema (Paz-Ares, 1996)⁵⁹.

Otra dimensión más práctica del tamaño del auditor como indicador de su calidad es aportada por Colbert y Murray (1998), los cuales sugieren dos razones por las que dicho atributo está relacionado con la probabilidad de detectar un error en las cuentas anuales de la firma. En primer lugar, dado que el personal de las grandes firmas contratan con un mayor grado de especialización, el conocimiento tecnológico de los equipos de auditoría en grandes firmas debe ser mayor que en las pequeñas. En segundo lugar, en las grandes firmas es mayor la formación continua que en las pequeñas.

Por último, cabe destacar que una particularidad de la reputación del auditor es su alto grado de sensibilidad, ya que cualquier actuación no profesional puede dañarla considerablemente, siendo más sensible la reputación de una firma de auditoría cuanto mayor nivel de calidad ofrezca (Arruñada, 1997). Este atributo del auditor puede ser medido a través de su posición en el mercado, lo cual le hace ser muy visible y cómodo de valorar por el cliente, resultándole entonces un indicador fácilmente observable de la calidad del auditor (Colbert y Murray, 1998). De hecho, los resultados empíricos muestran que es un importante atributo en el proceso de selección del auditor (Hermanson et al, 1994), sobre todo, cuando la intención es utilizar la reputación del auditor con objeto de mejorar sus posibilidades contractuales (Arruñada, 1997), como es el caso de revestir de credibilidad la emisión de nuevo capital o deuda (Balvers et al, 1988; García Benau et al, 2000).

Por tanto, podemos concluir que la reputación del auditor, medida en función de su cartera de clientes, es un subrogado de su independencia ya que cuanto mayor sea su reputación menos probabilidades hay de que ceda ante las presiones de uno solo de sus clientes con la intención de no perder sus cuasi-rentas. De esta forma, la reputación podrá estar relacionada con la probabilidad de la empresa de recibir un informe cualificado, por lo que la incluiremos en el modelo a contrastar,

⁵⁹ Este requisito ha sido modificado mediante la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, ya que su artículo 51, apartado tercero, sólo considera responsable de una infracción al socio que la ha cometido y a la sociedad auditora.

esperando una relación directa, a mayor reputación mayor probabilidad de recibir un informe cualificado.

4.3.2.2. El nombre de marca del auditor

El segundo de los subrogados que van a ser considerados de la independencia del auditor es el relacionado con la imagen de marca de la firma de auditoría, cuya identificación con la calidad de la auditoría se produce de una forma muy similar al subrogado anterior. Según DeAngelo (1981a) el tamaño del auditor no es la única respuesta a los costes de la independencia. Los auditores pueden aumentar la independencia percibida aumentando su inversión en aspectos derivados de la auditoría no específicos del cliente. Para que puedan servir para evitar que el auditor se comporte de manera dependiente, estos aspectos deben ser específicos del auditor, por ejemplo, establecer una reputación de suministrador de una calidad uniforme u otro tipo de aspectos relacionados con la imagen de marca. Dado que los gastos en nombre de marca no dependen de retener a un cliente específico, aumentan los incentivos colaterales del auditor y así decrece el porcentaje de cuasi-rentas específicos de cualquier cliente.

Dopuch y Simunic (1980; 1982) señalan que ciertas firmas de auditoría han dedicado considerables esfuerzos para crear una imagen de marca, la cual se ha convertido en un poderoso factor a tener en cuenta por las empresas al elegir auditor y, puesto que el desarrollo de la calidad de la auditoría por la firma no puede ser directamente observada, los usuarios de los servicios vienen utilizando el nombre de marca como un subrogado de dicha calidad. Dado que estas firmas han realizado una inversión en un nombre y un prestigio reconocidos internacionalmente como oferentes de una alta calidad, como señalan Francis y Wilson (1988), se encuentran motivadas para desarrollar y mantener la reputación que se deriva del nombre de marca para asegurar y proteger las rentas que se derivan de la misma, ya que cualquier alteración en dicha calidad iría en menoscabo de esta imagen. En el caso de auditores pequeños o individuales, la reputación fundamental de la que gozan es su condición de profesional registrado, es decir, se trata de una reputación colectiva (Paz-Ares, 1996).

Las firmas que se han venido considerando como poseedoras de esta imagen de marca son las cinco grandes firmas internacionales de auditoría, cuales son, Arthur Andersen, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, KPMG y Deloitte Touche. Estas firmas son las que han realizado este esfuerzo por crearse un nombre de marca que sea asociado por los usuarios de la auditoría como significativo de calidad. En este sentido, el nombre de marca lo podemos considerar como un atributo

de la calidad por dos motivos, porque existen evidencias empíricas que apoyan esta afirmación y porque los clientes de estas firmas están dispuestos a pagar un sobreprecio por sus servicios, lo cual indica que perciben esa mayor calidad.

Con respecto a la evidencia empírica obtenida, Palmrose (1988) obtiene que las firmas no pertenecientes a las grandes firmas internacionales tienen una mayor frecuencia de litigios que las poseedoras de nombre de marca, y que éstas tienen una probabilidad menor de ser demandadas con éxito por errores en los informes de auditoría que el resto. Por su parte, Davidson y Neu (1993) muestran que las empresas auditadas por firmas con nombre de marca incurren en grandes errores de pronóstico dado que la gerencia tendría menos oportunidades para minimizar la diferencia entre los beneficios pronosticados y los obtenidos. También Teoh y Wong (1993) obtienen que las empresas auditadas por las grandes firmas internacionales generan unos resultados más precisos, más creíbles por los inversores y, por tanto, percibidos como de mayor calidad que las auditadas por las otras firmas de auditoría. Lennox (1999b) demuestra que las firmas con nombre de marca son más competentes en la obtención e interpretación de las evidencias al realizar la auditoría y, además, tienen una mayor capacidad para otorgar la opinión más adecuada en cuanto a la gestión continuada entre empresas que tienen problemas financieros. También se pone de manifiesto que los usuarios de la información contable perciben la mayor calidad ofrecida por las firmas con nombre de marca en la emisión de nuevos títulos. Así, según obtienen Balvers et al (1988) y Firth y Liao-Tan (1998), las empresas que tienen contratados auditores con nombre de marca y lanzan una oferta de títulos al mercado sufren una infravaloración en el precio de los mismos menor que el resto de empresas, debido a la mayor credibilidad que el auditor otorga a la emisión.

Con respecto al segundo argumento, Francis (1984), Palmrose (1986), Francis y Stockes (1986), Craswell et al (1995; 1996), y Beattie et al (2000) obtienen que las firmas que poseen nombre de marca exigen honorarios más altos que el resto de firmas debido a que suministran un producto que es percibido como de mayor calidad⁶⁰. Esta conclusión se obtiene porque las empresas pueden legalmente satisfacer el requisito de auditoría obligatoria mediante el uso de firmas pequeñas y, por tanto, más baratas (Francis, 1984). Otro argumento sobre la diferenciación en pre-

⁶⁰ Francis y Stockes (1986) sólo obtienen diferencias en precios para una muestra de pequeñas empresas, porque al realizar el mismo análisis con grandes empresas no existe evidencia de diferenciación en precios entre las grandes firmas internacionales y el resto. Los autores explican que esto se debe a las deseconomías de escala que sufren las pequeñas firmas de auditoría cuando intentan auditar a una gran cliente, así el sobreprecio exigido por las firmas con nombre de marca es oscurecido por los más altos precios que tienen que exigir los pequeños auditores al auditar empresas de gran tamaño.

cios de las empresas con nombre de marca es el aportado por Healy y Lys (1986). Según estos autores, las grandes firmas internacionales ofrecen servicios especializados que son indisponibles, o disponibles sólo a un alto precio, de los pequeños auditores. Por la prestación de estos servicios las grandes firmas exigen unos honorarios más altos para poder compensar estos servicios incrementales. De esta forma, los clientes que valoran positivamente estos servicios diferenciados elegirán auditor entre las grandes firmas internacionales, mientras que para los que el valor incremental de estos servicios sea despreciable elegirán un auditor sin nombre de marca pero con un coste inferior.

La inversión que las firmas de auditoría internacionales han realizado en crear una imagen de alta calidad, junto con los honorarios más altos que están percibiendo de sus clientes derivados de esta imagen nos hacen esperar que estas firmas tengan más incentivos en mantener su independencia percibida que el resto de empresas. Si se les descubre una actuación no objetiva con alguno de sus clientes, las pérdidas que tendrán que asumir serán más cuantiosas y difíciles de recuperar que en el caso de firmas sin imagen de marca. Por esto, esperamos que las grandes firmas internacionales sean más independientes de sus clientes y, por ello, emitan con mayor probabilidad un informe cualificado cuando su cliente lo merece.

4.3.2.3. La actitud conservadora del auditor

Otra de las características del auditor que puede servir como medida de la calidad de la auditoría es la actitud conservadora o liberal que el profesional muestre ante el sistema contable y las prácticas seguidas por la empresa auditada. La conducta del auditor se podrá ver condicionada por la posibilidad de que, en caso de falta de independencia, pueda sufrir una pérdida al tener que indemnizar a quienes hayan sufrido un daño relacionado con su actitud negligente (Arruñada, 1997). Así, un auditor conservador será más estricto en la observación de la normativa contable, por lo que será más probable que el informe de auditoría emitido por dicho auditor presente más excepciones que el firmado por un auditor considerado liberal.

En este sentido, Dye (1995) señala que muchas de las responsabilidades legales de los auditores derivan de auditar a empresas con problemas financieros. Ante esta situación, los auditores pueden reducir la probabilidad de que sean encontrados responsables y la magnitud de su responsabilidad mejorando la calidad de sus auditorías, dado que, mientras que las firmas con problemas financieros tienen poco o ningún capital, sus auditores poseen capital que puede ser traspasado a los inversores tras un litigio. Y si bien, según Thoman (1996), un aumento del daño por litigios debería llevar asociado un aumento de los esfuerzos del auditor por asegu-

rar una mayor certeza en la opinión a emitir, lo cierto es que los auditores responden a esta situación actuando de una forma menos liberal. Así, cuanto mayor es su exposición al riesgo de litigios, mayor es su actitud conservadora. Evidencias empíricas sobre este aspecto son obtenidas por Geiger y Raghunandan (2002a), cuyos resultados muestran que cuando cambia el entorno reduciendo la presión de daños por litigios sobre los auditores, éstos reducen la probabilidad de emitir informes cualificados por gestión continuada.

El estudio de este atributo del auditor ha sido abordado abundantemente en su relación con los ajustes al devengo realizados por la empresa. Las políticas de ajustes al devengo pueden inflar los beneficios y distorsionar los ratios financieros, así se enmascara el deterioro del resultado de las operaciones que es un indicador de potenciales problemas en la continuidad de la gestión. Es decir, los ajustes al devengo aumentan el riesgo de auditoría porque no es posible para los auditores verificar objetivamente las estimaciones sobre el devengo y, por tanto, no le es posible conocer con certeza si un informe cualificado puede ser adecuado en esos casos que potencialmente afectarán a la realización de activos o a la gestión continuada. En estos casos, mostrar una actitud conservadora es un mecanismo racional a través del cual los auditores pueden alcanzar un deseado nivel de riesgo para clientes que presenten una elevada cantidad de ajustes al devengo (Francis y Krishnan, 1999), compensando la incertidumbre que estas situaciones llevan intrínsecamente asociada. El resultado es que los auditores emiten informes no limpios en una proporción mayor de lo que el deterioro financiero de la empresa requiere. Concretamente, estos autores obtienen que las empresas con un alto nivel de ajustes al devengo tienen una probabilidad media el doble de alta que el resto de empresas de obtener un informe cualificado por incertidumbre en la realización de activos o por gestión continuada.

Actuar de forma conservadora tiene su ventaja, ya que, según Carcello y Palmrose (1994), emitir informes cualificados reduce la incidencia y la magnitud de litigios en el caso de que la empresa vaya a la quiebra a continuación. Pero tiene también inconvenientes, ya que es más probable que entre el cliente y el auditor surjan desacuerdos al no consentir este último en la aplicación de determinadas políticas contables. De hecho, existen evidencias sobre la mayor tendencia al cambio de auditor en aquellas empresas que tienen contratado un auditor muy conservador.

En efecto, Krishnan (1994), calificando de conservador al auditor con una alta tendencia a cualificar y liberal al que presenta una mayor permisividad hacia prácticas contables no contempladas por la ley, muestra evidencias de que los cambios de auditor son más frecuentes en aquellas empresas con auditores conservadores.

DeFond y Subramanyam (1998) demuestran que la actitud excesivamente conservadora de un auditor puede deteriorar su relación con el cliente hasta producir la pérdida del mismo. Dicha actitud nace del temor del auditor a verse inmerso en futuros litigios, por lo que a modo de prevención será muy inflexible en la observación de los principios contables, derivando esto en desacuerdos sobre el tipo de tratamiento contable a aplicar a determinadas operaciones, e incluso sobre la cantidad y calidad de la información que deberá ser divulgada. Krishnan et al (1996), basándose en el tratamiento más conservador que sufren las empresas que cambian y en un comportamiento estratégico del auditor (Teoh, 1992), afirman que el cambio de auditor afecta a la opinión. Esta influencia es el resultado de la actitud del auditor frente a la información privada que obtiene de la empresa que audita, ya que dicha información le permite anticipar su salida de la empresa. Cuando el auditor prevea que va a ser reemplazado por el cliente, manifestará una observación más estricta de los principios contables en prevención de dos problemas, por un lado, el derivado del mayor control al que se someten las empresas que cambian de auditor y que derivaría en la obligación de tener que mostrar sus papeles de trabajo, y por el otro, el originado por el temor a parecer demasiado permisivo frente al nuevo auditor que entrará en la empresa y que tendrá acceso, con el tiempo, al mismo tipo de información privada de que él dispone en ese momento.

La actitud conservadora es diferente según el auditor y el momento del tiempo en que se emita el informe. En efecto, Chow y Rice (1982) obtienen que dicha propensión está relacionada con el tamaño de la empresa, algunos sectores industriales y algunas firmas de auditoría. Francis y Krishnan (1999) aportan evidencias de que sólo las grandes firmas internacionales dan muestras de poseer una actitud conservadora, ya que, siguiendo a Reynolds y Francis (2001), el riesgo de pérdida de reputación por dar una opinión más favorable o las pérdidas por litigios dan lugar a un incentivo en estas firmas de auditoría a ser independientes que es denominado por estos autores protección de la reputación y que está relacionada con un comportamiento más conservador en estas empresas. No obstante, incluso dentro del grupo de las empresas con nombre de marca existen diferencias de comportamiento respecto a la propensión a cualificar (Wheeler et al, 1993; Sánchez Segura, 2003; Ruiz Barbadillo et al, 2000). Finalmente, Richard y Vanstraelen (1999) afirman que dicha propensión es mayor en los últimos años de contrato con el auditor que durante los primeros.

Por tanto, podemos esperar que cuanto más conservador sea el auditor, mayor será su propensión a cualificar y, por tanto, más probabilidad habrá de que el informe de auditoría sea cualificado. Siendo ésta otra de las variables de la calidad de la auditoría que vamos a incluir en el modelo, esperando que muestre una relación directa con la variable dependiente.

4.3.2.4. El tamaño de la empresa cliente

Esta característica pretende ser un subrogado de la independencia del auditor ante un cliente determinado de su cartera. Siguiendo a DeAngelo (1981a), cuando las cuasi-rentas que obtiene el auditor son iguales, el tamaño del auditor (medido por el número de clientes) sigue siendo un subrogado de la calidad de la auditoría porque el auditor de gran dimensión posee incentivos totales colaterales (pérdida de otros clientes) para ser independiente. Pero si las cuasi-rentas derivadas de un solo cliente son significativamente superiores al resto de los clientes, entonces existen problemas de independencia que no son capturados por la variable tamaño del auditor. En este sentido se pronuncian Deis y Giroux (1992), al afirmar que los grandes clientes son más capaces que los pequeños de usar un entorno competitivo para resolver conflictos de auditoría en su favor.

Otro argumento que nos induce a considerar esta variable es que las grandes firmas de auditoría son percibidas como más independientes que las otras porque tienen una mayor cartera de clientes, pero hay que considerar que también auditan a empresas de mayor tamaño. Así, siguiendo a Paz-Ares (1996), la clave no está propiamente en el tamaño de la empresa auditora, sino en el grado de diversificación de su cartera de clientes. Una firma grande pero que sólo tiene uno o dos clientes muy grandes está sujeta al mismo o mayor riesgo que una empresa pequeña que tenga el mismo número de clientes pero de pequeña dimensión.

No obstante, es necesario destacar que el tamaño del cliente puede tener un efecto de refuerzo de la independencia por los siguientes motivos. Por un lado, porque la exposición al riesgo de pérdida de reputación por dar una opinión más favorable que la que el cliente merece es mayor cuanto mayor sea el cliente, ya que éste es más visible que un cliente de menor tamaño. Por otro lado, la pérdida por litigios también aumenta al aumentar el tamaño del cliente, ya que la sanción a pagar por el auditor va en función de las características (entre ellas el tamaño) del cliente (Reynolds y Francis, 2001).

A pesar de ello, esperamos que el auditor se comporte de forma más dependiente ante los clientes de mayor tamaño de su cartera que con el resto de clientes, por lo que esperamos que la probabilidad de emitir informes de auditoría cualificados disminuya al aumentar el tamaño relativo de los clientes. Por tanto, incluimos esta variable en el modelo a contrastar esperando que se relacione de forma inversa con la variable dependiente.

4.3.2.5. La duración del contrato de auditoría

Este subrogado viene a medir la influencia que una larga relación contractual puede tener sobre la independencia del auditor. Cuanto más ejercicios contables

lleve auditados para la misma empresa, menos incentivos tendrá el auditor en interrumpir el contrato, ya que sufrirá pérdidas tanto a nivel de cuasi-rentas como a nivel de conocimientos específicos acumulados, por tanto, puede tener incentivos para comportarse de forma dependiente para evitar que su cliente cese el contrato.

Según Levinthal y Fichman (1988), la relación que se establece entre el cliente y el auditor pasa por tres fases. En la primera de ellas, que estos autores denominan de “luna de miel”, la relación se establece en términos de confianza mutua, el auditor trata con especial cuidado a su cliente y la probabilidad de terminación de la relación es bastante baja. En esta etapa, los auditores tienen más probabilidad de emitir informes limpios que en años siguientes (Richard y Vanstraelen, 1999). Este comportamiento del auditor puede deberse a la competitividad del entorno de la auditoría y a la necesidad de proteger las cuasi-rentas derivadas del cliente (DeAngelo, 1981b; Deis y Giroux, 1992; O’Keefe et al, 1994b). El auditor decide disminuir la calidad del trabajo que realiza en los primeros años para asegurarse la continuidad del contrato, situación que será más probable en el caso en que el contrato se haya hecho en presencia de *low-balling*. Otra explicación para este tratamiento más favorable en los primeros años del contrato se basa en la existencia de una curva de aprendizaje la cual iría creciendo a medida que el contrato permanece en el tiempo. Así, durante los primeros años el auditor carece del conocimiento suficiente sobre su cliente como para realizar trabajos de alta calidad. Esto se pone de manifiesto en el estudio de Geiger y Raghunandan (2002b), según el cual, los fallos de auditoría, entendidos en este trabajo como la no cualificación por gestión continuada en una empresa que posteriormente quiebra, son más probables en los primeros años de duración del contrato.

La segunda etapa en la relación cubriría el período comprendido entre el tercero y el cuarto año de vida del contrato y la característica que más la define es que en ella aumenta considerablemente la probabilidad de cese del contrato. El auditor tiene un mayor conocimiento de las características de la empresa que está auditando y esto hace que tenga más argumentos para debatir o poner en duda las prácticas y políticas de la empresa que no le resulten adecuadas. En esta situación surgen conflictos y desacuerdos que podrán llevar a la terminación del contrato.

Pero si tras este período crítico, el contrato continúa, la probabilidad de terminación del contrato decrece considerablemente. En efecto, la tercera y última etapa, que se extiende hasta que acaba la relación establecida en el contrato, es aquélla en la que existe menos posibilidad de cambio de auditor (Levinthal y Fichman, 1988). Una razón puede ser que a medida que la relación contractual entre el cliente y el auditor se estabiliza en el tiempo, el auditor va aumentando la cantidad y la calidad de conocimientos específicos del cliente que posee (O’Leary,

1994), incrementando de esta forma el beneficio de continuar la relación. Esto significa que cuanto más largo sea el contrato, menos incentivos tendrán ambas partes por cesar la relación ya que esos conocimientos carecerán de valor para futuras relaciones que se establezcan. Este efecto será más importante cuanto mayor sea la complejidad de la auditoría a desarrollar en la empresa, ya que el volumen de conocimientos que habrá tenido que desarrollar el auditor será mayor y, por tanto, los costes del cambio serán mayores.

Este efecto podrá acentuarse al aumentar la confianza entre las partes y al aumentar la dependencia económica del auditor. En primer lugar, las relaciones que han sobrevivido varios años tienen un menor nivel de conflicto o desacuerdo, que se produce debido a que las dos partes conocen mutuamente la forma de trabajar y de actuar de la otra y esto hace que haya un mayor consenso en las actuaciones de cada uno. Según Richard y Vanstraelen (1999), esta es la causa de que exista una menor probabilidad de opiniones cualificadas al aumentar la duración del contrato. Por otro lado, si bien la pérdida del cliente en cualquier momento de la relación hace que el auditor deje de percibir sus cuasi-rentas, este aspecto es más importante en el caso de largas duraciones del contrato, ya que, según se demuestra, cuanto más largo sea el contrato más volumen poseen los servicios distintos de la auditoría que el cliente recibe de su auditor, por lo que el perjuicio de éste en cuanto a pérdida de honorarios es mayor (Beck et al, 1988).

La existencia de una curva de conocimientos que viene fomentada por la permanencia del auditor en la empresa es argumentada por algunos autores como una ventaja de los contratos de larga duración. Pero las evidencias empíricas no ofrecen resultados concluyentes sobre si los auditores realmente obtienen un beneficio en cuanto a acumulación de conocimientos que se prolongue en el tiempo. Así, mientras Simon y Francis (1988) demuestran la existencia de curva de aprendizaje, O'Keefe et al (1994b) y Stein et al (1994) encuentran evidencias en contra. Por otro lado, algunos autores afirman que la mayor duración de los contratos puede afectar positivamente a la calidad de la auditoría, por ejemplo, cuando la acumulación de conocimientos se traduce en un incentivo para innovar e introducir mejoras tecnológicas que potencien la capacidad técnica del auditor para detectar errores en los estados contables (Elitzur y Falk, 1996; Arruñada y Paz-Ares, 1997). Esta es la opinión que, según Richard y Vanstraelen (1999), tienen los gerentes sobre las relaciones estables con el auditor, puesto que consideran que permiten el desarrollo de la especialización y la construcción de la confianza. Pero, en general, la percepción es que el efecto que se consigue es justo el contrario.

En efecto, según Shockley (1982), una relación de larga duración entre el cliente y el auditor puede tener los siguientes efectos: complacencia, falta de innova-

ción, procedimientos de auditoría menos rigurosos y una confianza ciega en el cliente. Según Raghunathan et al (1994), lo más posible es que con el paso del tiempo el auditor se acomode y el escepticismo profesional y la innovación vayan decreciendo.

Lo cierto es que las evidencias empíricas apoyan el argumento de que contratos largos pueden perjudicar la objetividad del auditor y, por tanto, su calidad. Así lo demuestran Deis y Giroux (1992) y Copley y Doucet (1993), que obtienen una asociación negativa entre la duración del contrato y la calidad de la auditoría. Richard y Vanstraelen (1999) muestran resultados que indican que las relaciones largas reducen significativamente la voluntad del auditor de cualificar informes.

Si bien es difícil determinar de qué forma la duración del contrato va a afectar a la cuestión que estamos analizando en este capítulo, ya que vemos que está fuertemente relacionada con la independencia del auditor y con su conocimiento, vamos a esperar que el primer aspecto tenga una mayor influencia sobre el auditor que el segundo (el grado de conocimiento del auditor no afectará al tipo de informe a emitir cuando la dependencia le obligue a emitir informes no limpios). Por ello, vamos a esperar una relación inversa con la probabilidad de obtener un informe cualificado, ya que a mayor duración del contrato más dependiente será el auditor de su cliente y, por tanto, mayor será la probabilidad de que ceda ante sus presiones.

4.4. MUESTRA

Una vez definida la hipótesis a contrastar, vamos a describir la muestra de empresas sobre la que vamos a contrastar dicha hipótesis. Para ello, partimos de un conjunto de 826 empresas españolas contenidas en la base de datos elaborada por la Comisión Nacional de Mercado de Valores, que incluye aquellas empresas que han emitido valores y han sido incluidas en el Registro Oficial previsto en el artículo 92 de la Ley 24/88 del Mercado de Valores. Nos hemos decidido a trabajar con esta base de datos debido, por un lado, a que incluye empresas representativas de las que según la Ley de Auditoría de Cuentas tienen que someter sus cuentas a auditoría, por otro, a que comprende un período amplio de tiempo y, finalmente, a que incluye tanto las cuentas anuales como el informe de auditoría completos. Para la realización del presente estudio se ha considerado un horizonte temporal de once años, desde 1990 a 2000, ambos incluidos. Para todas las empresas se han conseguido los informes de auditoría disponibles referidos a estos once años para poder determinar el tipo de opinión y el auditor firmante de los mismos. A su vez, a partir

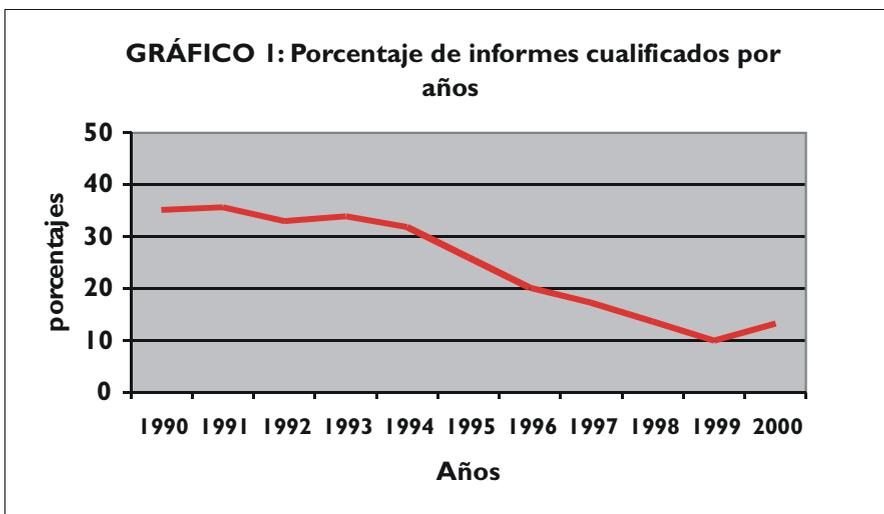
de las cuentas anuales hemos obtenido las variables contables necesarias para calcular las variables que formarán parte de los modelos a contrastar.

Dado que de esta muestra inicial no poseemos los datos de las empresas para todos los años y que hemos tenido que eliminar algunas observaciones al no disponer de todos los datos contables o del informe de auditoría, el número de observaciones total que contiene nuestra muestra es de 5.466, esto es, una media de 6,5 informes por empresa. De estos informes, 1.413 presentan una opinión cualificada, siendo el resto informes limpios, lo cual supone que el 25,85% de los informes presentan una opinión no limpia.

El porcentaje de informes cualificados sobre el total de la muestra es significativamente más alto que en otros estudios (por ejemplo, Krishnan y Stephens (1995) tienen un 11% de informes cualificados en su estudio), estos resultados son coincidentes con los aportados por otros trabajos que han utilizado una muestra española similar (véase, García-Ayuso Covarsí y Sánchez Segura, 1999; Acosta Seró et al, 2000; Sánchez Segura y Sierra Molina, 2001). Pensamos que esto puede deberse a la reforma contable realizada a partir de la entrada de España en la Unión Europea, la cual ha obligado a las empresas a hacer un esfuerzo de adaptación de su sistema contable derivándose esto en esta profusión de informes cualificados. Esta explicación, además, puede sostenerse a partir del análisis anual de los datos que se recoge en la siguiente tabla:

TABLA I: Porcentaje de informes no limpios sobre el total de informes por año

AÑO	INFORME NO LIMPIOS	INFORMES TOTALES	PORCENTAJE DE INFORMES NO LIMPIOS
1990	228	649	35,1
1991	226	634	35,6
1992	187	566	33
1993	177	522	33,9
1994	153	481	31,8
1995	120	462	26
1996	88	438	20,1
1997	79	458	17,2
1998	61	444	13,7
1999	42	419	10
2000	52	393	13,2
TOTAL	1.413	5.466	25,85%



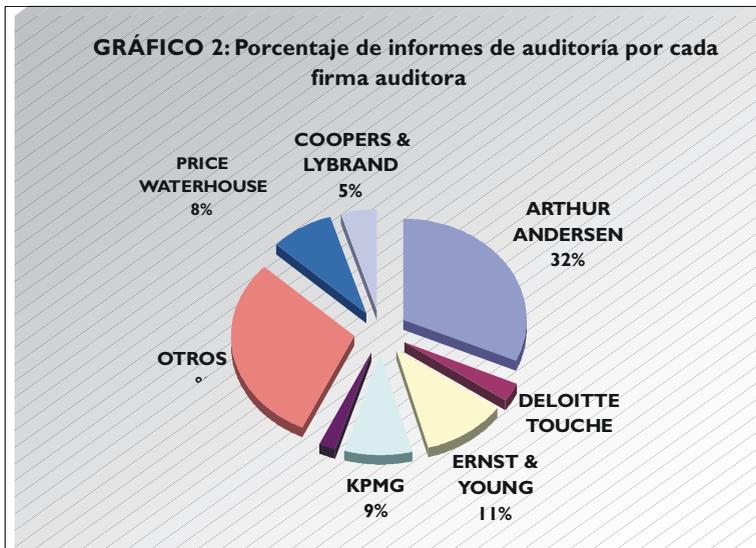
Como podemos ver, el porcentaje de informes cualificados ha descendido de forma bastante acusada desde el primer año de nuestro estudio, 1990, hasta el año 2000, pasando de un 35% hasta un 13%. Por lo tanto, y dado que la implantación de la obligatoriedad de la auditoría en España es de poco antes del comienzo del horizonte temporal considerado, podemos decir que la situación española en cuanto a la propensión a emitir informes no limpios está tendiendo a tasas más bajas y, por ello, más parecidas a las que son habituales en otros países.

Con respecto a la distribución de la muestra en función del firmante del informe, en la tabla siguiente mostramos el número de empresas de la muestra que es auditada por cada firma de auditoría, teniendo en cuenta, en primer lugar, que las firmas que no pertenecen a las grandes firmas internacionales van agrupadas bajo el epígrafe “Otras” y, en segundo lugar, que para no perder información mantenemos separadas las firmas Coopers & Lybrand y Price Waterhouse antes de la fusión, apareciendo como una sola empresa a partir de 1999.

TABLA 2: Informes de auditoría firmados por cada auditor anualmente

AÑO	ARTHUR ANDERSEN	COOPERS & LYBRAND	DELOITTE TOUCHE	ERNST & YOUNG	KPMG	PRICE WATERH.	PWC	OTROS
1990ó	202ó	37ó	18ó	63	60ó	67ó	-	202ó
1991ó	187ó	33ó	22ó	62	61ó	67ó	-	202ó
1992ó	159ó	34ó	19ó	59	57ó	59ó	-	179ó
1993ó	147ó	28ó	17ó	57	47ó	56ó	-	170ó
1994ó	142ó	30ó	12ó	53	40ó	43ó	-	161ó
1995ó	140ó	25ó	11ó	56	40ó	40ó	-	150ó
1996ó	143ó	23ó	12ó	50	36ó	41ó	-	137ó
1997ó	152ó	28ó	15ó	51	40ó	41ó	-	127ó
1998ó	158ó	23ó	14ó	53	37ó	40ó	-	119ó
1999ó	156ó	-	13ó	53ó	35ó	-	60	102ó
2000ó	143ó	-	12ó	53ó	34ó	-	59	92ó
TOTAL	1.729	261	165ó	610	487	454	119	1.641
MEDIA	157,2	23,7	15	55,5	44,3	41,3	10,8	149,2

En el gráfico siguiente representamos la distribución de los informes de auditoría en función de los firmantes. Nuestro interés es poner de manifiesto cómo las sociedades y los profesionales de la auditoría se reparten la muestra de empresas objeto de nuestro estudio.



Como podemos ver, existe una gran concentración en la muestra que estamos analizando. Una tercera parte de los informes pertenecen a Arthur Andersen, la otra tercera parte al resto de firmas internacionales y el último tercio está firmado por alguno de los 175 auditores restantes. La presencia masiva de auditorías realizadas por firmas internacionales deberá ser tenida en cuenta ya que puede condicionar o explicar los resultados que se obtengan de la contrastación de las distintas hipótesis. En adelante, seguiremos empleando esta misma clasificación a la hora de trabajar con las firmas de auditoría, esto es, consideraremos seis grupos, por un lado las grandes firmas internacionales y por otro el resto de firmas nacionales y profesionales independientes (serán siete grupos si Coopers & Lybrand y Price Waterhouse las consideramos como independientes antes de la fusión). El hecho de incluir en el mismo grupo a todas las firmas que no son las grandes firmas internacionales se debe a criterios prácticos. En primer lugar, porque si dividimos el número de auditorías que han firmado (1.614) entre las 175 firmas que son resulta una media de 9,3 auditorías por firma. Este número entre los once años que recoge nuestra muestra indica que anualmente por término medio han firmado menos de una auditoría, lo cual hace razonable la agregación en un solo grupo de firmas. En segundo lugar, porque la práctica más generalizada en la mayor parte de trabajos anteriores es considerar este grupo como uno sólo a efectos de tratamientos empíricos como el que presentamos.

Con la finalidad de hacer más homogéneos los resultados que puedan derivarse de la contrastación de esta hipótesis, hemos descartado de la muestra anterior todas aquellas empresas financieras que no presentan su información contable siguiendo los formatos básicos establecidos en el Plan General de Contabilidad. De esta forma, pretendemos garantizar que aquellas variables basadas en magnitudes contables no se vean afectadas por la diferente presentación de las cuentas anuales en función del tipo de empresa de que se trate. De esta forma, la muestra final consta de 4.235 observaciones correspondientes a los 11 años considerados con la siguiente distribución en cuanto al sector de actividad de las mismas (según vienen clasificadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores).

TABLA 3: Distribución de la muestra por sectores

SECTOR	Nº INFORMES	Nº EMPRESAS
Administración Pública	15	5
Agricultura y Pesca	43	7
Alimentación	347	47
Cemento y Vidrio	189	23
Comercio	333	54
Construcción	126	17
Energía Eléctrica, Agua y Gas, Mineras y Petróleo	307	45
Sociedad de Arrendamiento Financiero, Sociedad de Crédito Hipotecario y Seguros	347	124
Industria Química y Papel	313	47
Inmobiliarias	623	85
Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías	31	9
Sociedades de Cartera	531	82
Otras Manufactureras	257	33
Transformación Metales y Metálicas Básicas	457	69
Autopistas, Automóvil, Comunicaciones y Transportes	316	44
TOTAL	4.235	691

4.5. MÉTODO PARA EL CONTRASTE DE LA HIPÓTESIS

Una vez descritos los subrogados que vamos a utilizar como variables explicativas, el siguiente paso es describir el modelo que va a ser objeto de contrastación. Dada la naturaleza de la variable dependiente, vamos a trabajar con un modelo de elección discreta, concretamente, de regresión logística. El contraste de la hipótesis se realizará mediante el estudio del significado estadístico que alcanzan los parámetros que acompañan a las variables independientes especificadas en el modelo. El modelo de regresión logística, por tanto, se expresará de la siguiente forma:

$$\text{Logit}(p) = a + bi X_i$$

donde: a es el intercepto,

p es la probabilidad de que la variable dependiente sea igual a 1, es decir, cuando el informe recibido no sea limpio,

b_i son los coeficientes de las variables independientes,

X_i serán cada una de las variables independientes del modelo.

A continuación vamos a definir las variables que van a ser incluidas en el modelo comenzando por la variable dependiente y siguiendo con todas las independientes relacionadas con la calidad de la auditoría. Por último, vamos a detenernos en la definición de una variable que actuará como control y que va a reflejar la probabilidad de que los estados contables de la empresa merezcan una opinión no limpia.

4.5.1. Definición de variables

La variable dependiente es dicotómica y tiene asignado el valor 1 cuando la opinión recibida por la empresa es no limpia y el valor 0 cuando el informe es limpio. Hemos considerado no limpios todos los informes cuya opinión sea una de estas tres: con salvedades, denegada y negativa. Dentro de los informes con salvedades no se han incluido, y por lo tanto no tienen asignado el valor 1, aquellas empresas que sólo han obtenido salvedades por inconsistencia en la aplicación de los principios contables, ya que este tipo de salvedades ni son reiterativas en el tiempo ni serán de una gravedad tal como para que den lugar a ningún comportamiento especial del cliente y, además, son fácilmente evitables por éste.

Con respecto a las variables independientes, vamos a comenzar definiendo de qué forma vamos a medir los subrogados del conocimiento del auditor, el nivel tecnológico y la especialización del auditor.

El nivel tecnológico del auditor. Para cuantificar el nivel de estructuración del proceso de auditoría de las distintas firmas de la muestra, vamos a utilizar la clasificación propuesta por Kinney (1986) y que ha sido ampliamente utilizada en trabajos posteriores ⁶¹ (Williams y Dirsmith, 1988; Morris y Nichols, 1988; Mutchler y Williams, 1990; Kaplan et al, 1990; Tuntiwongpiboon y Dugan, 1994), según la cual, las firmas de auditoría aparecen clasificadas como sigue:

- Firmas con un alto nivel de estructuración: Deloitte Touche y KPMG Peat Marwick.
- Firmas con un nivel intermedio: Arthur Andersen y Ernst & Young.
- Firmas con un nivel bajo: Coopers & Lybrand y Price Waterhouse.

Dado que en esta clasificación no son consideradas las firmas nacionales ni los profesionales independientes, vamos a considerar que cuentan con un nivel

⁶¹ Prawitt (1995) proporciona evidencias de que las categorías establecidas en trabajos previos sobre estructura del servicio (por ejemplo, Kinney, 1986) continúan válidas a principios de los años noventa.

de formalización bajo, ya que ésta ha sido la práctica seguida en los trabajos previos citados ⁶². Una vez que hemos identificado cada firma con un nivel de tecnología determinado, para la inclusión de esta variable en modelos estadísticos podemos transformarla en categórica, asignándole a cada uno de estos tres niveles un valor numérico siguiendo la propuesta de Tuntiwongpiboon y Dugan (1994), o bien, utilizar variables dummy, propuesta ésta más acertada desde el punto de vista estadístico. Utilizando esta segunda propuesta, vamos a definir *TECNO1* y *TECNO2* como dos variables dummy relacionadas con el nivel de tecnología de la firma auditora. Como se han definido tres niveles (alto, medio y bajo) estas dos variables actuarán de la siguiente forma:

VARIABLES	TECNO1	TECNO2
NIVEL TECNOLÓGICO		
ALTO	1	0
MEDIO	0	1
BAJO	0	0

Es decir, que la primera de ellas tomará valor 1 cuando la firma sea de nivel alto, y 0 en el resto de los casos, y la variable *TECNO2* tomará valor 1 cuando la firma ofrezca un nivel tecnológico medio e, igualmente, 0 en el resto de los casos. De esta forma, las firmas que hemos considerado que su nivel de estructuración no está especialmente desarrollado poseerán un valor para estas variables de 0. El signo esperado para estas variables es positivo, dado que suponemos que al aumentar la tecnología de la firma, aumenta la posibilidad de detección de errores en las cuentas anuales y, por tanto, la presencia de opiniones no limpias en el informe de auditoría.

La especialización del auditor. Con respecto a la segunda de las medidas del conocimiento del auditor consideradas, el primer paso para llevar a cabo la valoración de la especialización de un auditor consiste en seleccionar la clasificación sectorial que va a ser utilizada al respecto, dado que si la elección no se hace de forma adecuada se puede llegar a una errónea definición de la existencia o no de

⁶² García Benau et al (1998) han utilizado esta clasificación de la tecnología en trabajos realizados sobre muestras españolas ya que no hay ningún estudio sobre la situación en España que aporte una clasificación alternativa. De la misma forma, tampoco existe ningún estudio que analice si esta clasificación puede ser aplicada en el contexto español. No obstante, Cousin et al (1999) demuestran que las firmas de auditoría han establecido su negocio a escala internacional, justificándose así que la tecnología aplicada en diferentes países sea muy similar. Por otro lado, Prado Lorenzo et al (1995) aportan evidencias de un menor impacto de sistemas expertos en las firmas de auditoría más pequeñas.

este atributo en cada auditor. Para ello, hemos clasificado a las empresas que conforman la muestra en función de los sectores de actividad en los que operan, definidos éstos según la propuesta realizada por la propia Comisión Nacional del Mercado de Valores (véase tabla 3). Una vez clasificada la muestra en sectores, se calcula el nivel de especialización, lo cual puede llevarse a cabo con respecto al sector de actividad, es decir, peso del auditor en el negocio del sector; o con respecto al auditor, que sería la importancia del sector en la cartera de clientes del auditor. Con respecto al primer tipo de medidas, se trata de determinar la cuota de mercado que el auditor posee en un determinado sector. Para ello, la medida más representativa es el porcentaje de honorarios recibidos por el auditor de sus clientes pertenecientes al sector con respecto al total de honorarios producidos en dicho sector (Craswell et al, 1995; De Fond et al, 2000). Pero ante la dificultad o práctica imposibilidad, como ocurría en el caso español, de conocer esa información, se han venido utilizando medidas alternativas a los honorarios. Según demostró Simunic (1980), los honorarios varían linealmente en función de la raíz cuadrada del tamaño del cliente, por lo que se han utilizado el total del activo o la cifra de negocios del cliente en sustitución de los honorarios. De esta forma, la cuota de mercado será la suma de los tamaños de todos los clientes del auditor en el sector dividida por la suma de los tamaños de todos los clientes del sector. La validez de esta medida viene avalada por el amplio número de trabajos previos que la han utilizado (Palmrose, 1986; Kwon, 1996; García Benau et al, 1998; Raffournier y Walton, 1999; Hogan y Jeter, 1999; y Menon y Williams, 2001). Cabe mencionar, no obstante, que también se ha utilizado para valorar la especialización una medida absoluta de las ventas de los clientes del auditor en el sector (Dunn et al, 2000) y el valor de mercado de la empresa (Francis et al, 1999; Raffournier y Walton, 1999).

Pero el problema de considerar el tamaño de los clientes a la hora de valorar la especialización nos lleva a que las grandes firmas internacionales de auditoría aparezcan como especializadas en la mayor parte de los sectores considerados, ya que auditan a los clientes de más tamaño. Esto distorsiona la cuota de mercado porque aparece dominando el sector, no el auditor que firma más auditorías, sino el que tiene los mayores clientes. Por ello, algunos autores proponen como medida alternativa el número de auditorías realizadas en vez del sumatorio del tamaño de los clientes. Por tanto, esta medida alternativa se calcularía como el número de auditorías realizadas por el auditor en un determinado sector sobre el total de auditorías realizadas en dicho sector (Craswell et al, 1995; Francis et al, 1999; Piot, 2001). Con muchos clientes en un sector, los auditores tendrán un mayor incentivo económico dada la existencia de economías de escala, en adquirir conocimientos específicos del sector (O'Keefe et al, 1994a).

Cualquiera de estas medidas propuestas se puede considerar como variable continua, tal y como lo hacen Kwon (1996), Raffournier y Walton (1999), Hogan y Jeter (1999) y Menon y Williams (2001), o bien como variable dicotómica, estableciendo un porcentaje mínimo de cuota de mercado para considerar especializado a un auditor. Ese mínimo exigido es del 10% para Craswell et al (1995) y De Fond (1992), y del 16% para Palmrose (1986) y Dunn et al (2000). Otra posibilidad es considerar especializados a aquellos auditores que posean mayores cuotas de mercado en el sector, independientemente del porcentaje que alcancen (Palmrose, 1986; De Fond et al, 2000).

Si bien este tipo de medidas basadas en la participación de los auditores en el sector de actividad ha sido y sigue siendo muy utilizado por los investigadores a la hora de evaluar la especialización de los auditores, posee una desventaja importante y es que hace difícil detectar auditores especializados que no pertenezcan a las grandes firmas internacionales. Estas firmas poseen una dimensión lo suficientemente grande como para emplear auditores individuales y equipos de auditoría especializados en prácticamente todos los sectores, por lo que pueden dominar cada segmento del mercado. En cambio, las no pertenecientes a estas firmas adquieren su conocimiento especializado en un sector dedicando la mayor parte de sus recursos a trabajar en dicho sector (Dunn et al, 2000). Lo cual nos lleva a considerar no especializados a auditores que realmente poseen este atributo, ya que trabajan preferentemente en un sector que conocen y en el que han invertido tiempo y esfuerzo en conocer a fondo. Así, De Fond et al (2000) muestran como resultado de su estudio la existencia de un segmento de mercado que cumple con estas características: las firmas especializadas no pertenecientes a las grandes firmas internacionales, firmas que podrían pasar desapercibidas utilizando medidas de especialización como las señaladas hasta ahora. Según esto autores, la especialización lleva a estas firmas a la producción de economías de escala y a la captura de cuotas de mercado mediante bajos honorarios, captando aquella clientela que buscan auditorías especializadas de bajo coste.

Por tanto, la medida alternativa que se propone es calcular la especialización del sector, no con respecto al sector de actividad, sino en relación con la cuota de mercado que el auditor dedica a un sector en concreto. Es decir, un auditor estará más especializado en un sector cuanto mayor sea el porcentaje de sus esfuerzos que dedique a ese sector, independientemente de las cuotas de mercado que muestren el resto de auditores. Esta medida es aplicada por Culvenor y Godfrey (2000), empleando el valor de las ventas para calcular la cuota de mercado del auditor. Al igual que las medidas anteriormente propuestas, ésta también puede convertirse en dicotómica (especializado/no especializado).

Otro aspecto que se puede tener en cuenta es la consideración de la existencia de especialización en el sector de actividad. Evidentemente no todos los sectores industriales tienen la misma complejidad y, por tanto, no tiene por qué ser necesaria la adquisición de un conocimiento específico para poder realizar auditorías de calidad. Por ello, es interesante poder categorizar los sectores en cuanto a si son susceptibles de especialización o no. En este sentido, Craswell et al (1995) y Hogan y Jeter (1999) exigen un número mínimo de empresas en el sector para poder considerar a dicho sector como susceptible de especialización por las firmas auditoras. Otra posibilidad es analizar la concentración del sector, ya que si el sector está muy concentrado eso es indicio de que existen barreras de entrada, en cuanto a la necesidad de inversión previa, para trabajar en el sector.

Una vez analizadas las distintas medidas que nos ofrece la literatura para la especialización del auditor, vamos a considerar en nuestro trabajo las dos siguientes *ESPSECTOR* y *ESPAUDITOR*. La primera de ellas sería la especialización medida con respecto al sector, es decir, se ha tomado la cuota de mercado que el auditor posee en el sector de actividad de la empresa midiéndola a través del sumatorio de la cifra de negocio de sus clientes. Una vez obtenida la cuota de mercado de cada auditor, hemos considerado especializado a aquel auditor que posea al menos el 15% de la cuota de mercado de ese sector. Así, la variable *ESPSECTOR* es una variable dicotómica que toma valor 1 cuando el auditor posee al menos un 15% de la cuota de mercado del sector de actividad del cliente y 0 en el resto de los casos. Por su parte, *ESPAUDITOR* es una variable que representa la especialización del auditor pero con respecto a su propia cartera de clientes. Así, se toma la proporción de negocio que posee el auditor en el sector de actividad de la empresa considerada sobre el total de clientes del auditor. Para cuantificar esa proporción hemos considerado el número de clientes del auditor que pertenecen a un sector concreto con respecto al número total de clientes del auditor, obteniendo, por tanto, una variable continua. Tanto esta variable como la anterior esperamos que presenten signo positivo ya que a mayor especialización, mayor será el conocimiento del negocio de la empresa lo que provocará una mayor facilidad en detectar errores en la información contable y, por tanto, mayor probabilidad de emitir un informe no limpio.

El nombre de marca. Esta es la primera de las variables que vamos a considerar como subrogados de la independencia. Al objeto de hacerla operativa, hemos considerado que las grandes firmas internacionales de auditoría poseen dicho atributo, tal y como se ha recogido en trabajos como los de Francis y Wilson (1988), DeFond (1992), Craswell et al (1995), Becker et al (1998), Firth y Liao-Tan (1998) y Lee et al (1999), entre otros. Esto da lugar a una variable dicotómica *NMARCA* que tomará valor 1 cuando la firma posea nombre de marca, es decir, pertenezca a las

grandes firmas internacionales, y 0 cuando sea cualquier otro oferente del mercado español. Esperamos que la probabilidad de recibir una opinión cualificada sea mayor para las empresas que poseen auditores con nombre de marca que para el resto, por ello, el signo esperado para esta variable es positivo.

La actitud conservadora del auditor. Este atributo se ha venido calculando en función de la propensión a cualificar de las firmas de auditoría, es decir, determinando el porcentaje de informes no limpios sobre el total de informes firmados por el auditor ese año (Chow y Rice, 1982). Una medida alternativa que se puede ofrecer está basada en la relación que existe entre la actitud conservadora del auditor y el coste de su independencia. Como hemos argumentado, una actitud demasiado conservadora puede perjudicar la relación entre el auditor y su cliente hasta el punto de que éste amenace con contratar una nueva firma que le trate de una forma menos estricta. Si el auditor persiste con esa actitud, se enfrentará a la posibilidad de perder las cuasi-rentas que se derivan de ese contrato. Pero, siguiendo a Paz-Ares (1996), el coste de la independencia del auditor también incluye, además de la pérdida de las cuasi-rentas presentes y futuras del cliente, los costes de recolocación de la fuerza productiva liberada. Estos costes son mayores en una industria con exceso de carga como es la auditoría en España y son agravados por la especialización que esta profesión exige en la formación del capital humano que hace costosa su canalización hacia otros empleos, especialmente en épocas de recesión económica cuando la demanda de auditoría decrece (Arruñada, 1997). Así, podemos esperar que los auditores que hayan perdido clientes en ejercicios precedentes, sean más reacios a actuar de forma conservadora con los clientes presentes para evitar perder sus rentas en el futuro. Dicho de otro modo, un auditor será más liberal cuantos más clientes en términos netos haya perdido en el ejercicio anterior. Medida ésta que ha sido utilizada en trabajos como el de Krishnan y Schauer (2000).

Por tanto, vamos a definir dos variables relacionadas con la actitud conservadora del auditor. En primer lugar, *CONSER* representa la propensión a cualificar informes del auditor, o lo que es lo mismo, el número de informes no limpios que ha emitido dividido por el total de informes firmados por el auditor. Por tanto, esperamos que cuanto mayor sea esta variable, mayor será la probabilidad de que el informe de auditoría sea adverso, luego es de esperar que el signo que acompaña a la variable deberá ser positivo. En segundo lugar, *VARCLIENTE* está relacionada con las variaciones en la cartera de clientes del auditor, cuanto mayor sea esta variable mayor número de clientes, ponderado por el tamaño relativo de las ventas, habrá ganado en el ejercicio considerado, por lo que menos dependencia tendrá de los clientes que mantenga, por lo que esperamos que emita con más probabilidad opiniones adversas. O lo que es lo mismo, cuanto menor sea esta variable, más clien-

tes habrá perdido por lo que mayor incentivo tendrá para retener a los clientes que le quedan, por lo que esperamos que su actitud se torne más liberal con ellos. Por ello, pronosticamos que el signo que acompañe a esta variable sea positivo.

El tamaño del auditor. Tal y como se ha venido haciendo en trabajos anteriores, para cuantificar este subrogado de la independencia del auditor hemos analizado, considerando la muestra completa de empresas, la posición en el mercado de auditoría de los distintos oferentes. Dado que no disponemos de los honorarios de auditoría que cada firma obtiene de sus clientes, hemos utilizado la suma de las ventas anuales de sus clientes tal y como se ha realizado para la variable especialización. Una vez obtenido este dato, se ha dividido entre la cuota de mercado total de ese año para obtener el porcentaje de actividad absorbida por cada auditor, que hemos denominado *TAMAUDITOR*. El signo esperado es positivo ya que a mayor valor de la variable se espera una mayor probabilidad de que la opinión sea adversa.

Del cálculo anterior puede resultar que auditores con pocos pero grandes clientes se consideren más reputados que aquellos con muchos pero pequeños clientes. Por tanto, es necesario considerar una medida alternativa de la reputación. Siguiendo a DeAngelo (1981a), la dependencia económica es mitigada por la existencia de una gran cartera de clientes, por lo que otra forma de medir la reputación es por el número de clientes que tenga en un momento dado en su cartera, es decir, el número de informes de auditoría que firme en cada ejercicio, variable que hemos denominado *NUMCLIENTE*. Esta medida puede verse aplicada en trabajos como los de Deis y Giroux, (1992). Cuanto mayor sea esta variable el auditor tendrá menos presión por la pérdida de uno de sus clientes por lo que emitirá informes cualificados con mayor probabilidad, por tanto, se espera que su coeficiente posea un signo positivo.

El tamaño del cliente. Otro de los subrogados de la independencia que podemos emplear es el tamaño relativo del cliente en la cartera del auditor. La medida válida sería el porcentaje de honorarios totales derivados del cliente sobre la cartera total del auditor, ya que cuanto mayor es el cliente mayores son sus honorarios y mayor es la dependencia económica del auditor. Al no poder disponer de esta información, definiremos *TAMCLIENTE* como el porcentaje que la cifra de ventas del cliente supone en el sumatorio de la cifra de ventas de todos los clientes del auditor. De esa forma, cuanto mayor sea esta variable indicará que mayor es el peso de este cliente en el negocio del auditor y más dependiente será este último de dicho cliente, disminuyendo la probabilidad de que el informe a emitir sea cualificado. Por ello, esperamos que esta variable vaya acompañada de un coeficiente con signo negativo.

La duración del contrato del auditor. El efecto que la duración del contrato tiene sobre la calidad de la auditoría en cuanto a que sería un indicador de pérdida de independencia y objetividad, tal y como se ha argumentado, va a constituir el último de los subrogados a considerar. La variable *TIEMPO* la vamos a medir en función del número de ejercicios que el auditor lleva trabajando con la empresa. Dado que la información de que disponemos no alcanza más allá de los años previos a 1990, consideraremos como primer año de auditoría a dicho año. Cuanto mayor sea esta variable esperamos que mayor sea la dependencia que el auditor tenga de su cliente, por lo que menos probabilidad habrá de obtener un informe de auditoría cualificado. Por tanto, el signo que esperamos que acompañe al coeficiente de esta variable es negativo.

4.5.2. La probabilidad de obtener una opinión cualificada consecuencia de la situación económico-financiera de la empresa como variable de control

A parte de las variables independientes analizadas en el apartado anterior, vamos a incluir otra variable que no está relacionada con la calidad de la auditoría. Nuestra intención es controlar el efecto que la situación económico-financiera de la empresa tiene sobre la opinión que recibe de su auditor, y de esta forma poder aislar convenientemente la relación que existe entre las variables representativas de la calidad del auditor y la opinión emitida. Para ello, hemos construido una variable que expresa la probabilidad que tiene la empresa de recibir una opinión cualificada dada la información contable que se muestra en sus cuentas anuales. Partiendo de la muestra anterior, deberemos construir un modelo en el que la opinión de auditoría recibida por la empresa se intentará explicar a partir de una serie de ratios contables y otras magnitudes que en trabajos anteriores han resultado estar asociados con la recepción de opiniones no limpias.

Con este objetivo, vamos a utilizar una aproximación en dos etapas. En la primera, realizamos una revisión de trabajos anteriores con la intención de obtener un conjunto de variables que puedan estar relacionadas con la probabilidad de obtener un informe cualificado. A continuación, dado que la variable dependiente es dicotómica, se aplica un modelo de regresión logística con las variables anteriores, haciendo uso del método *stepwise* para que el propio programa estadístico seleccione, mediante iteraciones, aquellas variables que tienen más poder explicativo sobre la obtención de opiniones cualificadas. En la segunda etapa, se construye un modelo logit multivariante en el que como variables independientes se incluyen todas aquéllas que han resultado ser significativas en el paso anterior. A partir de los

coeficientes de las variables independientes obtenidos de este modelo hemos calculado el valor esperado para cada observación, valor que posteriormente ha sido transformado en probabilidad de obtener opinión no limpia.

Los trabajos previos que nos han servido de referencia a la hora de buscar variables que puedan explicar la obtención de opiniones no limpias pertenecen tanto al ámbito nacional como al internacional, y son Dopuch et al (1987), Bell y Tabor (1991), Krishnan (1994), Sánchez Segura (1999), Lennox (2000) y Brandshaw et al (2001). Las variables que han sido incluidas en el modelo son las siguientes:

OPINION es la variable dependiente y tomará valor 1 cuando la opinión recibida sea no limpia (negativa, denegación de opinión y con salvedades) y 0 en caso contrario.

PERD es una variable dicotómica que toma el valor 1 si las empresas en un ejercicio determinado incurren en pérdidas, tomadas antes de resultados extraordinarios, y 0 en caso contrario. Siguiendo a Sánchez Segura (1999), si las firmas incurren en pérdidas serán, en principio, más propensas a recibir salvedades ya que es mayor la probabilidad de que empleen técnicas de manipulación de resultados cuya detección derive en opiniones de auditoría adversas. El signo esperado de esta variable es positivo, dado que la presencia de pérdidas estará directamente relacionada con la obtención de opiniones calificadas.

EXTRAS se define como el signo de los resultados extraordinarios netos (ingresos extraordinarios menos gastos extraordinarios) obtenidos en cada ejercicio por las empresas. Se define en términos dicotómicos tomando valor 1 si se tratan de resultados extraordinarios netos negativos y 0 si son positivos. Como obtiene Sánchez Segura (1999), las compañías con resultados extraordinarios netos negativos son más propensas a recibir salvedades que las que los generan en sentido opuesto. Según esta autora, parece que las empresas que presentan resultados extraordinarios negativos tienen una mayor tendencia a manipular los resultados con la intención de mantener un determinado nivel que la presencia de los extraordinarios está dificultando. En este sentido, el signo que esperamos acompañe a esta variable será positivo.

SECT es una variable categórica que indica el sector al que pertenece la empresa, considerando sólo cuatro categorías⁶³: se asigna valor 1 a las empresas

⁶³ Esta clasificación en sólo cuatro grupos permite evitar problemas de inferencia estadística debido al escaso número de observaciones que corresponderían a determinados sectores de utilizar clasificaciones como la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), no obstante, la simple división en cuatro grupos no afecta a la significación estadística de los resultados (Sánchez Segura, 1999).

industriales, valor 2 al sector comercial y de servicios, valor 3 al resto de empresas no financieras y 4 a las compañías financieras. Como muestra Sánchez Segura (1999), la pertenencia a sectores determinados de actividad diferencia a las empresas en su probabilidad de obtener informes cualificados. Con respecto al signo del coeficiente no hacemos ningún pronóstico debido a las características de la variable.

CCAT es una variable cuantitativa que representa el ratio capital circulante dividido por el activo total. La inclusión de esta variable obedece a su relación con los ajustes al devengo dado que es una de las medidas más utilizadas para determinar la magnitud de dichos ajustes (Brandshaw et al, 2001; DeFond y Park, 2001; entre otros). Dechow et al (1996) muestran que firmas con altos ajustes al devengo tienen más probabilidad de ser sancionadas por la SEC por violaciones en los principios contables. Dado que los auditores tienen la oportunidad de alertar a los inversores de potenciales problemas financieros derivados de altos niveles de ajustes al devengo, esperamos que cuanto mayores sean éstos, más probabilidades existan de que la opinión del auditor sea cualificada ⁶⁴. Así, esperamos un signo negativo en el coeficiente de esta variable.

BOAT igualmente es una variable cuantitativa obtenida de dividir el beneficio ordinario por el total activo de cada empresa. Como obtienen Mutchler et al (1997) y Willenborg y McKeown (2001), entre otros, esta medida de la rentabilidad es un indicador de deterioro financiero, cuanto menor es el valor alcanzado por este ratio, más probabilidad existe de quiebra y, por tanto, de recibir una salvedad por gestión continuada. Por otro lado, esperamos que cuanto mayor sea este ratio menos propensión habrá de recibir informes cualificados ya que en esta situación tendrán menos interés en realizar prácticas contables tendentes a manipular los resultados que puedan derivar en opiniones no limpias.

TEAT es la última variable cuantitativa y expresa el ratio tesorería entre total activo. Según demuestran Hopwood et al (1989), la relación de este ratio con la probabilidad de quiebra cambia de positiva a negativa justo el año antes de la quiebra, lo cual indica que las empresas tenderán a mostrar un valor bajo de este ratio cuanto mayores sean sus problemas financieros. Por ello, esperamos que cuanto mayor sea este ratio menos probabilidad habrá de recibir una opinión no limpia en cuanto que mejor será la salud financiera de la empresa.

⁶⁴ Brandshaw et al (2001) contrastan esta hipótesis en su muestra y obtienen resultados significativos pero con el signo opuesto, es decir, cuanto mayores son los ajustes al devengo del capital circulante, mayor probabilidad hay de que la opinión sea favorable.

Por último, tal y como pudimos apreciar en la descripción de la muestra por años, el porcentaje de informes no limpios va decreciendo sistemáticamente a lo largo de los años comprendidos en nuestro estudio. Esta evidencia, que como explicábamos en su momento puede deberse al proceso de adaptación de los sistemas de información contables a la nueva normativa que surgió a principios de los noventa, nos ha llevado a la inclusión en el modelo de variables ficticias que capturen el efecto que el trabajar con observaciones de distintos años puede tener sobre la variable dependiente. Concretamente resultaron estar relacionadas con la variable dependiente las ficticias relacionadas con los años que van desde 1996 a 2000, ambos inclusive. El coeficiente esperado para estas variables (*AÑO6*, *AÑO7*, *AÑO8*, *AÑO9* y *AÑO0*) es negativo dado que esperamos que cuanto más nos alejamos del año 1990 menos probabilidad habrá de obtener un informe cualificado.

En la tabla siguiente mostramos el modelo logit del que se derivarán los coeficientes del modelo de predicción de la opinión basado en las variables anteriores.

$$\text{Logit}(p) = \alpha + b1 \text{ PERD} + b2 \text{ EXTRAS} + b3 \text{ SECT} + b4 \text{ CCAT} + b5 \text{ TEAT} + b6 \text{ BOAT} + b7 \text{ AÑO6} + b8 \text{ AÑO7} + b9 \text{ AÑO8} + b10 \text{ AÑO9} + b11 \text{ AÑO0}$$

donde: α es el intercepto,

p es la probabilidad de que la variable dependiente sea igual a 1, es decir, cuando el informe recibido no sea limpio,

b_i son los coeficientes de las variables independientes que hemos definido anteriormente.

TABLA 4: Modelo de regresión logística sobre la probabilidad de obtener una opinión no limpia

VARIABLES	SIGNO ESPERADO	COEFICIENTE (Wald)	Probabilidad
CONSTANTE	?	-0,464 (18,988)	0,000
PERD	+	1,062 (111,355)	0,000
EXTRAS	+	0,427 (30,092)	0,000
SECT	?	-0,199 (32,867)	0,000
CCAT	-	-0,946 (51,744)	0,000
TEAT	-	-1,236 (8,487)	0,004
BOAT	-	-1,717 (15,290)	0,000
AÑO 6	-	-0,627 (18,722)	0,000
AÑO7	-	-0,747 (24,431)	0,000
AÑO8	-	-1,063 (37,959)	0,000
AÑO 9	-	-1,378 (49,152)	0,000
AÑO 0	-	-1,142 (38,985)	0,000
Pseudo R²			0,227
Estadístico X² (11 g.l.)			724,561
Valor p			(0,000)
% Calsificado correctamente			68,9

Una vez obtenido el modelo, hemos construido una ecuación a partir de los coeficientes obtenidos para cada una de las variables independientes. El índice de predicción de la opinión (IPO) que obtenemos para cada observación se calcula de la siguiente forma:

$$IPO = -0,464 + 1,062PERD + 0,427EXTRAS - 0,199SECT - 0,946CCAT - 1,236TEAT - 1,717BOAT - 0,627AÑO6 - 0,747AÑO7 - 1,063AÑO8 - 1,378AÑO9 - 1,142AÑO0$$

Una vez calculado este índice, se transformará en una probabilidad de obtener una opinión no limpia aplicándole una distribución logística estándar. De esta forma, el resultado de este proceso es la obtención de una variable, *PROBOPINION*, que representa la probabilidad de obtener una opinión no limpia calculada a partir de un modelo basado en información netamente contable y, por tanto, relacionada

directamente con la situación económico-financiera de la empresa. Como esta variable representa la probabilidad de que la calidad de la información contable de la empresa dé lugar a una opinión cualificada, la parte de la variable dependiente que no consiga explicar podrá ser atribuida a otro tipo de factores que pueden estar relacionados, como veremos a continuación, con la calidad de la firma de auditoría que tiene contratada la empresa.

Esta variable estará relacionada positivamente con la variable dependiente, ya que a mayor probabilidad de merecer un informe de auditoría no limpio, mayor probabilidad de obtenerlo. De esta forma, esperamos un signo positivo en su coeficiente.

4.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.6.1. Estadísticos descriptivos

A continuación mostramos las estadísticas descriptivas de las variables que acabamos de describir y que formarán parte del modelo a contrastar a continuación. Hay que tener en cuenta que, como mencionábamos anteriormente, estos datos se refieren a la muestra una vez que han sido eliminadas las empresas financieras que presentan la información contable en un formato distinto del recogido en el Plan General de Contabilidad.

TABLA 5: Estadísticas descriptivas de las variables del modelo

VARIABLE	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA	ASIMETRÍA	CURTOSIS
TECNO 1	0	1	0,13	0,33	-	-
TECNO 2	0	1	0,35	0,48	-	-
ESPSECTOR	0	1	0,34	0,47	-	-
ESPAUDITOR	0,006	1	0,358	0,364	0,926	-0,787
NMARCA	0	1	0,62	0,49	-	-
CONSER	0	1	0,255	0,242	1,365	2,193
TAMCLIENTE	0	1	0,234	0,379	1,328	-0,026
TAMAUDITOR	0	0,731	0,192	0,271	1,108	-0,593
NUMCLIENTE	1	202	59,16	64,40	0,863	-0,734
VARCLIENTE	-1	59	0,062	1,58	30,001	1.018,394
TIEMPO	1	11	4,14	2,83	0,773	-0,405
PROBOPINION	0	0,999	0,277	0,185	1,072	0,670

Como se observa en la tabla anterior, el 13% de las empresas son auditadas por firmas que desarrollan un nivel de tecnología alto, mientras que el 35% reciben un nivel de tecnología medio, indicando que el resto, un 52%, son auditadas por firmas que no se caracterizan por ofrecer procedimientos desarrollados tecnológicamente. Con respecto a la especialización por sectores de actividad, *ESPSECTOR*, es interesante destacar que el 34% de las empresas son auditadas por firmas que poseen una cuota de mercado en su sector de al menos el 15%. Esto puede explicarse si tenemos en cuenta la gran concentración del sector, las grandes firmas internacionales de auditoría auditan no sólo un gran número de clientes sino también a los clientes de mayor tamaño, por lo que las cuotas de mercado que están basadas en el tamaño de los clientes ofrecen como especializados a casi todas las grandes firmas en la mayor parte de los sectores, por lo que esto justifica el valor medio tan alto que alcanza esta variable. Por su parte, el valor medio alcanzado por la otra medida de la especialización, *ESPAUDITOR*, es similar, indicándose que el nivel de especialización ofrecido por los auditores es de aproximadamente el 36% en términos medios, es decir, que éste es el porcentaje medio de auditorías que realizan de un mismo sector de actividad. El nivel de concentración al que antes aludíamos también se pone de manifiesto con respecto a la variable *NMARCA*, ya que se indica que el 62% de las empresas son auditadas por alguna de las firmas internacionales. El tamaño medio de los clientes con respecto a la cartera de su auditor, *TAMCLIENTE*, es del 23%, pero al estar medido en función de la cifra de negocio de los clientes, el valor mínimo es cero, ya que puede haber algún auditor cuyos clientes no hayan realizado operación ninguna durante el ejercicio, y el valor máximo es 1, si el auditor no tiene más que un cliente. El tamaño medio de los auditores, *TAMAUDITOR*, resulta ser del 19'2%, no obstante, el valor máximo para esta variable muestra que hay una firma de auditoría que representa el 73'1% de la cuota de mercado total de ese año. Esto se explica si tenemos en cuenta que esta variable se ha medido, como en el caso anterior, en función de la cifra de negocios del cliente, y este dato puede indicar que ese auditor no sólo poseía un alto número de clientes sino que, además, representaban un alto nivel de negocio en ese año. Los resultados obtenidos para *NUMCLIENTE* muestran que el número de clientes máximo que ha tenido una firma en un ejercicio es de 202, siendo el valor medio de 59 informes por ejercicio (aunque la desviación típica es aproximadamente 64). Con respecto a la variación en la cartera de clientes en un ejercicio, *VARCLIENTE*, está entre haber perdido todos los clientes que tenía (-1) o haber ganado clientes que suponen casi 60 veces la cuota de mercado que poseía en el ejercicio anterior, pero la media es de 0,06, es decir, lo normal es que el grado de fluctuaciones con respecto al número de clientes sea bastante escaso. Por último, y como se esperaba, la variable *TIEMPO* muestra que la duración del contrato está entre uno y once años, que es el horizonte temporal considerado, situándose la media de esta variable en 4,1.

Como indicamos en el apartado anterior, para poder determinar adecuadamente la relación que existe entre las variables representativas de la calidad del auditor y la opinión recibida, tenemos que tener en cuenta el efecto que la situación económico-financiera de la empresa tenga en la decisión del tipo de opinión a recibir. Es decir, debemos ser capaces de aislar qué parte de la variable dependiente viene explicada por la situación en la que se encuentra la empresa, la cual, dejando aparte la calidad del auditor, determinará a priori una probabilidad de que la opinión a recibir sea o no favorable. Los resultados obtenidos en la tabla anterior para esta probabilidad, que la hemos llamado *PROBOPINION*, ponen de manifiesto la existencia de empresas con una probabilidad nula de recibir una opinión cualificada y empresas con una probabilidad del 100% de recibirla. No obstante, el valor más significativo lo arroja el valor medio, que es del 28%, es decir, atendiendo a la información financiera de las empresas, poco más de una cuarta parte de las mismas merecerían recibir un informe cualificado.

Antes de proceder a realizar el contraste de la hipótesis que nos ocupa, es interesante detenernos en una serie de análisis previos, con la intención de ofrecer información sobre el comportamiento de la muestra en relación con las variables definidas. Así, dado que la primera hipótesis trata de contrastar si existe relación entre el nivel de calidad de la auditoría y el tipo de opinión recibida, es necesario justificar previamente, en primer lugar, que existe un patrón de comportamiento diferente a través de las firmas de auditoría en cuanto al tipo de opinión que emiten y, en segundo lugar, que existen diferencias entre las firmas en relación con las variables representativas de la calidad de auditoría que ofrecen.

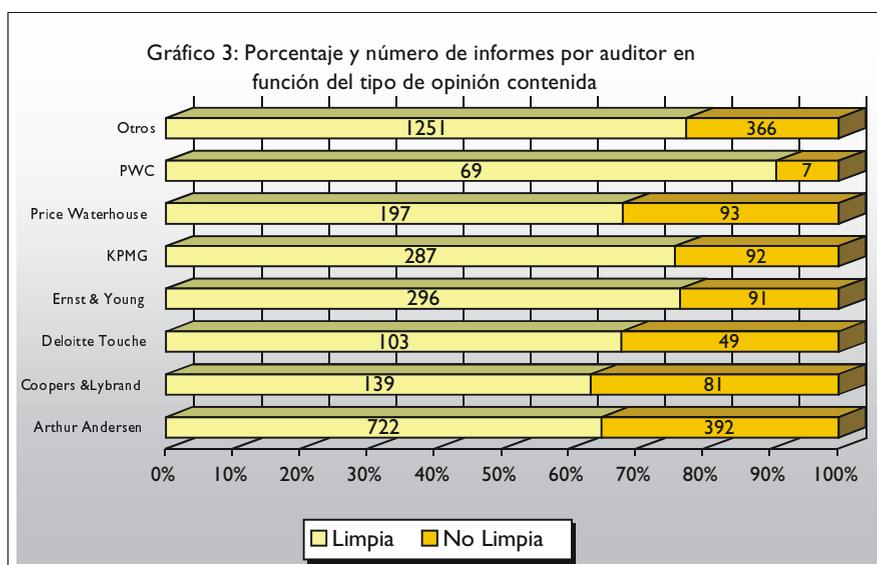
Para determinar si existen diferencias en cuanto a la opinión emitida, vamos a construir una tabla de contingencia en la que serán cruzadas la variable tipo de auditor y la variable opinión emitida. Con respecto al tipo de auditor, tenemos ocho categorías dado que hemos considerado por separado Coopers & Lybrand y Price Waterhouse, antes de 1999 y PriceWaterhouseCoopers para los años 1999 y 2000. En la categoría de “Otros” hemos incluido al resto de firmas de auditoría nacionales y a los profesionales independientes, aunque somos conscientes de que el comportamiento de este grupo en cuanto a la opinión no puede considerarse semejante, se justifica dado que el objetivo es mostrar unos datos lo más agregado posible para su fácil interpretación.

TABLA 6: Tipo de opinión según el firmante del informe

	TIPO DE OPINIÓN		TOTAL
	LIMPIA	NO LIMPIA	
ARTHUR ANDERSEN	722	392	1.114
COOPERS & LYBRAND	139	81	220
DELOITTE TOUCHE	103	49	152
ERNST & YOUNG	296	91	387
KPMG	287	92	379
PRICE WATERHOUSE	197	93	290
PWC	69	7	76
OTROS	1.251	366	1.617

χ^2 Real (7 g.l.): 84,037 =0,05

Como se aprecia en la tabla anterior, el comportamiento de las firmas de auditoría es diferente en cuanto al tipo de opinión que emiten (los porcentajes aparecen en el gráfico 3). Esta afirmación es apoyada por el estadístico χ^2 el cual rechazó la independencia entre las variables contenidas en la tabla, es decir, el tipo de opinión emitida no es independiente del firmante del informe.



De no obtenerse este resultado, la probabilidad de que una empresa reciba un informe de auditoría cualificado sería la misma sea quien fuera su auditor, lo cual desalentaría cualquier maniobra por mejorar la opinión de auditoría basada en cambios de auditor.

Una vez que hemos demostrado que las firmas de auditoría tienen distinta propensión a emitir informes adversos, el siguiente paso es demostrar que además ofrecen niveles diferentes de calidad, ya que esto nos permite determinar si realmente la calidad es un rasgo diferenciador del producto de la auditoría de las firmas sometidas a estudio. Para ello, en la tabla siguiente mostramos los valores medios de los subrogados de la calidad de la auditoría que hemos considerado para cada uno de las firmas de auditoría, acompañándolos de los resultados obtenidos por el test de Kruskal-Wallis.

TABLA 7: Calidad de la auditoría según la firma de auditoría

VARIABLE	AA	CL	DT	EY	KP	PW	PWC	OT	K-W ⁶⁵ (valor p)
ESPSECTOR	0,86	0,30	0,14	0,44	0,20	0,32	0,46	0,012	2.198,440 (0,000)
ESPAUDITOR	0,093	0,16	0,164	0,172	0,126	0,073	0,081	0,747	2.931,14 (0,00)
CONSER	0,302	0,339	0,316	0,214	0,240	0,252	0,101	0,226	678,462 (0,000)
TAMCLIENTE	0,005	0,036	0,070	0,018	0,024	0,016	0,014	0,583	2.363,81 (0,000)
TAMAUDITOR	0,621	0,032	0,024	0,071	0,104	0,136	0,071	0,0003	3.815,17 (0,000)
NUMCLIENTE	159,84	29,92	15,86	55,37	46,87	53,02	59,5	2,71	3.863,43 (0,000)
VARCLIENTE	-0,013	-0,03	-0,098	0,028	0,076	0,11	-0,037	0,14	553,934 (0,000)
TIEMPO	4,29	3,61	4,30	3,78	4,52	3,53	6,87	4,07	72,985 (0,000)

AA: Arthur Andersen; CL: Coopers & Lybrand; DT: Deloitte Touche; EY: Ernst & Young; PW: Price Waterhouse; PWC: PriceWaterhouseCoopers; OT: Otros.

Como indican los valores alcanzados por el test de Kruskal-Wallis, las distintas variables consideradas muestran diferencias significativas en función del auditor. Así, podemos ver que, si valoramos la especialización del auditor con respecto a la cuota de mercado que absorbe en cada sector de actividad, *ESPSECTOR*, Arthur Andersen es considerado especializado en el 86% de las empresas que audita, mientras que el resto de firmas queda bastante alejado de este porcentaje, ya que Ernst & Young y PriceWaterhouseCoopers⁴⁶ son los que le siguen más de cerca y

⁶⁵ El test de Kruskal-Wallis sólo se ha calculado para las variables cuantitativas.

⁶⁶ Podemos comparar los resultados del resto de firmas con PriceWaterhouseCoopers ya que los datos son anuales y no interfiere, por tanto, el hecho de que esta firma haya surgido de la fusión de dos anteriores en el año 1999.

rondan un 45%. En cambio, si medimos la especialización en función del peso de cada sector dentro de la cartera de clientes del auditor, *ESPAUDITOR*, vemos que se invierten los resultados, así, los más especializados resultan ser las firmas no internacionales y los profesionales independientes, y los menos especializados son las firmas internacionales de mayor dimensión. Con respecto a la variable *CONSER*, resultan ser Coopers & Lybrand y Deloitte Touche las más estrictas, mientras que PriceWaterhouseCoopers muestra la tendencia menor a cualificar⁶⁷. Los datos ofrecidos por *TAMCLIENTE* nos muestran que la media del tamaño de los clientes para las firmas y profesionales distintos de las internacionales es casi del 60%. Esto implica que más de la mitad de los honorarios que obtienen estas firmas proceden de un solo cliente, por término medio, lo cual da una idea del grado de dependencia que puede existir entre estos auditores y sus clientes. En el extremo opuesto está Arthur Andersen, Price Waterhouse y PriceWaterhouseCoopers, donde el tamaño medio apenas si sobrepasa el 1% de la cartera de estas firmas. Con respecto a *TAMAUDITOR*, vemos que Arthur Andersen tiene el 62'1% de la cuota total de mercado, mientras que la cuota absorbida por los pequeños auditores es casi despreciable. Si comparamos estos datos con el gráfico 2 podemos concluir que Arthur Andersen no sólo tiene el mayor número de clientes, sino también los de mayor tamaño, mientras que las firmas nacionales y los profesionales independientes tienen en cartera a los clientes de menor dimensión. Si atendemos a la variable *NUMCLIENTE* podemos distinguir tres categorías de firmas dentro de las internacionales en función del número de clientes que poseen, en la primera categoría tendríamos a Arthur Andersen, en la segunda a PriceWaterhouseCoopers, Ernst & Young, Price Waterhouse y KPMG, y en la tercera a Coopers & Lybrand y a Deloitte Touche. Las otras firmas y profesionales de la auditoría tienen una media de 2,71 clientes en cartera. Por su parte, *VARCLIENTE* muestra que las fluctuaciones en las carteras de los auditores ha sido prácticamente mínima, sólo Price Waterhouse y las firmas y auditores no internacionales han mostrado un movimiento positivo destacable, aumentando su cartera en un 10% como término medio. Finalmente, en cuanto a la variable *TIEMPO*, vemos que prácticamente todas las firmas tienen como término medio una duración de los contratos en torno a 4 años. No obstante, parece que los clientes de PriceWaterhouseCoopers son los que muestran una mayor fidelidad.

Estos resultados nos permiten concluir que la calidad de la auditoría es distinta en función del auditor contratado, evidencia necesaria para poder contrastar la primera hipótesis, ya que de no obtenerse este resultado, difícilmente la opinión de

⁶⁷ Aunque hay que tener en cuenta que sólo disponemos de datos de los dos últimos años para esta firma, y que la tendencia de la muestra que usamos es que cada año el porcentaje de salvedades sea menor.

auditoría podría estar relacionada con la calidad de la auditoría si ésta es uniforme a través de las distintas firmas.

4.6.2. Análisis univariante

A continuación, en la tabla siguiente presentamos las estadísticas descriptivas de las variables explicativas clasificando la muestra en función del tipo de opinión recibida. Se ofrece, además, el valor del estadístico z para examinar si las medias de los dos grupos de compañías son diferentes, lo cual indicará si la calidad del firmante del informe afecta a la probabilidad de obtener una opinión limpia.

TABLA 8: Estadísticas descriptivas de las variables clasificadas según el informe de auditoría recibido

VARIABLES	MEDIA		MEDIANA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR		Estadístico Z (valor p)
	Informe Limpio	Informe No Limpio	Informe Limpio	Informe No Limpio	Informe Limpio	Informe No Limpio	
TECNO I	0,13	0,12	-	-	-	-	0,200 (1,000)
TECNO 2	0,33	0,41	-	-	-	-	2,335 (0,00)
ESPSECTOR	0,34	0,35	-	-	-	-	0,353 (1,000)
ESPAUDITOR	0,381	0,295	0,196	0,138	0,370	0,341	3,857 (0,000)
NMARCA	0,59	0,69	-	-	-	-	2,787 (0,000)
CONSER	0,171	0,474	0,16	0,421	0,161	0,28	14,478 (0,000)
TAMCLIENTE	0,246	0,201	0,018	0,005	0,381	0,372	4,223 (0,000)
TAMAUDITOR	0,176	0,235	0,046	0,072	0,266	0,281	3,738 (0,000)
NUMCLIENTE	54,17	72,22	36	51	61,10	70,71	3,347 (0,000)
VARCLIENTE	0,085	0,003	0,00	0,00	1,84	0,36	1,624 (0,000)
TIEMPO	4,42	3,41	4	3	2,94	2,38	4,287 (0,000)
PROBOPINION	0,229	0,402	0,202	0,357	0,149	0,209	10,624 (0,000)

Como pone de manifiesto el análisis univariante anterior, todas las variables explicativas consideradas a excepción de *TECNOI* y *ESPSECTOR* muestran diferencias significativas según el tipo de opinión recibida. Esto significa, con respecto a la variable representativa de alta tecnología, que las firmas de auditoría que han sido clasificadas en este grupo no tienen una mayor probabilidad de emitir informes cualificados con respecto a las firmas de baja calidad tecnológica. Esto puede explicarse porque realmente niveles tan altos de estructuración no llevan asociada una mayor capacidad para detectar errores, o bien, que las firmas de auditoría españolas no responden a esta clasificación en cuanto a su nivel tecnológico.

En cambio, si las firmas poseen un nivel medio de tecnología existen diferencias significativas ya que el porcentaje de firmas con tecnología media que emite informes de auditoría limpios es significativamente menor que el que los emite cualificados. Es decir, las firmas de auditoría de tecnología media tienen mayor proporción de informes no limpios que las de tecnología baja, por lo que se puede concluir que firmas que unen tecnología y juicio del auditor en sus procesos tienen más éxito en detectar errores en las cuentas anuales de su cliente que las que basan toda su capacidad de decisión o bien en la tecnología o bien en el juicio del profesional.

Como hemos visto, una de las variables relacionadas con la especialización no mostraba diferencias significativas, *ESPSECTOR*, lo cual significa que el nivel de especialización en un sector de actividad concreto que se muestre con respecto al resto de auditores, no determina un porcentaje mayor de informes cualificados. La otra variable, *ESPAUDITOR*, muestra diferencias significativas pero el comportamiento que se pone de manifiesto es el opuesto al esperado. Según pronosticábamos, cuanto más especializado sea un auditor, más probabilidad tiene de detectar los errores que contienen unos estados financieros y, por tanto, de emitir un informe no limpio. En cambio, según los resultados obtenidos el nivel de especialización del auditor es más alto en las empresas que reciben informes limpios que en el resto. Esto puede tener diferentes explicaciones, por un lado, que los auditores de mayor especialización conocen más a fondo las peculiaridades de los sistemas de información y de los negocios que el resto de auditores, por lo que es más probable que toleren determinadas prácticas contables que surgen como respuesta a problemáticas no observadas por la normativa contable que otros auditores por desconocimiento consideran simplemente trasgresión de las normas. Otra razón puede ser que la clasificación de sectores utilizada no sea la adecuada, por lo que se pueden estar considerando como especializados auditores que no lo son realmente. Por último, quizá la relación entre la especialización y la calidad no sea tan sencilla como la hemos definido, porque si bien está claro que un auditor especializado posee más conocimiento y, por tanto, más calidad, también es cierto que habrá invertido más tiempo y recursos en obtener este atributo, esta inversión puede

ser difícil de reubicar en el caso de perder a ese cliente, lo que puede hacer aumentar la dependencia del auditor especializado de su cliente. No obstante estos resultados, sí podemos apreciar que la medida de la especialización basada en la cartera de cada auditor tiene un nivel explicativo mayor que si utilizamos como referencia la totalidad de firmas que operan en cada sector. Es decir, es más especializado en un sector el auditor que tenga un porcentaje alto de sus clientes en ese sector y no el que, en comparación con otros auditores, audite un porcentaje mayor de ingresos en ese sector. Esto se debe a que el efecto del tamaño de la firma de auditoría y de sus clientes estaría distorsionando los resultados, apareciendo como más especializado un auditor con unos pocos clientes grandes en un sector que el auditor que dentro de su cartera tenga un número elevado de clientes pequeños de un mismo sector.

El resto de variables muestra el comportamiento esperado, a más calidad más proporción de informes cualificados, excepto la variable *VARCLIENTE* que muestra que las empresas que obtienen informes limpios están auditadas por firmas que tienen un crecimiento de su cartera de clientes mayor que las que reciben informes cualificados. Según indicábamos, cuanto más crece la cartera de clientes menos incentivo tiene el auditor a actuar de forma oportunista con su cliente. Pero quizá la lectura puede ser la contraria, cuanto más informes positivos emite un auditor más solicitados serán sus servicios por lo que más crecerá su cartera de clientes.

4.6.3. Análisis multivariante

Una vez analizados los resultados univariantes, es interesante analizar el efecto que estas variables en conjunto tienen sobre el tipo de opinión a recibir. Para ello, junto con las variables representativas de los distintos subrogados de la calidad de la auditoría definidos, vamos a incluir la variable relacionada con la probabilidad de que los estados financieros de la empresa merezcan una opinión no limpia, *PROBOPINION*. Dada la alta correlación entre las variables *ESPSECTOR* y *ESPAUDITOR* y entre las variables *NUMCLIENTE* y *TAMAUDITOR*, hemos decidido no incluir *ESPAUDITOR* y *NUMCLIENTE* en el modelo multivariante. Esta decisión está apoyada en el hecho de que las dos variables que no vamos a incluir aportan similar información sobre la variable dependiente que *ESPSECTOR* y *TAMAUDITOR*, por lo que podemos prescindir de ellas y conseguir, de esta forma, reducir el nivel de correlación entre las variables del modelo.

El modelo de regresión logística, por tanto, se expresará de la siguiente forma:

$$\text{Logit}(p) = \alpha + b1 \text{ TECNO1} + b2 \text{ TECNO2} + b3 \text{ ESPSECTOR} + b4 \text{ NMARCA} + \\ b5 \text{ CONSER} + b6 \text{ TAMCLIENTE} + b7 \text{ TAMAUDITOR} + \\ b8 \text{ VARCLIENTE} + b9 \text{ TIEMPO} + b10 \text{ PROBOPINION}$$

El resultado de dicho análisis se muestra en la tabla siguiente.

TABLA 9: Modelo de regresión logística sobre la probabilidad de obtener una opinión cualificada según los atributos de calidad del auditor

VARIABLES	SIGNO ESPERADO	COEFICIENTE (Wald)	Probabilidad
CONSTANTE	?	-4,650 (437,714)	0,000
TECNO I	+	-0,340 (5,008)	0,025
TECNO 2	+	0,124 (0,589)	0,443
ESPECTOR	+	-0,483 (15,870)	0,000
NMARCA	+	0,460 (6,645)	0,010
CONSER	+	6,669 (495,533)	0,000
TAMCLIENTE	-	-0,765 (8,829)	0,003
TAMAUDITOR	+	0,539 (3,768)	0,052
VARCLIENTE	+	-0,048 (0,134)	0,715
TIEMPO	-	0,078 (15,854)	0,000
PROBOPINION	+	3,775 (204,960)	0,000
Pseudo R²			0,494
Estadístico χ^2 (10 g.l.)			1.772,044
Valor p			(0,000)
% Clasificado correctamente			77,2

El resultado que ofrece el test χ^2 pone de manifiesto la bondad del modelo en general, por lo que la hipótesis nula es rechazada para un nivel de significación preestablecido del 95%. El Pseudo R² toma un valor lo suficientemente alto como para considerar que el modelo es aceptable y consigue clasificar correctamente un 77,2% de los casos. En cuanto a las variables, resultan estadísticamente significativas ocho de las diez que hemos incluido en el modelo, *PROBOPINION*, *TIEMPO*, *NMARCA*, *ESPECTOR*, *CONSER*, *TAMCLIENTE* (todas al 1%), *TECNOI* (al 5%) y *TAMAUDITOR* (al 10%).

Con respecto a las variables relacionadas con el conocimiento, tanto la tecnología como la especialización ofrecen unos resultados significativos pero no espe-

rados. Con respecto a la tecnología, obtenemos que sólo resulta significativa la variable relacionada con servicios de alto nivel, esto es, *TECNO1*. Esto supone que la probabilidad de obtener informes cualificados es diferente entre las empresas que tienen contratados auditores de alto nivel tecnológico y el resto (nivel medio y bajo). No obstante, el signo de *TECNO2* es positivo, es decir, existe una tendencia aunque no significativa a recibir más opiniones no limpias cuando el auditor tiene un nivel medio de estructuración que cuando el nivel es bajo. Volviendo a la variable *TECNO1*, es necesario resaltar el signo obtenido por este coeficiente ya que es el opuesto al esperado. Según argumentamos en apartados anteriores, es de esperar que si un alto nivel tecnológico de la firma de auditoría permite una orientación más objetiva y más uniforme, el resultado sea que se emitan informes cualificados más frecuentemente, ya que será más fácil el detectar errores contenidos en los estados contables. Pero el resultado obtenido es justo el contrario, las compañías auditadas por firmas de alto nivel de tecnología reciben informes no limpios con menos frecuencia.

Con respecto a la especialización del auditor en el sector de actividad de la empresa, existe una relación estadísticamente significativa entre este atributo y la probabilidad de recibir un informe cualificado. Pero la relación es de sentido contrario al esperado, al aumentar la especialización del auditor disminuye la probabilidad de que emita informes no limpios. Como argumentamos en su momento, este comportamiento puede justificarse de varias formas pero quizá la contundencia de los resultados hace que la afirmación de Arruñada (1997) sobre la mayor dependencia de estos auditores no resulte tan alejada de la realidad. La especialización en sectores de actividad complejos, como pueden ser los de algunos tipos de manufacturación o empresas del sector primario, conlleva una importante inversión inicial en capital humano especializado y frecuentes aportaciones posteriores en actualización de la formación, incluso a veces será necesario realizar importantes adquisiciones de soporte técnico y tecnológico. Esto hace que el auditor sufra un gran perjuicio si pierde a ese cliente ya que tendrá grandes dificultades en recolocar ese capital ocioso si no dispone de nuevos clientes del mismo sector.

Por tanto, a la vista de los resultados ofrecidos por las variables relacionadas con la tecnología y la especialización del auditor, podemos concluir diciendo que cuanto mayor es el conocimiento o la habilidad técnica de la firma de auditoría mayor es la probabilidad de que el informe de auditoría sea favorable. Una explicación que podríamos aportar ante esta evidencia es que el mayor conocimiento del auditor puede estar relacionado con una mayor capacidad para conocer los riesgos y peculiaridades del negocio del cliente, lo que puede derivar en una mayor comprensión de determinadas prácticas o procedimientos contables específicos del

cliente que un auditor menos experto consideraría al margen de la normativa básica contable.

Si nos centramos ahora en los subrogados de la independencia del auditor, podemos apreciar que todas muestran resultados significativos aunque las variables relacionadas con la duración del contrato y la variación de la cartera de clientes muestran el signo opuesto al esperado. Comenzando por la variable representativa de la imagen de marca, *NMARCA*, se puede apreciar que las empresas que son auditadas por firmas pertenecientes a las grandes firmas internacionales tienen una probabilidad mayor de recibir un informe cualificado que las empresas auditadas por firmas nacionales y auditores independientes. Esto apoya los resultados obtenidos por trabajos anteriores, es decir, que las firmas con nombre de marca intentan proteger su inversión en reputación actuando de forma más independiente que el resto de las firmas. Por ello, ante la detección de errores en los estados contables de sus clientes tienen un mayor incentivo a divulgarlos para evitar dañar su reputación de ser descubiertos ofreciendo tratamientos más favorables a sus clientes de los que realmente merecen.

Con respecto a la variable *TIEMPO*, habíamos argumentado que cuanto más extensa fuera la duración del contrato más dependiente podría ser el auditor de su cliente, y esto podría ser por simple acomodo o por el deseo de proteger el conocimiento específico que ha ido adquiriendo en el negocio de su cliente. En cambio, los resultados muestran evidencias en sentido opuesto, es decir, la duración del contrato está significativamente relacionada con la probabilidad de obtener informes cualificados pero de forma positiva, cuanto mayor es el tiempo que el auditor lleva auditando la empresa, más probabilidad hay de que se emitan informes no limpios. Es decir, la conclusión que se puede derivar de este resultado es que la experiencia del auditor en el negocio de su cliente aumenta su capacidad de detección de errores, por lo que se estaría apoyando la teoría que asume la existencia de una curva de aprendizaje que aumenta en función de la duración del contrato (Simon y Francis, 1988; Elitzur y Falk, 1996; Arruñada y Paz-Ares, 1997).

La variable *CONSER* no sólo va acompañada del signo esperado sino que, además, muestra diferencias significativas en relación con la probabilidad de emitir informes no limpios. Este resultado era previsible dado que los auditores más conservadores son aquéllos que firman un alto porcentaje de informes adversos, por lo que son los que tienen más probabilidades de emitir informes de este tipo. Lo positivo de este dato es que este atributo de la calidad de la auditoría puede ser fácilmente identificado por las empresas y pueden tenerlo en cuenta en su toma de decisiones sobre la retención o cambio de auditor.

El tamaño del cliente, *TAMCLIENTE*, presenta el signo esperado lo que indica que al aumentar el peso del cliente en la cartera del auditor más probable es que obtenga un informe favorable. Es una medida de la dependencia que el auditor tiene de los recursos que recibe de su cliente, ya que si son importantes, se puede plantear omitir la divulgación de determinados errores detectados en la información contable del cliente ante el temor de perder las rentas que de él recibe. Además, la relación es estadísticamente significativa, por lo que podemos afirmar que en el proceso de decisión del auditor sobre la opinión que debe emitir una vez ha recopilado y analizado la evidencia obtenida en su trabajo está presente el peso relativo de las rentas que obtiene de ese cliente. Así, cuanto mayor sea el peso de dicho cliente en la cartera del auditor, menos probabilidad hay de que la opinión emitida sea calificada.

También *TAMAUDITOR* ofrece el signo esperado y es estadísticamente significativa, aunque sólo a un nivel del 10%. Esto significa que las empresas que son auditadas por firmas de gran dimensión tienen mayor probabilidad de recibir un informe no limpio que si el auditor es pequeño. Esto pone de manifiesto la importancia de la reputación cuando el auditor decide el tipo de opinión a emitir. Un auditor de gran tamaño tiene más que perder de ser descubierto actuando oportunistamente que un auditor de menor dimensión, ya que el volumen de rentas que perdería del resto de clientes es considerablemente superior al que dejaría de obtener de uno solo de sus clientes al que le ha negado un tratamiento más favorable que el que merece. Para un auditor de menor dimensión la pérdida de uno sólo de sus clientes es lo suficientemente importante como para que el riesgo de ser descubierto no le disuada de actuar a favor de la retención de su cliente. Así, auditores de gran tamaño son más independientes que los de menor tamaño por lo que emiten con más probabilidad informes cualificados.

La última variable relacionada con la calidad de la auditoría *VARCLIENTE*, que representa una medida de la independencia del auditor en función del aumento o disminución de su cartera, no muestra resultados estadísticamente significativos. Además, el signo que la acompaña no es el previsto, ya que habíamos supuesto que al aumentar la cartera de clientes del auditor, habría más probabilidad de que aumentara su independencia por lo que tendría que aumentar la probabilidad de que los informes fueran cualificados, obteniéndose una relación opuesta a la esperada.

Por último, la variable de control *PROBOPINION* muestra los resultados esperados, es decir, la probabilidad de que una empresa reciba un informe de auditoría no limpio depende de que la información contable emitida así lo merezca. Siendo esta relación estadísticamente significativa.

A la vista de estos resultados, podemos concluir diciendo que la probabilidad de obtener un informe de auditoría no limpio depende de la probabilidad de que los estados contables merezcan esa opinión, pero también de una serie de características asociadas a la calidad del servicio de auditoría contratado. Así, la probabilidad de obtener informes favorables es mayor cuando el auditor desarrolla un nivel tecnológico alto, está especializado en el sector de actividad de la empresa, lleva poco tiempo auditando a la empresa, no pertenece a las grandes firmas internacionales de auditoría, es de pequeña dimensión, su actitud hacia las prácticas contables de la empresa se puede calificar de liberal y se enfrenta a un cliente de gran peso en su cartera.

4.7. CONCLUSIONES

El objetivo de este capítulo ha sido determinar si la calidad de la auditoría, y más concretamente, si una serie de subrogados de la misma, están relacionados con la recepción de opiniones no limpias. La existencia de esta relación es el requisito fundamental para abordar el estudio de un comportamiento estratégico del cliente basado en la calidad percibida en el auditor. Si el cliente no asocia que la probabilidad de recibir un informe de auditoría cualificado depende de los atributos del auditor, no se planteará buscar auditores de menor calidad cuando necesite obtener informes de auditoría más favorables.

Una vez planteada la hipótesis, hemos justificado las diferentes medidas de la calidad y su posible relación con la opinión de auditoría, poniendo de manifiesto la necesidad de utilizar varias medidas de la calidad para poder determinar cuáles están más relacionadas con la opinión que finalmente emite el auditor. No obstante, antes de proceder al contraste de la hipótesis tuvimos que buscar respuesta a dos cuestiones: ¿Tienen las firmas de auditoría distinta tendencia a emitir informes cualificados? ¿Existe diferencia en los atributos de la calidad entre las distintas firmas de auditoría?

Los resultados ofrecidos por la muestra han permitido concluir, por un lado, que sí existen diferencias entre el porcentaje de informes cualificados emitidos por las firmas y, por otro, que las medidas de la calidad que hemos definido nos permiten diferenciar a los auditores. Por tanto, podemos decir que un cambio de auditor puede derivar en una variación en la probabilidad de recibir informes de auditoría cualificados y que las firmas están ofreciendo un servicio que desde el punto de vista de sus clientes está diferenciado por la calidad. A partir de esta información, la contrastación de la hipótesis sobre la existencia de relación entre la probabilidad

de recibir informes de auditoría cualificados y la calidad del auditor está convenientemente fundamentada.

En el análisis univariante incluimos, como medidas del conocimiento del auditor, dos variables dummy relacionadas con los niveles de tecnología ofrecidos y dos variables representativas de la especialización en el sector de actividad del cliente; y como medidas de la independencia, dos variables relacionadas con la actitud conservadora, otras dos representativas del tamaño del auditor, y otras tres medidas relacionadas respectivamente con la imagen de marca, el tamaño del cliente y la duración del contrato de auditoría. Los resultados que esperábamos eran que cuanto mayor fuera el conocimiento y la independencia del auditor mayor sería la probabilidad de recibir un informe de auditoría cualificado. Y los resultados finalmente obtenidos han apoyado en buena medida esta hipótesis, ya que todas las variables han resultado estar relacionadas individualmente con la variable dependiente, excepto la variable representativa de altos niveles de tecnología y una de las medidas de la especialización.

Además, cabe también destacar que la variable relacionada con la variación de la cartera de clientes y la otra medida de la especialización ofrecieron el signo opuesto al esperado. Es decir, cuanto más aumenta la cartera de clientes o más especializado es el auditor en el sector de actividad del cliente menor es la probabilidad de recibir informes de auditoría cualificados. La explicación más sencilla a estos resultados es que quizá los subrogados utilizados podrían ser inadecuados, pero otra causa que podríamos mencionar es que las relaciones entre los subrogados y la probabilidad de emitir informes de auditoría cualificados no sea tan lineal como la hemos definido, pudiéndose dar el caso de que altos niveles de conocimiento llevasen asociados altos grados de dependencia. Esta segunda explicación ha hecho necesaria la contrastación a nivel multivariante de nuestro modelo para determinar el efecto conjunto de las variables explicativas sobre la dependiente.

Para ello, previamente se han eliminado aquellas variables que estuvieran altamente correlacionadas con otras, no debemos olvidar que en algunos casos teníamos dos medidas distintas del mismo atributo. A continuación hemos incluido una nueva variable no relacionada con la calidad del auditor sino con la probabilidad de que los estados financieros merecieran un informe de auditoría cualificado. De esta forma, hemos pretendido que las variables representativas de la calidad del auditor capturasen aquella parte de la variable dependiente que no fuese explicada por esta variable de control. Es decir, se ha tratado de ver si las medidas de la calidad consiguen explicar a pesar de la inclusión de la probabilidad de merecer un informe cualificado basada en la situación económico-financiera, ya que de no ser así podríamos concluir que la recepción de una opinión cualificada depende de la probabilidad de recibirla independientemente de la calidad del auditor contratado.

Los resultados obtenidos han puesto de manifiesto que, excepto dos de las variables (el nivel medio de la tecnología y la variación de la cartera de clientes), el resto son significativas a pesar de la variable de control, por lo que la obtención de una opinión cualificada depende de la calidad del auditor, además de la calidad de la información contable divulgada. Cabe decir también que todas las variables relacionadas con la independencia del auditor, excepto la duración del contrato, han ofrecido los resultados esperados, es decir, a mayor independencia mayor probabilidad de emitir un informe de auditoría cualificado. En cambio, las variables del conocimiento han mostrado el signo opuesto al pronosticado, es decir, parece que cuanto mayor es el conocimiento del auditor menor es la probabilidad de que emita opiniones no limpias. Esto nos permitiría confirmar que el conocimiento y los activos necesarios para desarrollarlo llevan asociados una gran carga de dependencia del cliente. Por tanto, podemos concluir que la calidad del auditor está relacionada con el tipo de opinión a recibir, por lo que cambios hacia auditores de distinta calidad provocarán, en un número considerable de ocasiones, una variación en la probabilidad de recibir informes de auditoría cualificados. Las empresas que quieren mejorar su opinión de auditoría en el futuro podrán utilizar cambios hacia auditores de menor calidad, especialmente menos independientes, para conseguir sus objetivos sin tener que mejorar la calidad de su información contable.

Esta conclusión es la que nos permite comenzar con el análisis de las tres fases del comportamiento estratégico del cliente, ya que sin esta evidencia, no podríamos sustentar la necesidad de cambiar de auditor para obtener mejores informes de auditoría en el futuro, si con este mecanismo el cliente no consigue los objetivos propuestos.

CAPÍTULO QUINTO

ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA EXISTENCIA DE CAMBIOS ESTRATÉGICOS DE AUDITOR

5.1. INTRODUCCIÓN

Una vez que han sido expuestos en el capítulo tercero los fundamentos teóricos en los que se basa el cambio estratégico de auditor y se han contrastado empíricamente en el capítulo anterior la factibilidad de su realización, en lo que sigue pretendemos ofrecer evidencias empíricas sobre la existencia de dicho cambio desde la perspectiva de la calidad del servicio de la auditoría.

Como ha sido expuesto en los capítulos anteriores, el efecto que produce la opinión del auditor sobre la decisión de cambio de firma auditora del cliente es complejo de determinar. Esta decisión del cliente se va a fraguando paralelamente a una serie de contactos que se realizan entre él y su auditor, y que nosotros hemos denominado proceso de negociación. Dado que los únicos aspectos de este proceso que resultan observables por terceros son la opinión que finalmente emite el auditor y la existencia o no de cambio efectivo de auditor que realiza posteriormente el cliente, nuestro estudio debe arrancar necesariamente a partir de la terminación del proceso de negociación. Esto implica que todos los factores que necesariamente habrán afectado tanto a la decisión del auditor sobre la opinión como a la del cliente sobre el cambio quedan apartados de nuestro análisis a causa de su inobservabilidad.

Una vez contrastada la relación entre la calidad del auditor y el informe que recibe la empresa somos capaces de llevar a cabo el estudio de las tres fases del comportamiento estratégico, ya que ha quedado demostrado que cambiar hacia auditores de menor calidad disminuye la probabilidad de obtener un informe de auditoría no limpio. Es por ello, por lo que en adelante nuestro estudio se debe cen-

trar en las tres fases del cambio estratégico de auditor señaladas en el capítulo tercero. Estas fases, que se determinan a partir de una serie de elementos que sí son observables, son la relación entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor, la dirección del cambio y la mejora de opinión. El tipo de opinión obtenida, la existencia o no de cambio y la opinión del año siguiente serán analizados junto con determinadas medidas de la calidad de la auditoría, para conocer, en primer lugar, si el informe de auditoría es un inductor del cambio de auditor, en segundo lugar, si el cliente desarrolla comportamientos estratégicos tendentes a la mejora de la opinión de auditoría y, finalmente, si dichos comportamientos llevan ciertamente a la mejora de la opinión futura. Las dos primeras cuestiones serán abordadas en el presente capítulo mientras que la tercera será analizada en el capítulo sexto, de esta forma separaremos la contrastación de la existencia del cambio estratégico de auditor de la demostración empírica de su éxito, ya que el interés en esta última dependerá de los resultados obtenidos de la contrastación de las hipótesis anteriores.

Por tanto, dentro de este capítulo intentaremos determinar si existe relación entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor, es decir, si las empresas que reciben informes de auditoría no limpios tienen una mayor tendencia que el resto a cesar al auditor que ha otorgado dicha opinión y encargar el trabajo de la auditoría a otro profesional. Este análisis dará lugar a la primera de las hipótesis a contrastar en este capítulo. La segunda hipótesis estará relacionada con la existencia de un comportamiento diferente en las empresas que cambian de auditor tras obtener un informe cualificado, y que surge como parte de la estrategia diseñada por el cliente para mejorar su opinión en el futuro.

5.2. ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE EL TIPO DE OPINIÓN RECIBIDA Y EL CAMBIO DE AUDITOR

5.2.1. Descripción de hipótesis

Una vez ha sido demostrado que es eficiente cambiar hacia auditores de menor calidad como mecanismo para mejorar la opinión, el siguiente paso sería analizar la existencia de asociación entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor. El objetivo de este estudio es analizar si realmente las empresas que obtienen informes de auditoría cualificados cambian de auditor con más frecuencia que las empresas que han obtenido informes de auditoría limpios. Como argumentamos en el capítulo segundo, si asumimos que el cliente se comporta de forma racional intentará minimizar los costes derivados de la percepción que los terceros tengan de la gestión que realiza en la empresa. Así, ante la recepción de un informe de auditoría

cualificado que pone en duda la calidad de su gestión, se puede plantear asumir los costes de cambiar al auditor que le ha otorgado dicha opinión con la intención de contratar una nueva firma de auditoría de la que esperar un informe favorable. Dado que, como dijimos en su momento, el cambio de auditor lleva asociados una serie de costes, se tratará de que el cliente compare los costes derivados de la obtención de una nueva opinión no deseada con los producidos por un cambio de auditor. Si los primeros son mayores que los segundos, el cliente cambiará de auditor, mientras que en el caso contrario, mantendrá a su auditor actual y asumirá los costes de una nueva opinión adversa.

Como indicamos en el capítulo anterior, existen trabajos previos que aportan evidencias que ponen de manifiesto que la decisión de cambio de auditor no es independiente de la opinión de auditoría recibida (Chow y Rice, 1982; Craswell, 1988, Krishnan y Stephens, 1995; Krishnan et al, 1996; Lennox, 2000). En el ámbito nacional destacábamos dos trabajos que habían contrastado esta hipótesis, el realizado por Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) y el de Sánchez Segura (2003). No obstante, sus resultados no pueden ser extrapolados a nuestro estudio aunque proceden de la misma población, ya que ni el período temporal ni los criterios para seleccionar la muestra coinciden ⁶⁸. En el primero de estos trabajos se obtuvieron evidencias de dependencia entre las dos variables a estudio, en cambio, en el segundo, si bien el porcentaje de cambios es mayor en empresas que reciben informes de auditoría cualificados, la relación no resultó estadísticamente significativa ⁶⁹.

Por tanto, es necesario llevar a cabo el contraste de esta hipótesis considerando un período temporal más amplio y observando una metodología similar a la aplicada en trabajos anteriores para determinar si existe esa dependencia, ya anticipada por Sánchez Segura (2003) en el ámbito nacional. Además, el contraste de esta hipótesis es de sumo interés para el resto del estudio, ya que nos va a permitir determinar si realmente las empresas que se encuentran con un informe no limpio están más interesadas en realizar cambios de auditor que el resto, porque eso daría sentido al estudio posterior de una estrategia encaminada a evitar futuros informes de auditoría cualificados. Por tanto, la segunda hipótesis a contrastar se enuncia en su forma nula como sigue:

H2: Las empresas que obtienen una opinión no limpia no cambian con mayor frecuencia de auditor que las que reciben una opinión limpia

⁶⁸ Sánchez Segura (2003) utiliza 1.100 empresas españolas que poseen información completa para los cinco años comprendidos entre 1991 y 1995. La muestra contiene empresas financieras y no financieras y cuentas anuales consolidadas e individuales. En el trabajo de Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) la muestra está constituida por 753 empresas españolas financieras y no financieras, controladas durante los años 1991 a 1996, los estados contables considerados son siempre individuales.

⁶⁹ Esta diferencia, como apuntábamos, puede deberse a la distinta forma de confeccionar la tabla de contingencia que sirve de base al contraste de esta hipótesis.

Si esta hipótesis es aceptada, concluiremos que las empresas que reciben informes de auditoría cualificados no tienen una mayor propensión a cambiar de auditor que el resto de empresas, o lo que es lo mismo, la tendencia al cambio de las empresas es independiente del tipo de informe de auditoría que reciban. Esto no quiere decir que la opinión de auditoría no sea un inductor al cambio, puesto que pueden existir otros inductores que estén actuando sobre la muestra, de forma que ésta recoja muchos cambios de auditor que no vienen provocados por la opinión. Es decir, la presencia de otros inductores afectando a las compañías que obtienen informes limpios estaría enmascarando los cambios realizados a causa de la opinión, ya que nos encontraríamos que la tendencia al cambio no sería estadísticamente diferente entre ambos grupos (informes de auditoría precedentes limpios/no limpios). Pero, si se demuestra que las empresas que obtienen informes de auditoría cualificados cambian más frecuentemente de auditor, es decir, si se rechaza la hipótesis, sí que podemos afirmar que la opinión de auditoría es un inductor del cambio, ya que suponiendo que el resto de inductores actuaran con la misma intensidad en empresas con y sin cualificaciones, las primeras estarían mostrando una tendencia al cambio tan evidente que estaría poniéndose de manifiesto pese a la existencia de otros inductores.

Rechazar esta hipótesis, por tanto, nos permite concluir que para las empresas que reciben un informe de auditoría cualificado los costes del cambio de auditor no son un obstáculo tan importante cuando se trata de evitar que se reciban nuevas opiniones no deseadas. Por tanto, este contraste nos permitirá determinar qué empresas pueden cambiar de auditor siguiendo una estrategia encaminada a evitar futuras opiniones adversas y qué empresas cambian por otros motivos. Esto es interesante para el desarrollo de nuestro trabajo porque si no tenemos la precaución de separar de entre todas las empresas que realizan un cambio de auditor aquellas que lo hagan influidas por la obtención de un informe cualificado, estaremos asumiendo que todas las empresas que cambian lo hacen como mecanismo que les lleve a mejorar la opinión futura obviándose así el efecto que otros factores hayan podido tener sobre esos cambios. Es decir, si no separamos aquellas empresas que cambiaron para aumentar la probabilidad de obtener un informe de auditoría más favorable de las que lo hicieron por otros motivos, difícilmente podremos analizar posteriormente si realmente las primeras han conseguido su propósito.

5.2.2. Método para el contraste de hipótesis

Para la contrastación de esta hipótesis vamos a emplear la misma metodología que aparece en los estudios mencionados anteriormente que han analizado la relación entre estas dos variables. Se trata de una tabla de contingencia mediante la

cual se crean dos grupos de datos clasificados en un doble sentido (opinión limpia/no limpia, por un lado; y cambio/no cambio, por otro). Estas tablas presentan la forma 2x2, ya que aparecen dos categorías por cada variable, de forma que en cada celda se anota la frecuencia de una variable para cada una de las dos categorías en que se divide la otra variable. Basándonos igualmente en los trabajos anteriores, para valorar el grado de relación existente entre estas dos variables vamos a emplear el test de independencia χ^2 de Pearson, el cual resulta apropiado para determinar relaciones entre variables cualitativas de escala ordinal o nominal, es decir, aquéllas cuyas categorías sólo indican orden o distinción. Este test consiste en la comparación entre las frecuencias realmente obtenidas, que son los valores de cada dimensión de la variable, y las frecuencias teóricas o normales, que serían las que corresponden a cada categoría de la tabla si su valor siguiese cualquier norma teórica adoptada.

Para el análisis que nos ocupa, y dado que la aplicación de este test parte de la hipótesis nula de independencia entre las variables, los casos contemplados, dependiendo de las dimensiones en las que se dividan las variables, resultarán con igual probabilidad de ocurrencia. El valor del χ^2 experimental de una tabla de contingencia es igual a la suma de los cuadrados de la diferencia entre las frecuencias realmente obtenidas y las frecuencias normales, divididas por su correspondiente frecuencia normal. Esta expresión trata de comprobar si las frecuencias observadas difieren significativamente o no de las frecuencias teóricas que debieran darse si la hipótesis de independencia entre variables fuera cierta.

Analíticamente, el valor del χ^2 experimental se calcula de la siguiente forma:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

donde: O_{ij} es la frecuencia observada,

E_{ij} es la frecuencia esperada,

m es el número de filas, y

n es el número de columnas.

Puesto que la tabla de contingencia que debemos crear es de la forma 2x2, sus grados de libertad serán $(m-1) \times (n-1)$, que es igual a 1, siendo el nivel de confianza que vamos a exigir del 95%. Para este nivel de significación y estos grados de libertad, la ley de probabilidad toma un valor de 3,84, por lo que el valor de la χ^2 expe-

rimental deberá ser menor que este valor para que se acepte la independencia de las variables a estudio.

5.2.3. Definición de variables

Para contrastar esta hipótesis vamos a determinar si existe relación entre dos variables: la opinión de auditoría recibida por la empresa (*OPINION*) y el cambio de auditor (*CAMBIO*). La primera de ellas es una variable categórica que tomará valor 1 cuando el informe de auditoría sea no limpio (es decir, opinión con salvedades, opinión desfavorable o denegación de opinión) y 0 cuando el informe sea limpio. Para determinar el valor de esta variable se consultará la opinión contenida en los informes de auditoría que acompañen a las cuentas anuales divulgadas por las empresas.

Por su parte, la variable cambio de auditor es también categórica y tomará valor 1 cuando la empresa cambie de auditor a continuación de conocer el informe de auditoría y 0 en el caso contrario. Para ello, hemos buscado los firmantes de los informes de auditoría que acompañen a las cuentas anuales de las empresas durante el horizonte temporal que contempla este trabajo. Hemos considerado que existe cambio cuando la nueva firma no tiene ninguna relación con la anterior, es decir, hemos eliminado aquellos cambios que se han producido cuando un auditor individual ha dejado de trabajar como tal y ha entrado a formar parte de otra firma de auditoría llevándose a sus clientes, también hemos eliminado los cambios producidos por fusión de las firmas de auditoría, y los producidos por cambios de denominación de las firmas o profesionales independientes.

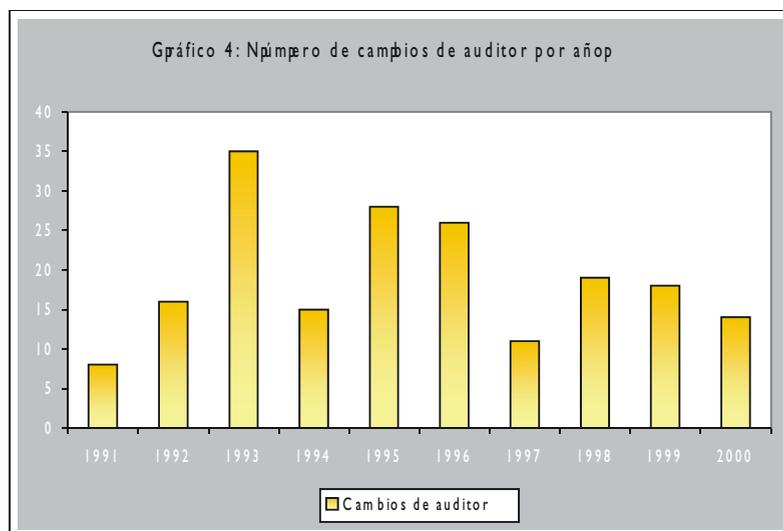
5.2.4. Descripción de la muestra

Partiendo de la muestra considerada para el contraste de la hipótesis anterior, es decir, 4.235 observaciones de empresas contenidas en la base de datos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, que presentan las cuentas anuales según el modelo básico del Plan General de Contabilidad, hemos contabilizado 190 cambios de auditor. Es decir, de las 691 empresas a las que se les ha hecho el seguimiento de los firmantes de su informe, 121 cambian una vez durante los once años considerados, 28 cambian dos veces, 3 cambian tres veces y hay una empresa que realiza cuatro cambios de auditor. Con respecto al número de cambios de auditor por año, los resultados se muestran en la tabla siguiente:

TABLA 10: Número de Cambios de auditor por año

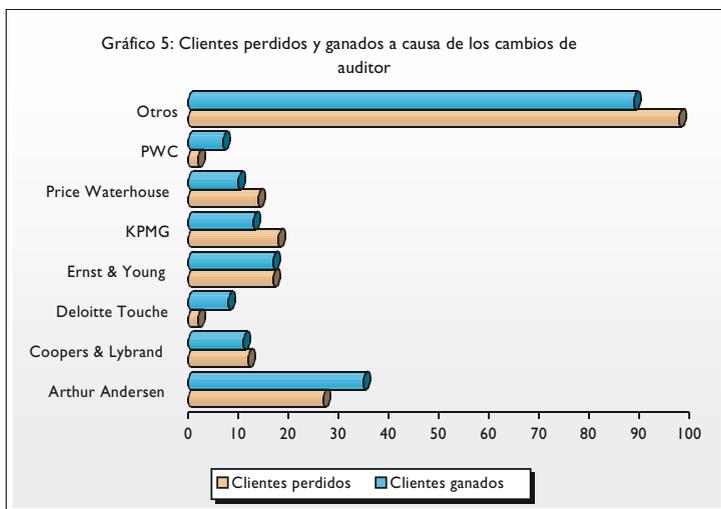
AÑO	NÚMERO DE EMPRESAS	NÚMERO DE CAMBIOS	PORCENTAJE DE CAMBIOS POR AÑO
1991 ⁷⁰	504	8	1,5 %
1992	426	16	3,8 %
1993	397	35	8,8 %
1994	347	15	4,3 %
1995	359	28	7,8 %
1996	346	26	7,5 %
1997	342	11	3,2 %
1998	339	19	5,6 %
1999	322	18	5,6 %
2000	307	14	4,6 %
TOTAL	3.689	190	5,2 %

Como podemos ver, la tendencia al cambio de las empresas españolas que constituyen nuestra muestra es bastante similar a los datos aportados por otros estudios. Así, Chow y Rice (1982) obtuvieron un porcentaje de cambio del 4,4% en su muestra, Krishnan y Stephens (1995) un 6,5% y en el trabajo de Krishnan et al (1996) se detecta una tasa del 6,2% de cambios. En el gráfico siguiente se muestra más claramente la evolución de los cambios por año.



⁷⁰ Dado que no disponíamos de los informes de auditoría del año 1989, no hemos podido determinar la existencia de cambios en el año 1990.

Con respecto a las firmas de auditoría que están implicadas en los cambios de auditor, es interesante analizar cómo ganan y pierden clientes cuando no es de forma que podríamos llamar natural, es decir, por aparición o desaparición de empresas, sino cuando la variación en la cartera se produce de forma artificial, provocada por los deseos de sus clientes. En el gráfico siguiente mostramos para cada una de ellas el número de clientes que pierden cuando son sustituidas por otras firmas mediante cambios de auditor y el número de nuevos clientes que ganan al recibirlos tras un cambio.—



Como podemos apreciar, el mayor número de intercambios de clientes se producen con la participación de las firmas y profesionales individuales que no pertenecen a las grandes firmas internacionales, concretamente son sustituidos en 98 ocasiones y contratados en 89. Arthur Andersen pierde 27 clientes, KPMG 18, uno menos Ernst & Young, Price Waterhouse pierde 14, Coopers & Lybrand 12, y por último, Deloitte Touche y PWC pierden sólo 2 clientes. Atendiendo al número de veces que las firmas internacionales son contratadas como nuevos auditores tras un cambio, Arthur Andersen es el que más veces es requerido, consiguiendo 35 nuevos clientes de esta forma, le sigue Ernst & Young con 17 clientes nuevos, KPMG con 13, Coopers & Lybrand con 11, Price Waterhouse con 10, Deloitte Touche con 8 y, finalmente, PWC con 7.—

5.2.5. Análisis de los resultados

En la siguiente tabla de contingencia se cruzan la opinión de auditoría y el cambio de auditor. Con el objeto de facilitar la comparación, presentamos las observa-

ciones teóricas o esperadas (E_{ij}) junto con las reales u observadas (O_{ij}) derivadas de la muestra, asumiendo la independencia de la relación sometida a estudio.

Tabla II: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Cambio de auditor

		CAMBIO DE AUDITOR		TOTAL
		NO CAMBIO	CAMBIO	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =2.946 E ₁₁ =2.926,5 (96,1%)	O ₁₂ =118 E ₁₂ =137,5 (3,9)	3.064 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =1.099 E ₂₁ =1.118,5 (93,9%)	O ₂₂ =72 E ₂₂ =52,5 (6,1%)	1.171 (100%)
TOTAL		4.045 (95,5%)	190 (4,5%)	4.235 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 10,435 ($p=0,001$)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

De los resultados obtenidos de la tabla podemos destacar que el comportamiento de las variables sometidas a estudio es, como esperábamos, dependiente. Es decir, el comportamiento de las empresas ante la decisión de cambiar o mantener al auditor es diferente en función de la opinión recibida del auditor sobre sus cuentas anuales. Como vemos, mientras un 3,9% de empresas que reciben un informe de auditoría limpio cambia de auditor, el porcentaje de empresas que toman esta decisión tras recibir un informe de auditoría cualificado es mayor, concretamente el 6,1%. Lo cual pone de manifiesto una mayor necesidad de cambiar de auditor en las empresas que reciben un informe de auditoría no limpio. Esta relación es avalada por los resultados obtenidos del test χ^2 de Pearson, el cual rechaza la hipótesis de independencia entre las dos variables.

A partir de la tabla anterior podemos, además, extraer información sobre el modelo de comportamiento seguido por las empresas de la muestra en función del tipo de opinión recibida. En primer lugar, en el primer cuadrante nos encontramos con 2.946 observaciones de empresas que obtuvieron informes de auditoría limpios y no cambiaron a continuación de auditor. Al recibir un informe favorable, las empresas que han actuado de esta forma no tienen interés en cambiar de auditor para mejorar la opinión a recibir en el ejercicio siguiente, por tanto, no van a ser aquéllas de interés para nuestro estudio dado que no van a tener incentivo en realizar cambios estratégicos de auditor como los definidos anteriormente.

Las 118 observaciones contenidas en el segundo cuadrante tampoco serían de interés porque aunque incluyen decisiones de cambio de auditor, éstas se producen tras informes de auditoría limpios, lo cual nos induce a pensar que el inductor del cambio ha sido cualquier otro distinto de la opinión de auditoría. Otro motivo que puede explicar este modelo de comportamiento es que el cliente haya podido anticipar que la opinión que el auditor actual va a emitir en el ejercicio siguiente va a ser no limpia y, para evitarlo, ha cambiado a otro auditor. No obstante, carecemos de medios observables para poder identificar las empresas que hayan realizado un cambio de auditor con esta intención, por lo que no podremos considerarlas dentro del grupo de empresas que cambian estratégicamente.

El tercer modelo de comportamiento estaría formado por 1.099 observaciones de empresas que obtienen informes no limpios y toman la decisión de no cambiar de auditor. Hay distintas situaciones o circunstancias que pueden explicar que una empresa se comporte de esta forma ante la recepción de una opinión cualificada. En primer lugar, las empresas que han obtenido un informe no limpio pueden haber sopesado los costes asociados a la recepción de una opinión adversa y los costes derivados de un cambio de auditor, y han obtenido que estos últimos son superiores a los primeros, por lo que, con la intención de minimizar costes, han decidido mantener al mismo auditor, asumiendo el riesgo de que dicha firma auditora emita futuras opiniones adversas. Otra razón que puede justificar esta actitud es que la cualificación recibida no sea excesivamente importante, de hecho el gerente podría haber cambiado sus cuentas anuales para evitarla, pero no lo hace para dar más credibilidad a la información contable de la empresa y a su relación con el auditor (Melumad y Ziv, 1997). Por último, y según Teoh (1992), esta retención del auditor pese a la opinión recibida puede deberse a que el gerente espera una opinión limpia de dicho auditor en el ejercicio siguiente, o bien al efecto contrario, a que su información es tan deficiente que sabe que cualquier otro auditor que pudiera contratar emitiría igualmente un informe cualificado. Lo único observable de este comportamiento es que estas empresas no tienen incentivo a cambiar de auditor, por lo que tampoco son de interés para nuestro estudio.

El último grupo estaría formado por aquellas observaciones de empresas que reciben un informe cualificado y realizan un cambio de auditor a continuación. Son 72 cambios los efectuados tras una opinión no limpia, luego son éstos los que constituirán en adelante el objeto de nuestro estudio porque, si presumimos un comportamiento racional en el cliente, son aquellos casos en los que el coste de cambiar de auditor es menor que el de recibir un informe cualificado, por lo que podemos suponer que este cambio ha sido el resultado del deseo del cliente de evitar este coste en el futuro.

En principio, podríamos decir, una vez observados los resultados obtenidos a partir del contraste de esta hipótesis, que las empresas que reciben informes de auditoría realizan cambios de auditor con más frecuencia dado que ya conocen la actitud de su auditor ante la calidad de sus estados contables y ésta no le es favorable. Si espera que su información contable no varíe su calidad en ejercicios siguientes, la opinión de su auditor será la misma que la ya recibida, por lo que la única opción para obtener un informe de auditoría más favorable en el futuro será probar con otro auditor. En estas circunstancias, realizar un cambio de auditor siempre aumentará sus posibilidades de conseguir una opinión limpia, ya que su auditor ante una situación similar, tenderá a emitir el mismo tipo de informe.

Pero conectando estos resultados con los obtenidos en la primera hipótesis, podemos decir que una vez demostrado que las opiniones de auditoría pueden venir explicadas en buena parte por la calidad del auditor, esta información puede influir en el cliente que, ante la posibilidad de volver a recibir informes cualificados, realizará cambios de auditor pero teniendo presente las características que debe poseer la nueva firma para que la garantía de obtener informes no limpios sea minimizada. Es decir, el sólo cambio de auditor puede llevar a la mejora de la opinión por sí mismo, pero un cambio teniendo en cuenta la calidad del auditor puede hacer aumentar la probabilidad de éxito. Esta intencionalidad del cambio será analizada mediante el contraste de la siguiente hipótesis.

5.3. ESTUDIO EMPÍRICO DE LA RELACIÓN ENTRE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA Y LA DIRECCIÓN DEL CAMBIO DE AUDITOR

5.3.1. Formulación de la hipótesis

Una vez abordado el estudio de la primera fase del modelo de comportamiento de la empresa ante la obtención de opiniones cualificadas, en este apartado tratamos de adentrarnos en la segunda fase, por lo que la cuestión a la que pretendemos dar respuesta es si las empresas que cambian de auditor después de obtener un informe de auditoría adverso eligen auditores con características distintas al resto de empresas que cambian tras opiniones limpias. Una vez que ha quedado demostrado que las firmas de auditoría ofrecen niveles distintos de calidad y que ésta está relacionada con el tipo de opinión emitida por el auditor, es decir, que puede resultar provechoso cambiar hacia auditores de menor calidad para actuar sobre la probabilidad de obtener informes no limpios, esta tercera hipótesis

trataría de contrastar si realmente las empresas que reciben informes cualificados están llevando a cabo cambios intencionados hacia auditores de menor calidad.

Como hemos visto, las evidencias empíricas previas ponen de manifiesto resultados contradictorios. La especialización del auditor, como subrogado del conocimiento y capacidades técnicas en el sector de actividad de la empresa, resulta ser una característica del auditor que es variada de forma significativamente diferente en función del tipo de informe de auditoría que precede al cambio. Así, Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000) muestran que las empresas que cambian de auditor tras obtener un informe de auditoría cualificado tienden a contratar auditores menos especializados en su sector de actividad. El tamaño del auditor, medida de la independencia percibida de éste, aparece igualmente como una característica del auditor sobre la que se actúa de forma significativa tras obtener un informe de auditoría cualificado, si atendemos a los resultados mostrados en el trabajo anterior, en cambio, en el trabajo de Johnson y Lys (1990) no demuestra tener un comportamiento diferente en función de la opinión precedente. Igual ocurre con la actitud conservadora o propensión a cualificar de los auditores, que resulta ser objeto de reducción de forma significativa en los cambios precedidos por opiniones adversas, según obtienen Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo (2000), mientras que Chow y Rice (1982) y Sánchez Segura (1999) no encuentran relación entre la disminución de esta característica y la opinión precedente.

Debido a que estos trabajos no arrojan resultados concluyentes, es necesario realizar dicho análisis antes de avanzar en el estudio del éxito del comportamiento estratégico del cliente. Para ello, partiremos de la base de que los clientes que reciben informes cualificados y desean cambiar de auditor para evitar que dicha opinión se repita en el futuro elegirán cuidadosamente las características del nuevo auditor para que vayan en línea con sus objetivos. Si el cliente es capaz de percibir que auditores de alta calidad emiten informes favorables con menor probabilidad, buscarán auditores que ofrezcan servicios de menor calidad. Si esperamos que la elección de auditores de menor calidad tras el cambio sea la tendencia mayoritariamente observada en cambios precedidos por informes limpios, ya que en este caso las características del nuevo auditor se verán alteradas en función de otro tipo de objetivos, la comparación entre estos dos grupos de empresas nos permitirán contrastar la tercera hipótesis:

H3: Las empresas que cambian de auditor tras recibir un informe de auditoría cualificado no eligen auditores de menor calidad

Para contrastar esta hipótesis necesitamos, aparte de la muestra formada por las empresas que cambian tras recibir una opinión cualificada, que será nuestra muestra experimental, un grupo de control que estará formado por las empresas

que cambian de auditor pero tras haber obtenido un informe de auditoría limpio. A estas empresas se les supone que el inductor al cambio habrá sido cualquier otro que el deseo de mejorar la opinión en ejercicios futuros, por ejemplo, cambio en las características económico-financieras, cambio en la gerencia, variación en los costes de agencia, deseos de ahorrar costes de auditoría, etc. Por ello, esperamos que la dirección del cambio tendrá unas características distintas a las que resulten de cambios realizados con la intención de disminuir la probabilidad de que se repita un informe no deseado. Por tanto, la comparación entre el grupo objeto de nuestro estudio, es decir, aquellas empresas que cambian tras obtener un informe cualificado, y el grupo formado por aquellas empresas que cambian tras un informe limpio tiene que servirnos para valorar si la actitud del cliente en ambos casos es significativamente distinta. En tal caso, podremos concluir que las empresas que obtienen un informe de auditoría cualificado seleccionan intencionadamente auditores de menor calidad para obtener opiniones limpias en ejercicios futuros, siendo éste el efecto de su comportamiento estratégico.

Para comparar la existencia de diferencias significativas en la selección de las características del nuevo auditor, vamos a cruzar la variable tipo de opinión antes del cambio de auditor con el incremento o disminución de la calidad de la auditoría que se produzca por dicho cambio. Dado que trabajamos con varias medidas de la calidad, vamos a realizar los cruces de forma independiente para cada medida. Los resultados obtenidos serán posteriormente analizados en conjunto para determinar si existe una tendencia general a la contratación de auditores de menor calidad. De esta forma, no sólo podremos determinar si existe o no comportamiento estratégico por parte del cliente, sino también, qué aspectos de la calidad resultan elegidos cuando el cliente decide aumentar la probabilidad de recibir una opinión favorable. Hay que tener en cuenta, como se pone de manifiesto en el trabajo de Ruiz Barbadillo y Gómez Aguilar (2001), que la visibilidad de la estrategia tiene un efecto limitador bastante importante sobre la decisión de qué características tiene que tener el nuevo auditor, ya que se suele actuar sólo sobre aquellas medidas de la calidad menos visibles por los terceros interesados en la empresa.

Si la hipótesis resulta aceptada, concluiremos que las empresas que reciben informes cualificados no utilizan el cambio de auditor estratégicamente y que la elección del nuevo auditor no está motivada por deseos de actuar sobre la calidad del servicio de auditoría que están recibiendo. Si, como esperamos, la hipótesis se rechaza, se pondrá de manifiesto que las empresas que han recibido opiniones adversas conocen las ventajas que un cambio estratégico les puede deparar y utilizan este mecanismo para mejorar su opinión en el futuro. Esto nos permitirá seguir avanzando en el estudio y abordar el análisis de la tercera fase del mismo.

Antes de entrar en detalle sobre la dirección del cambio de auditor, es necesario detenernos en una apreciación sobre quién inicia el cambio de auditor. A diferencia de

normativas como la norteamericana, la española no obliga a informar sobre qué parte es la que ha iniciado la ruptura de la relación, es decir, si ha sido el cliente quien ha decidido buscar una nueva firma o ha sido el auditor el que ha roto el contrato que le ligaba a la empresa. Al no poseer esta información, no podemos determinar cuáles de los cambios contenidos en nuestra muestra han sido iniciados por el cliente y cuáles por el auditor, ya que estos últimos no sólo no son de interés para estudios como el que abordamos, sino que podrían suponer una distorsión en los resultados a obtener.

A este respecto, podemos decir que en España, debido a la presión de la competencia en el sector de la auditoría (García Benau et al, 1998) no hay constancia de que los cambios iniciados por el auditor sean muy frecuentes. No obstante, la influencia que la existencia de este tipo de cambios puede tener en este estudio está limitada por dos razones. La primera se refiere a que los cambios iniciados por el auditor no tienen que estar necesariamente precedidos por una opinión no limpia, por lo que algunos de ellos no habrán entrado en la muestra de interés para este estudio, que son las empresas que cambian tras recibir un informe de auditoría cualificado. En segundo lugar, los clientes que se encuentren en la situación de tener que elegir un nuevo auditor porque el anterior ha roto el contrato buscarán un auditor con características distintas a los que cambian para mejorar la opinión. Es decir, la calidad del nuevo auditor será semejante o incluso mejor que la del auditor anterior, por lo que la dirección del cambio de auditor será diferente a la de cambios como los sometidos a estudio en este apartado.

5.3.2. Método para el contraste de hipótesis

Como se hizo para contrastar la hipótesis anterior, vamos a utilizar tablas de contingencia dado que las variables con las que vamos a trabajar son todas categóricas. Para determinar el grado de relación de estas variables utilizaremos el test de independencia de la χ^2 de Pearson. Las variables a incluir en el modelo son *OPINION*, que es la misma que definimos para la hipótesis anterior, y cada una de las variables representativas de la dirección del cambio de auditor en cuanto a la variación que dicho cambio tiene sobre la calidad de la auditoría.

Como hemos definido distintas medidas de la calidad percibida por el cliente ⁷¹, debemos tener presente que éste, cuando elige las características del nuevo auditor, puede tomar la decisión de actuar sobre una o alguna de ellas, dejando igual o incluso mejorando el resto si eso no perjudica a sus intereses. De ahí el interés en ana-

⁷¹ La única variable que no va a formar parte de este estudio y de los siguientes es la duración del contrato del auditor, *TIEMPO*, ya que su signo siempre será el mismo.

lizar por separado el efecto que el cambio tiene sobre cada una de estas medidas, lo cual nos obligará a construir una tabla para el análisis de cada una de ellas. De esta forma, cruzaremos la variable *OPINION* con cada una de las variables representativas de la variación sufrida por las diferentes medidas de la calidad. Las variables de dirección del cambio de auditor van a tomar valor 1 cuando el nuevo auditor ofrezca un nivel de calidad menor que el ofrecido por el auditor reemplazado, en el resto de casos, es decir, que mantenga o aumente el nivel de calidad, las variables tomarán valor 0.

5.3.3. Muestra

Para contrastar esta hipótesis, vamos a contar con dos muestras, una formada por las empresas que cambian de auditor tras recibir un informe limpio y otra por las que cambian tras recibir un informe cualificado. Ambas muestras se obtuvieron como resultado del contraste de la segunda hipótesis y están reflejadas en la tabla 11 anterior. La primera de ellas es la muestra de control y consta de 118 observaciones de empresas. La segunda muestra es la considerada experimental y está formada por 72 empresas que cambiaron de auditor tras recibir un informe no limpio. Lo que pretendemos contrastar es que existe un comportamiento diferente entre estos dos grupos de empresas en cuanto a la elección de las características de calidad que debe tener el nuevo auditor. Esperamos, en general, que el grupo de control al cambiar de auditor lo haga aumentando o manteniendo la calidad de la auditoría, mientras que el grupo experimental, dado que hemos supuesto un objetivo específico en el cambio de auditor, dirija el cambio hacia auditores que oferten un menor nivel de calidad.

5.3.4. Definición de variables, contraste de hipótesis y análisis de los resultados

5.3.4.1. La dirección del cambio respecto a la especialización del auditor

La primera medida a estudiar se refiere a la especialización de la firma auditora en el sector de actividad específico de su cliente. Como hemos visto, un auditor especializado en un sector industrial determinado es aquél que posee un gran conocimiento de las operaciones y de los procedimientos contables específicos de dicha industria, lo cual se traduce en una mayor capacidad para detectar errores en la información contable de la empresa (Palmrose, 1986; Craswell et al, 1995; Hogan y Jeter, 1999). Por tanto, un cambio de un auditor más especializado a otro menos especializado en el sector industrial en el que opera la empresa cliente supone re-

ducir la probabilidad de que los errores contables sean detectados, y esto significa aumentar la probabilidad de obtener un informe de auditoría limpio. Además, este objetivo puede ser alcanzado sin la necesidad de cambiar a un auditor más pequeño o menos conocido, lo cual enviaría una señal negativa y perceptible al mercado. Así, en lo que a nuestro estudio atañe, si un cliente tras obtener una opinión de auditoría cualificada cambia a un auditor menos especializado, podemos suponer que el objetivo de esa actitud es aumentar la posibilidad de obtener un informe limpio.

Como en el capítulo anterior, una vez hemos clasificado a las empresas que conforman la muestra en función de los sectores de actividad en los que operan, para considerar a un auditor como especializado hemos exigido que ostente una cuota de mercado de al menos el 15% del total de un sector industrial específico. De esta forma, obtenemos una clasificación de las empresas en dos categorías (especializado /no especializado). A continuación, restamos del valor asignado al nuevo auditor el correspondiente al antiguo, obteniendo tres resultados distintos: aumento, disminución o mantenimiento del nivel de especialización del auditor. Estas tres situaciones se reducen a dos de interés para nuestro estudio, ya que cualquier comportamiento que no sea la disminución de la especialización supone que la dirección del cambio no busca, como nosotros argumentamos, una mayor probabilidad de obtener informes limpios, por tanto, para nosotros, el mantenimiento y el incremento de la especialización representan la misma categoría de la variable especialización. Finalmente otorgamos valor 1 a los cambios hacia auditores de menor calidad y 0 al resto de los cambios.

En la tabla siguiente se muestra la dirección del cambio de auditor con respecto a la especialización seguida por los clientes que tras recibir una opinión no limpia cambian de auditor.

TABLA 12: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto a la Especialización del auditor

		DIRECCIÓN DE LA ESPECIALIZACIÓN		TOTAL
		NO DISMINUYE	DISMINUYE	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =102 E ₁₁ =98,7 (86,4%)	O ₁₂ =16 E ₁₂ =19,3 (13,6)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =57 E ₂₁ =60,3 (79,2%)	O ₂₂ =15 E ₂₂ =11,7 (20,8%)	72 (100%)
TOTAL		159 (83,7%)	31 (16,3%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 1,733 ($p=0,188$)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

Como se puede ver en la tabla 12, 31 empresas sustituyen un auditor especializado por otro no especializado en el sector, mientras que las empresas que aumentan o mantienen la especialización son 159. De las empresas que cambian tras un informe limpio, aproximadamente el 14% cambia de un auditor especializado a otro no especializado, mientras que el porcentaje alcanzado por las que cambian tras un informe cualificado es superior, casi un 21%. No obstante, si atendemos al test χ^2 , la diferencia en la actitud de ambos tipos de empresas no es significativamente distinta, por tanto, debemos considerar que las variables a estudio son independientes. La disminución intencionada de la especialización mediante un cambio de auditor no está significativamente relacionada con la opinión precedente. Los clientes no actúan estratégicamente sobre la especialización del auditor para evitar futuros informes cualificados.

Una justificación a estos resultados es que la especialización de un auditor es una característica conocida y visible dentro del entorno empresarial en el que opera la empresa, por lo que cambios de auditor que sustituyan una firma de auditoría especializada por otra que carece de experiencia en el sector podrían poner de manifiesto con excesiva claridad la intención del cliente de actuar sobre la calidad de la auditoría. Dado que estrategias de este tipo pueden ser penalizadas por el mercado de ser reconocidas en una empresa, consideramos que ésta se cuidará mucho de realizar disminuciones en la calidad demasiado visibles para evitar dicha penalización. Otra razón que podría explicar estos resultados es que si la especialización de los auditores en el sector de actividad genera unas barreras de entrada a otras firmas, el cliente tendrá dificultades para cambiar de auditor debido a la concentración del sector. Por tanto, si bien los resultados no nos permiten rechazar esta hipótesis con respecto a esta medida de la calidad, no obstante podemos concluir que las empresas que reciben un informe no limpio ofrecen una mayor tendencia a cambiar hacia auditores menos especializados, aunque dicha tendencia no llega a ser estadísticamente significativa.

5.3.4.2. La dirección del cambio respecto al nivel tecnológico del auditor

Como argumentábamos en el capítulo anterior con respecto al nivel tecnológico de las firmas de auditoría, esta característica es considerada un subrogado de la calidad de la auditoría debido a las implicaciones que tiene sobre la eficiencia del trabajo desarrollado por el auditor (Williams y Dirsmith, 1988; Kaplan et al, 1990). Por tanto, no es desacertado esperar que aquellas empresas que buscan auditores de menor calidad elijan firmas con un bajo nivel de formalización, puesto que éstas,

al ofrecer un grado de eficiencia menor, tienen una menor probabilidad de detectar errores y, por tanto, de emitir informes cualificados.

Partiendo de la clasificación anteriormente expuesta según la cual, las firmas de auditoría aparecen clasificadas con un 2 si son firmas con un alto nivel de estructuración (Deloitte Touche y KPMG Peat Marwick), con un 1 si poseen un nivel intermedio (Arthur Andersen y Ernst & Young) y con un 0 si poseen un nivel de calidad bajo (Coopers & Lybrand y Price Waterhouse) o son firmas nacionales o profesionales independientes, para calcular la dirección de la tecnología restaremos del valor asignado al nuevo auditor el correspondiente al auditor saliente. El resultado puede ser -2 , -1 , 0 , 1 ó 2 , de forma que los valores negativos suponen decrementos en la calidad de la auditoría y los valores positivos aumentos para la variable considerada. En la tabla 13 mostramos los resultados de cruzar esta variable con la variable opinión antes del cambio:

TABLA 13: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto al Nivel Tecnológico del auditor

		DIRECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA		TOTAL
		NO DISMINUYE	DISMINUYE	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =99 E ₁₁ =91,9 (83,9%)	O ₁₂ =19 E ₁₂ =26,1 (16,1)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =49 E ₂₁ =56,1 (68,1%)	O ₂₂ =23 E ₂₂ =15,9 (31,9%)	72 (100%)
TOTAL		148 (77,9%)	42 (22,1%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 6,518 ($p=0,011$)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

La Tabla 13 muestra la siguiente situación: mientras 148 empresas incrementan o mantienen el nivel de estructuración de la auditoría tras el cambio, 42 lo disminuyen. Con respecto a éstas, 23 lo hacen tras un informe de auditoría no limpio y 19 tras uno favorable. Es decir, el 16,1% de las empresas que cambian tras una opinión limpia eligen auditores con un menor nivel de estructuración, mientras que el porcentaje de empresas que siguen esta dirección tras obtener un informe no limpio es claramente superior, aproximadamente un 32%. Con respecto al test aplicado, el valor alcanzado permite rechazar la independencia de las variables, por lo que podemos concluir que ante informes de auditoría no limpios la empresa cambia hacia auditores de menor nivel tecnológico con más frecuencia que si el infor-

me recibido previamente fuese limpio. Es decir, la elección del nivel tecnológico del nuevo auditor formará parte de la estrategia del cliente que quiere evitar la reiteración de una opinión cualificada en ejercicios siguientes.

5.3.4.3. La dirección del cambio respecto al nombre de marca del auditor

La imagen de marca del auditor es el primero de los subrogados de la independencia que pasamos a analizar. Se trata del resultado de los esfuerzos de las firmas de auditoría por crear una imagen asociada a altos niveles de prestigio y calidad que sea útil a los usuarios de la auditoría para poder diferenciar su servicio del que ofrecen otras firmas. Dado que para ello estas firmas han debido realizar una inversión en un nombre y un prestigio reconocidos internacionalmente, como señalan Francis y Wilson (1988), se encuentran motivadas para desarrollar y mantener la reputación que se deriva del nombre de marca para asegurar y proteger las rentas que genera, ya que cualquier alteración en dicha calidad iría en menoscabo de esta imagen. Por tanto, el nombre de marca es considerado como un determinante de la independencia percibida del auditor.

Igualmente a lo realizado en el capítulo anterior, hemos considerado que las grandes firmas internacionales de auditoría poseen dicho atributo, lo que da lugar a una variable dicotómica que tomará valor 1 cuando la firma posea nombre de marca y 0 cuando sea cualquier otro oferente del mercado español. Una vez clasificados todos los auditores según si poseen o no esta característica, podemos analizar si el cambio se dirige hacia auditores que no poseen nombre de marca con la intención de mejorar la opinión obtenida en ejercicios anteriores, debido al escaso incentivo que dichos auditores podrán mostrar en preservar la imagen de calidad percibida por sus clientes.

Como en los casos anteriores, la contratación de un auditor que pertenezca a la misma categoría de esta variable que el auditor saliente tiene para nosotros el mismo significado que aquellos cambios que impliquen sustituir un auditor sin nombre de marca por otro con nombre de marca, considerándose como que estos cambios “incrementan” el nombre de marca. El resto de cambios son los de interés para nuestro estudio, y se corresponden con aquellos que siguen el sentido inverso, es decir, la contratación de auditores sin nombre de marca cuando el saliente sí lo poseía. Con respecto al nombre de marca, los resultados alcanzados en el contraste de la presente hipótesis son los que siguen.

TABLA 14: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto al Nombre de Marca del auditor

		DIRECCIÓN DEL NOMBRE DE LA MARCA		TOTAL
		NO DISMINUYE	DISMINUYE	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =114 E ₁₁ =106,8 (96,6%)	O ₁₂ =4 E ₁₂ =11,2 (3,4)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =58 E ₂₁ =65,2 (80,6%)	O ₂₂ =14 E ₂₂ =6,8 (19,4%)	72 (100%)
TOTAL		172 (90,5%)	18 (9,5%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 13,439 ($p=0.000$)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 ($\alpha=0,05$)

Como puede observarse, de las 190 empresas que cambian, 172 lo hacen hacia un auditor que mantiene o aumenta el nombre de marca, mientras que sólo 18 buscan auditores sin nombre de marca que reemplacen a otros que sí poseían dicho atributo. Pero de estas 18, sólo 4 han realizado un cambio de estas características tras obtener un informe limpio, por lo que podemos decir que este tipo de cambios está prácticamente relacionado con cambios realizados tras opiniones no limpias. Este argumento es válido si tenemos en cuenta que cambios de auditores con nombre de marca hacia auditores que no la poseen pueden ser fácilmente relacionados con una intención de reducir la calidad del trabajo realizado por el auditor. Por ello, sólo en casos en los que la empresa tenga poderosas razones para hacerlo, asumirá los costes de un cambio que por sus características va a ser seguramente desaprobado por el mercado.

A este respecto, el valor experimental alcanzado por el test χ^2 nos lleva a rechazar la independencia de las variables. Por tanto, podemos concluir que las empresas que reciben informes de auditoría cualificados tienen una propensión significativamente mayor que las otras empresas a sustituir auditores con nombre de marca por otros sin esta característica. Lo cual puede ser indicio de un comportamiento estratégico de la empresa encaminado a evitar que esas opiniones se repitan en el futuro.

5.3.4.4. La dirección del cambio respecto al tamaño del auditor

Otra medida de la independencia, como señalamos anteriormente, es el tamaño o reputación de la firma auditora. Esta variable se calcula a través de su posición

en el mercado, y es utilizada por el usuario como un subrogado de la calidad de la auditoría que desarrolla, ya que cuanto mayor sea el auditor menos beneficio encontrará en comportarse oportunistamente en favor de un cliente, puesto que las rentas de dicho cliente no constituirán un importe relativamente importante en comparación con el montante total de rentas percibidas de todos sus clientes. Por tanto, el coste de emitir un informe cualificado, que podría dar lugar a la rescisión del contrato con ese cliente, es menor que el coste del posible litigio y pérdida de reputación que se derivaría de la divulgación de la emisión por parte del auditor de un informe limpio cuando las cuentas anuales del cliente no lo justifican (DeAngelo, 1981a; Krishnan y Krishnan, 1996).

Siguiendo este razonamiento, las empresas que quieran mejorar su opinión en ejercicios siguientes pueden contratar un auditor de menor tamaño y, por tanto, más dependiente relativamente de sus rentas que el saliente, puesto que de esta forma pueden aumentar su poder frente al auditor y, con ello, evitar que los errores puestos de manifiesto por el auditor no sean divulgados.

Siguiendo la misma técnica que en el capítulo anterior, para cuantificar este subrogado de la independencia del auditor hemos analizado, considerando la muestra completa de empresas, la posición en el mercado de auditoría de los distintos oferentes. Comparando los porcentajes correspondientes al auditor nuevo y al anterior, se determina si el cambio ha producido un aumento o una disminución del tamaño del auditor. En la tabla 15 de contingencia mostramos los resultados obtenidos al contrastar si los clientes eligen auditores más pequeños tras obtener una opinión cualificada y decidirse a cambiar de auditor.

Tabla 15: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto al Tamaño del auditor

		DIRECCIÓN DEL TAMAÑO		TOTAL
		NO DISMINUYE	DISMINUYE	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =67 E ₁₁ =60,9 (56,8%)	O ₁₂ =51 E ₁₂ =57,1 (43,2%)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =31 E ₂₁ =37,1 (43,1%)	O ₂₂ =41 E ₂₂ =34,9 (56,9%)	72 (100%)
TOTAL		98 (51,6%)	92 (48,4%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 3,372 (p=0.066)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

Como podemos ver, se ponen de manifiesto 98 cambios de auditor que se dirigen hacia firmas de mayor tamaño, mientras que 92 eligen auditores más pequeños. Con respecto a la opinión, vemos que el 43,2% de las empresas que obtienen informes limpios cambian a un auditor más pequeño, mientras que este porcentaje aumenta casi al 57% cuando el cambio es precedido por informes cualificados. Este comportamiento, atendiendo al valor que alcanza el χ^2 experimental, nos lleva a rechazar la hipótesis de independencia, por lo que podemos concluir que la naturaleza de la opinión antes del cambio está relacionada con la dirección observada en cuanto al tamaño del nuevo auditor seleccionado, es decir, el cliente contrata auditores más pequeños y, por tanto, más dependientes tras recibir informes de auditoría cualificados.

5.3.4.5. La dirección del cambio respecto a la actitud conservadora del auditor

La siguiente medida de la calidad que vamos a considerar es la propensión a cualificar, es decir, la frecuencia con la que el auditor emite informes no limpios. Dicho subrogado de la independencia depende de la actitud del auditor respecto al sistema contable y a las prácticas seguidas por la empresa, de forma que un auditor conservador será más estricto con la observación de dichas prácticas contables por lo que será más probable que el informe de auditoría emitido por dicho auditor presente más excepciones que el firmado por un auditor considerado liberal. Esto nos lleva a considerar la posibilidad de que las empresas que obtienen informes no limpios quieran contratar un auditor con menor propensión a cualificar que el saliente para mejorar sus informes futuros.

Una vez calculada la propensión a cualificar de las firmas de auditoría, según hicimos para el contraste de la primera hipótesis, mediante la determinación del porcentaje de informes no limpios sobre el total de informes firmados por el auditor ese año, comparamos dichos porcentajes de los auditores anteriores y posteriores a cada cambio. Así, conseguimos establecer la dirección seguida por cada empresa, es decir, si se ha contratado un auditor más liberal o más conservador que el firmante del último informe recibido. La relación entre la variación en la propensión a cualificar y la opinión previa al cambio se muestra en la tabla siguiente:

TABLA 16: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto a la Actitud Conservadora del auditor

		DIRECCIÓN DEL CONSERVADURISMO		TOTAL
		NO DISMINUYE	DISMINUYE	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =94 E ₁₁ =78,9 (79,7%)	O ₁₂ =24 E ₁₂ =39,1 (20,3%)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =33 E ₂₁ =48,1 (45,8%)	O ₂₂ =39 E ₂₂ =23,9 (54,2%)	72 (100%)
TOTAL		127 (66,8%)	63 (33,2%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 23,087 (p=0,000)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

El análisis de la dirección de los 190 cambios muestra que en 127 ocasiones se ha elegido un auditor más conservador, mientras que en 63 ocasiones la propensión del nuevo auditor es menor. Si consideramos el efecto de la opinión previa al cambio, el 20,3% de las empresas que obtuvieron un informe limpio han cambiado hacia auditores menos propensos, elevándose este porcentaje al 54,2% cuando el informe recibido estaba cualificado. Para realizar el análisis de la dependencia de ambas variables, se ha calculado el χ^2 experimental que alcanza el valor de 23,087; lo cual permite concluir que existe relación entre las dos variables, y por tanto, rechazamos con respecto a esta medida la hipótesis enunciada. Es decir, las empresas que reciben una opinión no limpia exhiben un comportamiento diferente al resto, por lo que la dirección del cambio resulta dependiente de la naturaleza de la opinión.

5.3.4.6. La dirección del cambio respecto al tamaño del cliente

Si bien el número de clientes que el auditor tenga en su cartera está relacionado con la dependencia del auditor en cuanto a que un gran número de clientes implica una menor dependencia de uno sólo de ellos, hay otro factor que hay que tener en cuenta en este razonamiento. Nos referimos al tamaño relativo del cliente. Si uno de los clientes del auditor le aporta buena parte de sus cuasi-rentas, independientemente de que el auditor cuente con más clientes, podrá actuar de forma más favorable con él para evitar perder la mayor parte de sus ingresos. Si un cliente de gran tamaño es consciente de la dependencia que genera en el auditor podrá hacer uso de este poder para obtener un tratamiento más favorable del que realmente merece (Deis y Giroux, 1992).

Por tanto, si una compañía que ha recibido un informe de auditoría cualificado quiere evitar que se repita esa situación en ejercicios siguientes, puede decidirse a

cambiar hacia un auditor en cuya cartera de clientes tenga más peso que con respecto a su auditor anterior. De esta forma, puede presionar para que prácticas contables que su anterior auditor divulgaba como incorrectas no sean objeto de salvedad por el nuevo auditor. Por tanto, los cambios de auditor que resulten en un mayor peso relativo del cliente en la cartera del nuevo auditor con respecto al que poseían con el anterior auditor pueden ser comprendidos dentro de la estrategia del cliente para obtener futuras opiniones limpias.

Para analizar la existencia de este tipo de comportamientos, vamos a partir del cálculo del tamaño relativo del cliente en la cartera de su nuevo auditor con respecto al que poseía en la cartera del antiguo auditor. Para ello, como hicimos para la primera hipótesis, nos basaremos en el porcentaje que supone la cifra de negocio del cliente con respecto al sumatorio de todas las cifras de negocio de los clientes del auditor. Tomamos la cartera de clientes del que será el nuevo auditor en el siguiente año⁷² y le añadimos este nuevo cliente, el porcentaje que se derive de esta operación la compararemos con el porcentaje que mantenía en la cartera del auditor saliente. De esta forma, tendremos una disminución de la calidad por aumento del peso específico del cliente, o bien un aumento de la calidad cuando se dé el caso contrario. En la siguiente tabla exponemos los resultados del cruce de la clasificación anterior con la opinión antes del cambio.

TABLA 17: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto al Tamaño del Cliente

		DIRECCIÓN DEL TAMAÑO DEL CLIENTE		TOTAL
		DISMINUYE	AUMENTA	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =69 E ₁₁ =62,7 (58,5%)	O ₁₂ =49 E ₁₂ =55,3 (41,5%)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =32 E ₂₁ =38,3 (44,4%)	O ₂₂ =40 E ₂₂ =33,7 (55,6%)	72 (100%)
TOTAL		101 (53,2%)	89 (46,8%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 3,535 ($p=0,060$)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

⁷² Hay que tener en cuenta que cuando el cliente toma la decisión de hacia qué auditor cambiar, la información de que dispone es la del año anterior al primero firmado por el nuevo auditor, por lo que aún no estaría incluido dentro de su cartera. Para calcular el aumento o disminución del peso del cliente en la cartera de su auditor tenemos que basarnos en las cifras del año antes incluyendo la cifra de negocios de la empresa y calculando cuál sería su importancia relativa. Suponemos que ese sería el cálculo que, de necesitarlo, haría el cliente para elegir nuevo auditor.

Como podemos apreciar en la tabla 17, 101 empresas cambian hacia auditores para los que disminuye su peso específico por lo que en estos casos no se aprecia intencionalidad en la decisión del cliente (con respecto a esta medida de la calidad). En cambio, 89 empresas cambian hacia auditores sobre los que van a poder ejercer más poder en el futuro. En cuanto al tipo de informe recibido antes del cambio, aproximadamente el 42% de empresas que reciben informes limpios aumenta su peso relativo en la cartera de clientes de su auditor, mientras que este porcentaje es del 55,6% si se trata de empresas que recibieron una opinión no limpia. Si bien el comportamiento es bastante diferente entre ambos grupos de empresas, no es tan significativo como el obtenido en relación con otras medidas de calidad, no obstante, el test de independencia se rechaza al 10%, por lo que podemos considerar que existe la actitud intencionada que hemos descrito. Quizá el problema sea la dificultad que tiene el cliente para calcular su peso específico en firmas grandes de auditoría que poseen muchos clientes, sobre todo, si la empresa no tiene un gran tamaño. En cualquier caso, podemos concluir rechazando la hipótesis de independencia para esta medida de la calidad.

5.3.4.7. La dirección del cambio respecto a la variación en la cartera del auditor

Esta variable pretende poner de manifiesto una posible medida de la actitud conservadora del auditor. Si un auditor pierde clientes en un ejercicio, es de esperar que se preocupe por la retención del resto de clientes que aún mantiene en cartera, ya que no sólo está perdiendo los ingresos que obtenía de los clientes perdidos, sino que se encuentra con el problema de la recolocación de los recursos ahora ociosos que tenía empleados en dichos clientes. Podemos esperar, por tanto, que los auditores no serán insensibles a la pérdida de clientes y serán más reacios a actuar de forma conservadora con los clientes que posea para evitar perder sus rentas en el futuro. Dicho de otro modo, un auditor será más liberal cuantos más clientes en términos netos haya perdido en el ejercicio anterior (Krishnan y Schauer, 2000).

Para calcular la variación de la cartera de clientes de un auditor hemos tomado la cifra de negocios de los clientes ganados durante ese ejercicio y le hemos restado la de los clientes perdidos, todo ello en términos relativos. De esta forma, si la variación es positiva se entiende que el auditor no tiene incentivos para ser especialmente liberal con sus clientes, mientras que si es negativa podemos esperar una actitud menos conservadora para evitar perder al resto de clientes que posee en cartera y, en su caso, para atraer nuevos clientes. Una vez hemos calculado esta va-

riación, la dirección del cambio se calculará restando de la variación neta sufrida por la cartera del nuevo auditor, la del auditor saliente. De esta forma, conseguiremos determinar si el cliente elige auditores que pueden desarrollar actitudes más o menos conservadoras debido a las variaciones sufridas por su cartera. El último paso será separar los clientes que han cambiado hacia auditores que han aumentado su cartera de clientes en términos netos (que serán los que incrementen la calidad de la auditoría) de los que han contratado auditores que han visto reducida su cartera de clientes y que estarán incentivados a desarrollar una actitud menos conservadora y, por tanto, a ser menos estrictos en la aplicación de las normas contables en el trabajo a desarrollar. En la tabla que sigue mostramos las observaciones reales y esperadas, así como los resultados del test de independencia.

TABLA 18: Tabla de contingencia Opinión de auditoría y Dirección del Cambio con respecto a la Variación en la cartera del auditor

		DIRECCIÓN DE LA VARIACIÓN DE CLIENTES		TOTAL
		NO DISMINUYE	DISMINUYE	
OPINIÓN	LIMPIA	O ₁₁ =50 E ₁₁ =53,4 (42,4%)	O ₁₂ =68 E ₁₂ =64,6 (57,6%)	118 (100%)
	NO LIMPIA	O ₂₁ =36 E ₂₁ =32,6 (50%)	O ₂₂ =36 E ₂₂ =39,4 (50%)	72 (100%)
TOTAL		86 (45,3%)	104 (54,7%)	190 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 1,050 (p=0,306)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

De las clasificaciones obtenidas del cruce de las dos variables obtenemos que en 86 casos las empresas cambian hacia auditores con una variación neta en su cartera mayor que el anterior, mientras que 104 se mueven hacia auditores con variaciones netas menores que el saliente. Es decir, para estas 104 empresas se espera que la actitud desarrollada por sus nuevos auditores sea menos conservadora que la recibida anteriormente. Con respecto a los porcentajes atendiendo al informe recibido anteriormente, podemos ver que son bastante similares, de hecho el test de independencia se acepta para esta muestra. Pero lo más destacable es que el porcentaje mayor de empresas que contratan auditores con variaciones netas menores son las que han recibido un informe favorable con anterioridad, lo cual es el comportamiento contrario al esperado. Así, entorno al 58% de las empresas que cambian de auditor tras obtener una opinión favorable cambia hacia auditores de variaciones netas menores que el anterior, mientras que el porcentaje para las em-

presas que cambian tras un informe no limpio es del 50%. Esto nos pone de manifiesto que esta característica no es reconocida por los clientes cuando eligen al nuevo auditor, lo cual es fácil de entender dado que se necesita mucha información sobre contratación y pérdida de clientes por parte de los auditores para poder establecer en qué casos estaría ante aquéllos más propensos a actuar de forma liberal. De hecho, los porcentajes indican que la probabilidad de elegir un auditor u otro es la misma, un 50% aproximadamente.

5.4. CONCLUSIONES: EVIDENCIAS EMPÍRICAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO DEL CLIENTE

Como conclusiones que pueden extraerse de este capítulo vamos a destacar las dos siguientes. En primer lugar, las empresas que reciben un informe de auditoría no limpio tienen una mayor tendencia al cambio de auditor que el resto de empresas. Lo cual pone de manifiesto que la obtención de un informe de auditoría no deseado lleva asociado el deterioro de la relación entre el auditor y el cliente, y que esto lleva consigo la decisión de este último de cesar el contrato que les une y buscar un nuevo profesional que se encargue de la auditoría de los siguientes ejercicios. Si bien podríamos imaginar que la causa de este deterioro puede estar relacionada con diversos factores distintos de la propia opinión recibida, lo cierto es que el comportamiento que se desencadena a continuación resulta ser distinto en función del tipo de informe que la empresa recibió antes de decidirse a cambiar de auditor.

En efecto, los resultados obtenidos del contraste de la segunda hipótesis concluyen que la dinámica de cambio del grupo experimental (que cambian tras recibir un informe no limpio) y del grupo de control (cambian tras recibir un informe limpio) resulta diferente. El examen realizado a partir de la inclusión de determinadas variables aproximativas al concepto de calidad de la auditoría, nos muestra que de los siete subrogados utilizados, cinco de ellos, la tecnología, el nombre de marca, el tamaño y la actitud conservadora de la firma auditora, y el tamaño del cliente, exhiben diferencias estadísticamente significativas entre la dinámica de comportamiento de la muestra experimental y la de la muestra de control. Para las dos medidas restantes, especialización y variación neta de la cartera de clientes, no existe tal diferencia estadística.

Para todas las medidas, excepto para la variación de la cartera de clientes, el porcentaje de empresas que cambian hacia auditores de menor calidad es mayor cuando el cambio es precedido por informes cualificados que cuando le preceden informes limpios. La diferencia en el comportamiento es más significativa en varia-

bles como el nombre de marca, la tecnología y la actitud conservadora, lo cual puede deberse a que son cambios muy visibles para terceros porque estas medidas de la calidad son de fácil percepción⁷³, sobre todo, el nombre de marca, que es en algunos casos el único subrogado que utilizan determinados agentes para calificar a una firma de auditoría como poseedora o no de calidad. Por tanto, las empresas que cambian por cualquier otra razón que no sea la de evitar futuras opiniones no deseadas pondrán especial cuidado en evitar cambios que puedan entenderse como reducciones de la calidad, dadas las consecuencias negativas que podría tener de cara al mercado.

Por consiguiente, podemos concluir diciendo que existe un comportamiento claramente diferenciado entre las empresas que cambian tras recibir informes favorables y las que lo hacen tras obtener un informe no limpio. Esta diferencia en el comportamiento se materializa en la mayor propensión al cambio de auditor y en la contratación, en un porcentaje mayor de veces, de auditores que ofertan una calidad inferior a la ofrecida por el auditor precedente. El siguiente paso, una vez demostrada la diferencia en el comportamiento, es analizar de forma individualizada las características de la elección de auditor que hacen las empresas que cambian tras una opinión no limpia.

Dejando aparte la variación de la cartera de clientes, que hemos visto que no es tenida en cuenta por el cliente cuando decide cambiar de auditor, las medidas que en más ocasiones dan lugar a disminuciones de la calidad tras el cambio son el tamaño del cliente, el conservadurismo y el tamaño del auditor. Las menos utilizadas son el nombre de marca, la especialización y la tecnología, en este orden.

Si analizamos los resultados obtenidos de forma individualizada por variable, y comenzando por el nombre de marca, podemos concluir que las empresas objeto de nuestro estudio cuando cambian de auditor no tienden a modificar esta característica en el cambio de auditor. Esta actitud puede justificarse, a nuestro juicio, de dos formas. En primer lugar, debido a la concentración del mercado de auditoría español, donde un porcentaje bastante importante de la actividad del mercado está absorbida por las firmas internacionales que hemos considerado que cuentan con nombre de marca, siendo en estas circunstancias muy difícil que la empresa encuentre una firma de auditoría adecuada entre aquéllas sin nombre de marca, sobre todo, si sus dimensiones o la complejidad de sus operaciones son considerables.

⁷³ En el caso de la tecnología, esta fácil percepción se debe a que, tal y como la hemos medido, sólo resultarán disminuciones o aumentos de la calidad cuando se produzcan cambios entre las grandes firmas internacionales, o entre éstas y el resto de firmas (nacionales y profesionales independientes), por lo que son cambios de fácil seguimiento por los terceros relacionados con la empresa.

Por otro lado, porque un cambio de auditor que se resolviera con la contratación de una firma sin nombre de marca resultaría demasiado visible para los usuarios de la información contable, por lo que la empresa podría sufrir una reacción negativa del mercado ante dicho cambio.

Con respecto a los resultados alcanzados con la variable tecnología, podemos mencionar dos explicaciones. La primera explicación viene sugerida en el trabajo de Tuntiwongpiboon y Dugan (1994), los cuales concluyen que los clientes no suelen considerar la estructura del proceso de la auditoría como una característica de las firmas a tener en cuenta en la elección de auditor. Esto se debería a la dificultad para, desde fuera, determinar si una firma de auditoría posee un nivel de estructuración superior al del auditor que se pretende reemplazar. Otra razón podría sustentarse en la forma en la que hemos medido esta característica, ya que al considerar sólo a las grandes firmas internacionales de auditoría como poseedoras de tecnología, la mayor parte de los cambios que estarían disminuyendo la calidad serían aquellos que se estén realizando entre estas firmas y el resto, los cuales, como ocurre en el caso de la imagen de marca, son demasiado visibles por terceros, por lo que la empresa intentará evitarlos. Se puede disminuir el nivel tecnológico realizando cambios entre las grandes firmas internacionales, que serían menos reveladores de la estrategia, pero como hemos dicho, esto implicaría un nivel de conocimiento de la tecnología de las firmas demasiado alto.

Con respecto a la variable dirección de la especialización, los resultados ponen en evidencia una situación muy similar a la obtenida para las dos variables anteriores, es decir, se aprecian pocos cambios hacia auditores de menor especialización que los anteriores. Y la justificación viene muy en línea con lo comentado anteriormente. Si bien para un observador que no tenga relación con un determinado sector de actividad le puede resultar difícil conocer qué firmas de auditoría son las más especializadas dentro de ese entorno, para cualquier agente con intereses en una empresa esa información le resultará útil y la tendrá en cuenta al evaluar la calidad del servicio de auditoría que está recibiendo la empresa. Por tanto, cambios de auditores especializados por otros no especializados pueden ser muy reveladores de las intenciones de los gerentes de la empresa para aquellos agentes que hacen un seguimiento muy estrecho de la empresa por tener fuertes intereses en ella.

Para las otras tres variables, en cambio, los resultados son claramente indicadores de la necesidad de estas empresas de disminuir la calidad del auditor. Las empresas buscan de forma claramente significativa auditores de menor dimensión, más liberales y en los que puedan tener más peso específico para evitar los costes de una nueva opinión adversa. Por un lado, obtenemos que las empresas que reciben informes adversos quieren ganar peso específico en la cartera de clientes del

auditor, y por tal motivo contratan a auditores que tengan, respecto al antecesor, una menor posición relativa en el mercado, o bien, una mayor dependencia de los ingresos que obtenga de estas empresas. En cuanto a los resultados obtenidos para la propensión a emitir informes cualificados, nos llevan a pensar que esta permisividad en la aceptación de determinadas prácticas contables resulta valorada por las empresas que reciben opiniones adversas a la hora de elegir un nuevo auditor.

Esta forma de actuar se explica si tenemos en cuenta que se puede realizar un cambio hacia un auditor que posea niveles altos del resto de características (nombre de marca, especialización y tecnología) y, por tanto, percibiéndose el cambio positivamente por los inversores, y estar reduciendo a su vez la calidad, ya que esta nueva firma poseerá una menor probabilidad de divulgar las incorrecciones contenidas en la información contable. Es decir, el cambio de auditor que se realiza con la intención de evitar repeticiones de informes de auditoría cualificados se lleva a cabo fundamentalmente actuando sobre la independencia de la firma de auditoría.

En síntesis, según los resultados alcanzados para las dos primeras fases del proceso estratégico del cliente, podemos rechazar las dos hipótesis nulas que planteamos, concluyendo que las empresas que reciben opiniones no limpias llevan a cabo un comportamiento estratégico basado en la calidad de la auditoría. Queda patente, además, que la elección de la medida de la calidad sobre la que actuar para intentar que el nuevo auditor no detecte o no informe de los errores contenidos en los estados contables es una decisión compleja que depende fundamentalmente del conocimiento que del mercado de auditoría tenga el cliente y del grado de control o visibilidad externos al que se encuentre sometido.

CAPÍTULO SEXTO

ESTUDIO EMPÍRICO DE LA MEJORA DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA TRAS UN CAMBIO ESTRATÉGICO DE AUDITOR

6.1. INTRODUCCIÓN

Los resultados obtenidos en la contrastación de las tres hipótesis anteriores nos permiten seguir avanzando en el estudio del cambio estratégico de auditor, y abordar así la última de las fases definidas. Hemos comprobado, a partir de la contrastación de la primera hipótesis, que la opinión de auditoría está relacionada con la calidad del auditor y esto implica, dado que las firmas suelen especializarse en ofrecer niveles específicos de calidad de auditoría, que se puede actuar sobre el tipo de opinión a recibir cambiando de auditor. Mediante la segunda hipótesis, hemos demostrado que las empresas que reciben informes de auditoría cualificados tienen una mayor tendencia al cambio de auditor que las que reciben informes favorables. Es decir, parece que las empresas conocen y utilizan la anterior relación entre opinión y calidad del auditor, puesto que cuando reciben informes no deseados muestran un comportamiento consistente con el deseo de mejorar la opinión utilizando cambios de auditor. Un análisis más profundo sobre las características de los cambios de auditor realizados por las empresas que reciben informes de auditoría no limpios, llevado a cabo mediante la tercera hipótesis, ha puesto además de manifiesto que se tienden a elegir auditores de menor nivel de calidad que el anterior. Este resultado nos ha permitido concluir que las empresas realizan cambios estratégicos eligiendo aquellos auditores que más garantías le ofrezcan de emitir opiniones favorables, haciendo uso, para ello, de las diferencias de calidad que ofrecen las firmas de auditoría.

A la vista de estos resultados, en este último capítulo pretendemos determinar el éxito o fracaso del comportamiento estratégico del cliente que ha quedado de-

finido tras la contrastación de las hipótesis anteriores. Nos encontraríamos, por tanto, en la última de las tres fases del proceso estratégico del cliente que definimos en el capítulo tercero, y que trata de determinar si las empresas que realizan cambios estratégicos de auditor consiguen mejorar la opinión de auditoría en los ejercicios siguientes. Para llevar a cabo el presente análisis vamos a intentar responder a dos cuestiones.

La primera de ellas es si existe relación entre la mejora de opinión de las empresas que reciben informes cualificados y la realización o no de cambios de auditor. Se trata de ver si realmente las empresas que cambian de auditor tienen más probabilidad de mejorar la opinión de auditoría que las que mantienen al mismo auditor. Es decir, vamos a determinar si el cambio de auditor por sí mismo consigue mejorar la opinión de auditoría, independientemente de la dirección del cambio elegida. Una vez respondida a esta cuestión, la segunda se refiere más concretamente al tipo de cambio realizado por el cliente, es decir, si aquellas empresas que recibieron opiniones no limpias y realizaron cambios intencionados hacia auditores de menor calidad consiguen en esta última etapa su objetivo, es decir, un informe de auditoría favorable. Por ello, el análisis de la posible relación entre la mejora de la opinión y el cambio de auditor se va a realizar en dos pasos o, si se quiere, mediante dos hipótesis que se describirán de forma separada ya que la muestra objeto de análisis y la metodología a aplicar serán diferentes.

6.2. ESTUDIO DE LA RELACIÓN ENTRE LA MEJORA DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA Y LA REALIZACIÓN DE CAMBIOS DE AUDITOR

6.2.1. Formulación de la hipótesis

Esta primera hipótesis pretende determinar si el cambio de auditor está relacionado con la mejora de opinión en ejercicios siguientes. Es decir, independientemente de la dirección seguida con el cambio de auditor, ¿el simple hecho de cambiar de auditor puede aumentar la probabilidad de obtener informes favorables en el futuro?. Lennox (2000) demuestra que existe una fuerte persistencia en la opinión, es decir, las opiniones de auditoría muestran una tendencia a repetirse en el tiempo para una misma empresa. Esta tendencia se rompe cada vez que la empresa cambia de auditor, es decir, que las compañías que obtienen informes de auditoría cualificados y cambian de auditor tienen una mayor probabilidad de mejorar la opinión que las que mantienen a su auditor.

Vistos estos resultados, vamos a formular una hipótesis que nos permita contrastar si el simple hecho de cambiar de auditor está de por sí relacionado con la obtención de futuros informes de auditoría favorables.

H4: El cambio de auditor no está relacionado con la obtención de una mejora de opinión posterior.

Para contrastar esta hipótesis, deberemos comparar la existencia de mejora de la opinión entre las empresas que recibieron un informe de auditoría cualificado en el ejercicio precedente según si realizaron o no un cambio de auditor. La distinción entre los resultados obtenidos por las que realizaron un cambio de auditor (grupo experimental) de las que no lo realizaron (grupo de control), nos permitirá aceptar o rechazar esta hipótesis. Si la aceptamos, podremos concluir que cambiar de auditor, sin tener en cuenta el tipo de efecto sobre la calidad de la auditoría, no conlleva un aumento de la mejora de la opinión, es decir, que la probabilidad de obtener futuros informes de auditoría limpios sería la misma que para las empresas que mantienen su auditor tras recibir informes cualificados. Esto nos llevaría a plantearnos la necesidad de incluir la calidad en el análisis y contrastar esta misma hipótesis pero considerando la actitud estratégica del auditor.

En cambio, rechazar esta hipótesis nos permitiría concluir aportando dos explicaciones. Por un lado, si el cambio de auditor en sí mismo conlleva a un aumento de la probabilidad de mejorar la opinión, podemos afirmar que el nuevo auditor, debido a que no ha tenido tiempo de profundizar en el sistema de información contable de su cliente, muestra problemas para detectar los errores o incorrecciones que ofrecen las cuentas anuales, por lo que falla en emitir informes de auditoría cualificados cuando la empresa realmente los merece. Esto estaría apoyando la afirmación de Hagigi et al (1993) de que la falta de familiaridad es una causa de reducción involuntaria de la calidad de la auditoría tras el cambio de auditor. Por otro lado, como también ha sido comentado en relación con la independencia del auditor, en la primera auditoría un auditor deberá asumir un volumen considerable de costes de aprendizaje, lo cual le creará incentivos para actuar más favorablemente con su cliente para evitar la pérdida del contrato antes de que le dé tiempo a recuperar esta inversión inicial (Paz-Ares, 1996; Arruñada, 1997). Esta reducción provisional de independencia podrá ser más acusada si la firma de auditoría contrató con *low-balling* en respuesta a la competencia del mercado (DeAngelo, 1981b).

Sea cual sea la explicación de la presencia de una mayor propensión a mejorar la opinión en las empresas que cambian de auditor, a partir del rechazo de esta hipótesis podríamos justificar los resultados de la segunda hipótesis si ésta resultase igualmente rechazada. Nos referimos a que las empresas estarían cambiando de au-

ditor más frecuentemente tras recibir un informe de auditoría cualificado porque así aumentan la probabilidad de mejorar la opinión.

6.2.2. Método para el contraste de la hipótesis

Para llevar a cabo el contraste de la hipótesis cuarta, necesitamos un modelo que nos relacione la variable cambio de auditor con la variable mejora de opinión. Dado que ambas variables sólo muestran dos categorías, puesto que se refieren a la existencia de cambio de auditor (cambio/no cambio) o de mejora (mejora/no mejora), debemos plantear una metodología aplicable a variables categóricas. En este caso, dado que la intención es analizar la relación de dependencia que existe entre el cambio de auditor y la obtención subsiguiente de opiniones limpias, vamos a hacer uso nuevamente de una tabla de contingencia. Esta tabla pondrá en relación las frecuencias de mejora/no mejora de la opinión según la decisión de la empresa de cambiar o mantener al auditor. Para determinar si existe dependencia entre ambas variables aplicaremos el test χ^2 de Pearson.

6.2.3. Muestra y definición de variables

Para el contraste de esta hipótesis, debemos partir de una muestra constituida por aquellas empresas que han recibido informes de auditoría cualificados, dado que son éstas las que son susceptibles de mejorar la opinión de auditoría. En efecto, si incluimos en este análisis todas las empresas de la muestra, independientemente del tipo de opinión recibida, no podríamos evitar que el efecto de los cambios realizados por motivos distintos de la opinión recibida influya en los resultados. Por tanto, es necesario seleccionar de la muestra de partida sólo aquellas empresas que tengan incentivos de mejorar la opinión y éstas, en principio y desde el punto de vista de un observador externo, son las que han recibido una opinión no limpia.

Si atendemos a la clasificación de la muestra que resultó al contrastar la segunda hipótesis (véase la tabla 11 del capítulo 5), se trata de un conjunto de 1.171 observaciones de empresas que recibieron informes no limpios, de las cuales 72 cambiaron de auditor a continuación. Por tanto, la muestra experimental serán estas 72 empresas que cambiaron de auditor y la de control estará formada por las 1.099 que mantuvieron al auditor pese a haber recibido un informe cualificado.

Las variables que queremos incluir en el análisis son dos. La variable independiente es la existencia de cambio de auditor que es una variable dicotómica que

tomará valor 1 cuando la empresa haya realizado un cambio de auditor tras haber recibido una opinión cualificada y 0 en caso contrario. La variable que pretendemos explicar es la mejora de opinión, que igualmente es una variable categórica que tendrá asignado el valor 1 cuando la empresa consiga mejorar la opinión y 0 en caso contrario. Para calcular esta variable vamos a partir de los informes de auditoría recibidos por las empresas a continuación de un informe cualificado. Si esa opinión es de nuevo no limpia codificamos el valor 0, si el informe es limpio codificamos el valor 1.

6.2.4. Contraste de hipótesis y análisis de los resultados

Para determinar si las empresas que realizan cambios de auditor tras obtener un informe cualificado consiguen mejorar la opinión con más frecuencia que las que mantienen al mismo auditor, en la tabla siguiente mostramos el cruce de ambas variables así como los resultados obtenidos del test de independencia.

TABLA 19: Tabla de contingencia Cambio de auditor y Mejora de la opinión

		MEJORA DE OPINIÓN		TOTAL
		NO MEJORA	MEJORA	
CAMBIO	NO CAMBIO	O ₁₁ =677 E ₁₁ =668,2 (61,6%)	O ₁₂ =422 E ₁₂ =430,8 (38,4%)	1099 (100%)
	CAMBIO	O ₂₁ =35 E ₂₁ =43,8 (48,6%)	O ₂₂ =37 E ₂₂ =28,2 (51,4%)	72 (100%)
TOTAL		712 (59,9%)	459 (39,2%)	1171 (100%)

χ^2 Real (1 g.l.): 4,784 ($p=0,029$)

χ^2 Teórica (1 g.l.): 3,84 $\alpha=0,05$

Como podemos ver, los porcentajes que se derivan de la clasificación anterior muestran la diferente proporción de mejora de opinión que existe entre las empresas que cambian y las que no cambian. Las empresas que cambian consiguen mejorar su opinión en un 51,4% de las ocasiones, mientras que el porcentaje de mejora se reduce al 38,4% cuando se trata de las que mantienen al mismo auditor. De las 72 empresas que cambiaron de auditor tras recibir un informe no limpio, 37 consiguieron mejorar la opinión en el año siguiente. Estos resultados nos permiten rechazar esta hipótesis, es decir, la mejora de la opinión está relacionada con la

existencia de cambios de auditor. Es rentable cambiar de auditor porque de esa forma se aumenta las probabilidades de obtener opiniones limpias en el futuro.

En el cuarto cuadrante de la tabla anterior se encontrarían aquellas empresas que han recibido una opinión no limpia, han cambiado de auditor y han mejorado la opinión a continuación. Si bien aún no hemos analizado la dirección del cambio de auditor en combinación con la mejora de opinión, ni tampoco hemos tenido en cuenta la posible mejora de su sistema de información, para estas empresas el cambio de auditor ha sido seguido por la obtención de informes favorables. En la tabla siguiente analizamos estos 37 cambios de auditor agrupando por el auditor saliente y el entrante.

TABLA 20: Tipos de Cambios de auditor que han deparado Mejora de opinión

Entrante Saliente	ARTHUR ANDERSEN	COOPERS & LYBRAND	DELOITTE TOUCHE	ERNST & YOUNG	KPMG	PRICE WATERH.	PWC	OTROS	TOTAL
ARTHUR ANDERSEN	-	1	3	-	3	1	2	1	11
COOPERS & LYBRAND	-	-	1	1	1	-	-	1	4
DELOITTE TOUCHE	-	-	-	-	-	-	-	-	0
ERNST & YOUNG	1	-	-	-	1	1	-	2	5
KPMG	1	1	-	-	-	-	-	-	2
PRICE WATERH.	3	-	-	1	-	-	-	1	5
PWC	-	-	-	-	-	-	-	-	0
OTROS	-	1	-	1	-	-	-	8	10
TOTAL	5	3	4	3	5	2	2	13	37

Como podemos apreciar en la tabla anterior, prácticamente todas las firmas de auditoría internacionales así como algunas de las otras firmas participan en estos cambios de auditor. Arthur Andersen pierde 11 clientes, Ernst & Young y Price Waterhouse pierden 5, Coopers & Lybrand pierde 4 y KPMG 2. Deloitte Touche y PWC no pierden ningún cliente en estos cambios, aunque en el caso de esta última firma se debe a que en nuestra muestra sólo tenemos datos de un par de años. Las firmas que no pertenecen a las anteriores pierden 10 clientes, de los cuales 2 cambian hacia auditores de las firmas internacionales. Con respecto a la posición receptora de clientes a los que les han otorgado una opinión limpia tras el cambio, todas las firmas internacionales se ven reflejadas en mayor o menor medida. KPMG y Arthur Andersen otorgan 5 opiniones limpias a sus nuevos clientes, Deloitte Touche 4, Ernst & Young y Coopers & Lybrand 3 y, finalmente, Price Waterhouse y PWC en 2 ocasiones.

Si bien existen 6 cambios de auditor que se realizan desde las grandes firmas internacionales a las otras firmas y profesionales independientes y que consiguen la mejora de opinión, lo más destacable es que aparecen otros tantos cambios que van en sentido opuesto y también encuentran una opinión favorable. Esto quiere decir que es necesario profundizar en la dirección del cambio y tener en cuenta la probabilidad de que los estados contables de la empresa merezcan una opinión favorable antes de emitir conclusiones sobre la mejora de opinión, ya que a simple vista todas las firmas están otorgando opiniones favorables tras el cambio. En lo que sigue analizaremos pormenorizadamente la mejora de opinión pero como consecuencia de un cambio estratégico del cliente.

6.3. LA MEJORA DE LA OPINIÓN COMO CULMINACIÓN DEL CAMBIO INTENCIONADO HACIA AUDITORES DE MENOR CALIDAD

Como hemos obtenido del contraste anterior, resulta beneficioso para las empresas que obtienen un informe no limpio cambiar de auditor ya que de esta forma reducen la probabilidad de recibir nuevas opiniones cualificadas, con lo que evitan la reiteración de los costes derivados de dichos informes de auditoría. El siguiente paso sería analizar la última de las fases descritas en el modelo de comportamiento del cliente, es decir, si los comportamientos estratégicos tendentes a contratar auditores de menor calidad dan como resultado una mejora de la opinión de auditoría. Pero previamente es necesario estudiar la evolución que han sufrido las empresas que han obtenido mejoras de opinión con respecto a la probabilidad de merecer una mejora de opinión. Es decir, si las empresas han mejorado la calidad de su información contable de forma que la probabilidad de obtener una opinión limpia ha aumentado respecto al ejercicio anterior, podemos concluir que ha sido este efecto y no otro el que ha conseguido que el cliente consiga su objetivo. Por ello, dentro de este apartado comenzaremos por analizar cómo ha variado la probabilidad de las empresas de merecer informes no limpios y cómo esto se ha reflejado en la mejora de opinión. Una vez descrita la nueva situación en la que se encuentran las empresas en el año siguiente al de obtener el primer informe no limpio, pasaremos a la contrastación de la última hipótesis.

6.3.1. Formulación de la hipótesis

Las empresas que obtienen informes de auditoría cualificados y deciden evitar los costes asociados a la repetición de dicha opinión tienen, como hemos visto, in-

centivos para realizar un cambio de auditor que le dé la posibilidad de mejorar su opinión en el futuro. Dado que de la hipótesis tercera hemos obtenido que el cliente realiza cambios intencionados hacia auditores de calidad significativamente menor, lo cual apoya la existencia de un comportamiento estratégico del cliente, en este último apartado pretendemos dar respuesta a la pregunta de si este comportamiento es rentable para el cliente, es decir, si le permite conseguir su objetivo. De esta forma, la hipótesis que daría respuesta a esta cuestión quedaría formulada de la siguiente forma:

H5: Las empresas que cambian hacia auditores de menor calidad no tienen una mayor probabilidad de mejorar la opinión de auditoría en el siguiente ejercicio.

No obstante, si el objetivo que nos proponemos con el contraste de esta hipótesis es analizar el éxito o fracaso de esta estrategia, nos enfrentamos al problema de determinar cuándo la obtención de un informe de auditoría favorable tras el cambio responde a la existencia de un tratamiento más favorable que el realmente merecido por el cliente y cuándo es el resultado de una mejora de la calidad de la información contable divulgada por la empresa. Como habíamos apuntado anteriormente, algunos investigadores (Chow y Rice, 1982; Smith, 1986; Krishnan y Stephens, 1995; Lennox, 2000) han señalado la necesidad de considerar la evolución de la situación económico-financiera de la empresa en el estudio de la mejora de la opinión. Es decir, se trata de distinguir entre una mejora de opinión como resultado de la elección intencionada de un auditor que ofrezca un nivel de calidad inferior al anterior, de una mejora derivada del esfuerzo del auditado por aumentar la calidad de su sistema contable y el contenido de la información que divulga sobre su gestión. Es necesario, por tanto, poder controlar los cambios en las características económico-financieras de las empresas para poder descartar aquellos informes de auditoría favorables que no se correspondan o no estén asociados exclusivamente con comportamientos estratégicos del cliente, ya que éstos estarían distorsionando los resultados relacionados con la mejora de opinión. La herramienta de la que disponemos para poder determinar si la mejora de opinión está determinada por el éxito de un cambio intencionado de auditor es desarrollar un modelo de predicción de la opinión, de la misma forma que se hizo para el contraste de la primera de las hipótesis.

Para el presente análisis partiremos de las empresas que cambian tras recibir una opinión no limpia y, a partir de una serie de subrogados de la calidad, determinaremos si la reducción conjunta de alguna de estas medidas de la calidad está relacionada con la probabilidad de mejorar la opinión de auditoría. Es decir, estaremos comparando el éxito de los cambios de auditor en función de la dirección de los mismos. Si las empresas que cambian hacia auditores de mayor calidad

ofrecen una probabilidad similar a las que cambian de forma estratégica, podremos aceptar la hipótesis. Esto pondrá de manifiesto la ineffectividad de comportamientos de este tipo por parte del cliente para lograr informes de auditoría limpios. Si, en cambio, las empresas que dirigen el cambio hacia auditores de menor calidad tienen una mayor probabilidad de éxito, podremos rechazar la hipótesis y concluir que esta estrategia consigue mejorar la opinión de la empresa sin tener que actuar sobre la calidad de su información contable.

El hecho de usar en este análisis distintas medidas de la calidad, también nos permitirá determinar cuál de ellas, de haberla, está más directamente relacionada con la mejora de la opinión. Es decir, sobre qué aspecto o aspectos de la calidad han actuado las empresas que han obtenido éxito en su estrategia. Este resultado será interesante dado que, como demuestran Ruiz Barbadillo y Gómez Aguilar (2001), la percepción de los terceros interesados en la empresa se deja sentir en el tipo de medida de la calidad que es utilizada para disminuir la probabilidad de obtener un nuevo informe de auditoría cualificado. De esta forma, podremos comprobar si realmente el comportamiento estratégico del cliente tiene en cuenta la supervisión externa a la que puede estar sometido.

6.3.2. Método para el contraste de la hipótesis

Dado que la cuestión a la que pretendemos dar respuesta es si los cambios hacia auditores de menor calidad están relacionados con mejoras de la opinión, tenemos que relacionar una serie de variables explicativas (las direcciones del cambio de auditor) con una variable dependiente que es la mejora de opinión, utilizando como variable de control la variación de la probabilidad de que los estados contables de la empresa merezcan una opinión limpia. Dado que la variable es dicotómica (mejora/no mejora) vamos a utilizar, como se hizo para la primera hipótesis, una regresión logística. Mediante esta metodología conseguimos determinar la probabilidad de que la mejora de opinión suceda en función de variables representativas de la calidad diferencial producida por las características del cambio de auditor. El modelo de regresión logística, por tanto, se expresará de la siguiente forma:

$$\text{Logit}(p) = \alpha + b_i X_i$$

donde α es el intercepto,

p es la probabilidad de que la variable dependiente sea igual a 1, es decir, de que la empresa haya conseguido mejorar su opinión tras el cambio,

b_i son los coeficientes de las variables independientes,

X_i serán cada una de las variables independientes del modelo, que serán definidas a continuación junto con la variable de control relacionada con la variación en la probabilidad de obtener un informe de auditoría no limpio.

6.3.2.1. Definición de variables

La variable dependiente (*EXITO*) representa la mejora de la opinión tras el cambio, es decir, va a indicar si la empresa ha conseguido un informe limpio o no tras el cambio. Por ello, *EXITO* tomará valor 1 cuando la empresa obtenga un informe limpio tras el cambio y 0 cuando no lo obtenga. Dado que sólo vamos a trabajar con empresas que han recibido informes de auditoría no limpios antes del cambio, el valor 1 significará igualmente que la empresa ha mejorado la opinión con respecto al informe anterior y el valor 0 implicará que la empresa no ha conseguido que la opinión del nuevo auditor mejore con respecto a la del auditor anterior.

Con respecto a las variables independientes, al igual que hicimos en el contraste de la primera hipótesis, vamos a considerar dos variables representativas del conocimiento o capacidad técnica del auditor, la tecnología y el conocimiento, y cinco variables relacionadas con la independencia, que son, el nombre de marca, el conservadurismo, el tamaño del auditor, el tamaño del cliente y la variación neta de la cartera del auditor. Pero para el presente análisis vamos a trabajar con la diferencia que exista entre el valor asignado al auditor entrante menos el asignado al auditor que es reemplazado, es decir, con la diferencia que se produzca en los atributos de la calidad de la auditoría provocada por el cambio de auditor. Dado que algunas de las características del auditor varían con el tiempo (todas las que dependen del tamaño de sus clientes varían porque varía el total de activo o la cifra de negocio de éstos) tenemos que calcular el diferencial basándonos en la información que suponemos que va a considerar el cliente. De esta forma, es de esperar que el cliente realice su toma de decisión con base en los datos relativos al año antes del cambio, esto es, del último año que es auditado por la firma saliente. Con esta precisión, pasamos a describir las variables consideradas en el modelo.

Como representante del nivel tecnológico, vamos a incluir la variable *DIRTEC* que representa la diferencia existente entre el nivel tecnológico adjudicado al nuevo auditor menos el asignado al auditor antiguo. Dado que el nivel tecnológico que posee la firma de auditoría está relacionada con la eficiencia del trabajo desarrollado en la empresa, suponemos que el cliente que quiera aumentar la probabilidad de que el informe de auditoría sea limpio, disminuirá el grado de tecnología del auditor para evitar que los errores e incorrecciones contenidas en su información contable puedan ser detectados. Puesto que, como vimos en el capítulo anterior, los distin-

tos niveles de tecnología (alto, medio y bajo) tenían un valor asignado 2, 1 ó 0, la variable que resulta de la diferencia entre dos de estos valores podrá alcanzar alguno de los siguientes: -2, -1, 0, 1 y 2, según los valores asignados a cada auditor. Los valores negativos se refieren a nuevos auditores con menor nivel tecnológico que el anterior y los positivos al caso contrario. El valor 0 será asignado cuando el cambio se realice entre auditores del mismo nivel tecnológico. Por tanto, esta variable no es continua dado que sólo puede alcanzar uno de estos cinco valores. Esperamos que el signo que acompañe al coeficiente de esta variable sea negativo, por su relación inversa con la mejora de la opinión.

La siguiente variable, también representativa del conocimiento del auditor, es *DIRESPE* y trata de representar la diferencia en especialización que existe entre el nuevo auditor y el antiguo en el sector de actividad de la empresa cliente. El razonamiento que apoya la inclusión de esta variable en el modelo se basa en la mayor capacidad que las firmas de auditoría especializadas poseen para detectar los errores e incorrecciones de unas cuentas anuales que por su complejidad pueden ser de difícil comprensión para firmas menos habituadas a trabajar en determinados sectores de actividad. Partiendo de la misma forma de cálculo utilizada en el capítulo anterior, vamos a definir como especializado a aquel auditor que posee una cuota de mercado en el sector específico del cliente de al menos un 15% (midiendo la cuota de mercado como el porcentaje del sumatorio de la cifra de negocio de los clientes que posee en ese sector). A cada auditor se le asigna un 1 si es considerado especializado o un 0 si no lo es, procediéndose a restar del valor asignado al auditor nuevo el correspondiente al antiguo auditor. La variable *DIRESPE*, por tanto, podrá tener uno de los tres siguientes valores -1, 0 ó 1. El primero de ellos cuando se cambie de un auditor especializado a otro no especializado, 0 cuando el cambio se haga entre dos auditores especializados o entre dos auditores no especializados y 1 cuando se reemplace un auditor no especializado por otro especializado. Esperamos que el signo del coeficiente de esta variable sea negativo, ya que cuanto menor sea el valor de esta variable más probabilidad existirá de que se mejore la opinión.

Con respecto a las variables representativas de la variación sufrida en la independencia, la primera de ellas, la variable *DIRMARCA*, trata de indicar si existe diferencia entre el auditor nuevo y el antiguo en cuanto al grupo del que proceda, es decir, de las grandes firmas internacionales o del resto. Si las grandes firmas internacionales se han especializado en ofrecer productos de alta calidad invirtiendo en una imagen fácilmente reconocible por sus clientes, es de esperar que serán más reacias a actuar oportunistamente que las que no ostentan esta categoría. Por ello, cambiar hacia auditores sin nombre de marca puede aumentar las posibilidades del cliente para conseguir un tratamiento de su auditor más favorable del que se me-

rece. Para calcular esta variable, adjudicamos el valor 1 a las firmas que poseen nombre de marca y 0 si pertenecen al resto de firmas nacionales o son profesionales independientes. A continuación, restamos del valor asignado al nuevo auditor el correspondiente al auditor saliente, obteniendo los valores -1, 0 ó 1 de la misma forma que para la variable anterior. El valor -1 significa que se ha reemplazado un auditor con nombre de marca por otro que no tiene esa característica, y que son los cambios que interesan a nuestro estudio. El valor 0 supone cambios entre auditores con nombre de marca o cambios entre auditores sin nombre de marca. El valor 1 son cambios de auditores sin nombre de marca por auditores con nombre de marca. Como en el caso anterior, vamos a asignarle a esta variable un signo esperado negativo, ya que esperamos que su relación con la variable dependiente sea inversa.

Con respecto a la actitud conservadora del auditor, que es otra de las medidas que hemos relacionado con su independencia, es de esperar que sea alterada por el cliente que quiere disminuir la probabilidad de obtener un nuevo informe de auditoría cualificado. Para ello, le bastará con elegir un nuevo auditor que muestra una actitud menos estricta ante determinadas prácticas contables que sean del uso del cliente y que deriven en informes no limpios. La variable que captura la diferencia de actitud entre los dos auditores, *DIRCONSER*, se construye una vez hemos calculado la propensión a emitir informes cualificados de ambos auditores, tomando el porcentaje asignado al auditor entrante y restándole el calculado para el antiguo auditor. En este caso, obtenemos una variable continua que tomará valores negativos cuando el nuevo auditor posea una menor propensión a emitir informes no limpios que el antiguo, o lo que es lo mismo, cuando el entrante muestre una actitud más liberal que el saliente. Cuando el valor sea positivo entenderemos que el cambio ha sido hacia auditores de mayor calidad en cuanto a su actitud conservadora. El valor esperado para el coeficiente de esta variable es negativo, dado que esperamos una relación inversa con la variable dependiente, cuanto menor sea la propensión a cualificar del nuevo auditor con respecto al anterior más probabilidad habrá de que el informe sea favorable y, por tanto, que se produzca una mejora de la opinión.

Otra variable representativa del diferencial en la calidad provocada por el cambio de auditor es el tamaño del auditor. Como argumentamos en su momento, cuanto mayor es la dimensión de un auditor, menos incentivo tendrá para actuar oportunistamente con uno de sus clientes, ya que si bien podría mantener las rentas derivadas de este cliente, podría poner en peligro las derivadas del resto de sus clientes si es descubierto este tratamiento más favorable. Por ello, cambios hacia auditores más pequeños aumentan la probabilidad de obtener informes de auditoría más favorables, ya que este nuevo auditor será más dependiente de las rentas de este cliente que el anterior. Para calcular esta variable, que denominaremos *DIRTA-*

MAUD, vamos a basarnos en la cuota de mercado que posea el auditor calculada en función del sumatorio de la cifra de negocio de sus clientes. Posteriormente, restamos de la cuota de mercado del nuevo auditor la correspondiente al antiguo auditor. De esta forma, y como en el caso anterior, poseemos una variable cuantitativa que tomará valores negativos cuando la calidad del auditor sea menor que la del anterior y positivos en caso contrario. De nuevo, el signo esperado para esta variable es negativo al ser inversa la relación que esperamos obtener con la variable *EXITO*.

A continuación, la variable *DIRTAMCLI* es la representativa del tamaño relativo del cliente, el cual también se puede considerar una medida de la dependencia del auditor. Cuanto mayor sea el tamaño del cliente, mayores serán las cuasi-rentas que el auditor podrá obtener de dicho cliente y mayor será, por tanto, el perjuicio que sufrirá por su pérdida. Es por ello, que el auditor tendrá un gran incentivo en actuar más favorablemente cuanto mayor sea el tamaño relativo cliente. De esta forma, si un cliente cambia hacia un auditor tal que su tamaño relativo en la cartera de clientes aumenta con respecto al que poseía con el auditor anterior, podemos suponer que está buscando la forma de obtener un tratamiento más favorable en el futuro. Para calcular esta variable, consideramos la proporción que la cifra de negocios del cliente supone con respecto a la cartera de clientes de su auditor. Si tomamos este porcentaje calculado para el nuevo auditor y le restamos el que obtuvimos para el auditor anterior, podemos ver si el peso relativo del cliente ha aumentado o disminuido con el cambio. Valores positivos implicarán un detrimento en la calidad de la auditoría dado que el nuevo auditor será más dependiente del cliente que el anterior. Con respecto a esta variable, esperamos que el signo asociado a su coeficiente sea positivo, ya que cuanto mayor sea el peso específico del cliente en la cartera del nuevo auditor con respecto a la del antiguo auditor, más probabilidad habrá de que el informe sea favorable y se mejore la opinión.

Por último, vamos a definir una variable que sea representativa de la diferencia entre la variación neta del tamaño de la cartera de clientes entre el nuevo auditor y el antiguo (*DIRVARCLI*). La variación neta la hemos considerado como una medida de la actitud conservadora del auditor, ya que a mayor pérdida de clientes más probable es que el auditor actúe más favorablemente con los clientes que posea para evitar que pueda perderlos en el futuro. Por ello, cambiar hacia auditores que en el pasado ejercicio han perdido clientes puede garantizar un tratamiento menos conservador en el futuro, ya que estos auditores estarán más sensibilizados ante la pérdida de clientes. Para calcular la variación neta de la cartera de clientes en un ejercicio se suma la cifra de negocio de los clientes ganados y se le resta la de los clientes perdidos. La cantidad resultante se divide entre el sumatorio de las ventas de todos los clientes del auditor en el año considerado. Si al porcentaje asignado al nuevo auditor le restamos el obtenido para el auditor saliente, el resultado será la

variable considerada, la cual alcanzará valores positivos cuando el nuevo auditor haya ganado más clientes en términos relativos que el antiguo. En caso contrario, tomará valores negativos cuando la ganancia de clientes del nuevo auditor haya sido menor relativamente que la del antiguo auditor, por lo que se espera que el nuevo auditor será más dependiente de sus clientes y esto actuará favorablemente sobre la posibilidad de la empresa de obtener un informe limpio. En cuanto al signo previsto para esta variable, dado que cuanto más positivo sea este valor menos posibilidad hay de mejorar la opinión del auditor, esperamos que sea negativo.

6.3.2.2. La variación de la probabilidad de merecer un informe de auditoría no limpio consecuencia de la situación económico-financiera de la empresa como variable de control

La última variable que vamos a introducir en el modelo no está relacionada con la dirección del cambio de auditor, se trata, como ya anticipamos, de una variable de control relacionada con la situación económico-financiera de la empresa. Esta variable trata de capturar la parte de la opinión de auditoría que se debe a las características de su información contable y no al efecto de la calidad del auditor. De esta forma, tratamos de determinar qué parte de la mejora de la opinión se debe al efecto de la dirección del cambio y qué parte a los esfuerzos de la empresa por mejorar su sistema de información contable.

Para ello, partimos del mismo modelo aplicado en la primera hipótesis para calcular la probabilidad de opiniones no limpias que muestran las empresas en el año siguiente a obtener efectivamente un informe cualificado. Una vez obtenidas las probabilidades para los dos años, creamos la variable *VARPROB* que será la diferencia entre ambas probabilidades. Así, como la probabilidad a la que se refiere es la de merecer un informe no limpio, si *VARPROB* muestra valores negativos es porque se han mejorado las circunstancias económico-financieras y que esa empresa merece una mejora de opinión. En caso contrario, si el valor alcanzado es positivo, la probabilidad de obtener una opinión no limpia ha aumentado con respecto al ejercicio pasado, por lo que, en lo que atañe a su situación económico-financiera, no hay que esperar mejora de la opinión. No se hacen predicciones con respecto al signo que acompañará al coeficiente de esta variable.

6.3.3. Muestra

Para constituir la muestra que servirá de base a la contrastación de esta última hipótesis, vamos a partir de la información obtenida de la tabla 19 de este mismo

capítulo elaborada para la contrastación de la hipótesis anterior. Como podemos ver, de las 1.171 observaciones de empresas que han obtenido informes cualificados, 459 consiguen mejorar la opinión en el ejercicio siguiente, y de éstas, 37 lo hacen tras cambiar de auditor. Como hemos podido comprobar, estas 37 empresas son las únicas empresas que han conseguido mejorar la opinión de las 72 empresas que cambiaron tras obtener un informe no limpio. Es decir, estas 37 empresas son las susceptibles de haber conseguido una mejora de la opinión a través de la realización de un cambio estratégico de auditor, por lo que son las que constituyen la muestra experimental de nuestro estudio. El resto de las 72 empresas que cambiaron tras obtener un informe no limpio y no han conseguido mejorar la opinión van a constituir nuestro grupo de control, para determinar si entre estas empresas y las que forman el grupo experimental existe un comportamiento diferente en cuanto a la elección del nuevo auditor.

6.3.4. Análisis de resultados

6.3.4.1. Análisis descriptivo

A continuación, mostramos los estadísticos descriptivos de las variables independientes y la variable de control que se incluirán en el modelo para las 72 empresas que realizaron un cambio de auditor tras obtener un informe de auditoría cualificado.

TABLA 21: Estadísticos descriptivos de las variables del modelo

VARIABLE	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA	ASIMETRÍA	CURTOSIS
DIRTEC	-2	2	-0,056	0,99	-	-
DIRESpe	-1	1	0,014	0,66	-	-
DIRMARCA	-1	1	-0,13	0,50	-	-
DIRCONSER	-1	1	-0,058	0,41	-0,195	0,705
DIRTAMAUD	-1	1	-0,026	0,38	0,112	-0,476
DIRTAMCLI	-1	7	0,26	1,16	3,595	16,536
DIRVARCLI	-8	1	-0,31	1,01	-6,184	45,914
VARPROB	-0,504	0,448	-0,064	0,188	0,008	0,505

Como podemos ver, la media de la variable *DIRTEC* es negativa, lo cual sugiere que la tendencia de estas empresas ha sido el cambio hacia auditores de menor nivel tecnológico que el poseído por el auditor anterior, lo cual está en relación con

el comportamiento estratégico que se les supone a estas empresas. En cambio, la media con respecto a la especialización es positiva, aunque tan cercana a 0 que podemos decir que el número de cambios en una u otra dirección están compensados. El resto de las variables relacionadas con la variación de las medidas de la calidad del auditor muestran los signos esperados, es decir, se cambia por término medio hacia auditores sin nombre de marca, menos conservadores, de menor dimensión y con pérdidas netas en su cartera superiores, buscando a su vez aumentar el peso específico en la cartera del nuevo auditor.

Con respecto a la variación de la probabilidad, vemos que es negativa, por lo que existe una tendencia a la disminución de la probabilidad de merecer una opinión no limpia. Es curioso comprobar que el mínimo lo alcanza esta variable para una empresa que disminuye en un 50% la probabilidad de merecer un informe no limpio, mientras que el máximo muestra justo lo contrario, una empresa que aumenta en un 50% dicha probabilidad. Esto indica que dentro del grupo formado por estas 72 empresas existe una variabilidad considerable en cuanto a la probabilidad que presentan de merecer un informe no deseado en dicho ejercicio.

6.3.4.2. Análisis univariante

Antes de pasar al contraste de esta hipótesis, es necesario detenernos en el análisis de cuál es la nueva situación en la que se encuentran las empresas que recibieron en el ejercicio anterior un informe cualificado. Estas empresas podrán haber recibido de nuevo una opinión cualificada o bien una opinión limpia, siendo éstas las empresas que interesa estudiar, ya que esa mejora de opinión deberá estar reflejada en la probabilidad de que sus estados financieros merezcan una opinión no limpia. El interés se debe a que es necesario determinar si la mejora de opinión que estas empresas han conseguido se debe realmente a que su situación económico-financiera ha mejorado con respecto al año anterior, ya que si esto es cierto, no cabe esperar que la presencia de un cambio de auditor tenga efecto alguno en la obtención de una opinión favorable.

Para determinar si existen diferencias en la probabilidad de merecer informes cualificados para las empresas que han obtenido una mejora de la opinión, partimos de la muestra formada por las 1.171 empresas que obtuvieron informes no limpios y eliminamos todas aquéllas que no obtuvieron mejora de la opinión. El resultado es un conjunto de 459 empresas de las cuales 37 han cambiado de auditor. Es de esperar que la mejora de la opinión de estas empresas se refleje en una disminución de la probabilidad de merecer informes cualificados, es decir, en una mejora de la situación económico-financiera. Por tanto, la variación de dicha probabilidad en

presencia de mejoras de opinión deberá ser negativa. Por otro lado, también es interesante determinar si existe un comportamiento diferenciado en la variación de la probabilidad entre las empresas que cambian y las que mantienen al auditor. Por ello, en la tabla siguiente mostramos la variación que las empresas que han obtenido mejoras de opinión han sufrido en su probabilidad de merecer informes de auditoría no limpios atendiendo a la decisión de cambio realizada.

TABLA 22: Análisis Univariante de la Evolución de la Probabilidad de merecer un informe no limpio en función del Cambio o no de auditor

VARPROB	N	MEDIA	MEDIANA	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	Estadístico Z (valor p)
EMPRESAS QUE NO CAMBIAN	422	-0,028	-0,011	0,151	1,544 (0,017)
EMPRESAS QUE CAMBIAN	37	-0,081	-0,094	0,234	

Como se aprecia en la tabla 22, en ambos casos estos grupos de empresas muestran una tendencia a disminuir la probabilidad de merecer un informe de auditoría no limpio, aunque es evidente que la reducción que se produce es demasiado pequeña para poder concluir que estas empresas han mejorado la calidad de su información contable y que eso ha derivado en la mejora de opinión, ya que la media de la probabilidad que estas empresas mostraban en el ejercicio anterior era de 0,402⁷⁴. Pero el dato más destacable es que la variación de la probabilidad es mayor para las empresas que cambian que las que no cambian. Esto significa que las empresas que han decidido cambiar de auditor tras obtener un informe no limpio han obtenido una disminución mayor en la probabilidad de recibir una opinión no limpia que las que han mantenido al mismo auditor. Sin olvidarnos de que estamos hablando de variaciones prácticamente insignificantes en la probabilidad, es necesario detenernos en este resultado.

Las empresas que tras obtener un informe cualificado y mantener al mismo auditor reciben una opinión limpia en el ejercicio siguiente muestran la misma probabilidad de merecer un informe cualificado que en el año previo. Esto significa que esa mejora de opinión no debe ser relacionada con una mayor salud económico-financiera en la empresa, porque esto, en términos medios, no se ha producido, la probabilidad de merecer una opinión limpia sigue siendo muy baja en el segundo año. Sin pretender profundizar más, dado que se escapa del objetivo de nuestro trabajo, pode-

⁷⁴ Siendo el mínimo del 0,002, el máximo de 0,999 y la desviación típica de 0,209.

mos sugerir una explicación a estos resultados y es que esta mejora puede deberse a la compra de opinión del auditor por parte de la empresa. Según argumentamos en su momento, si una empresa recibe un informe de auditoría no limpio y decide mantener al mismo auditor es porque, o bien tiene posibilidades de mejorar su sistema de información contable y corregir la incidencia que provocaba la salvedad, o bien puede obtener una opinión favorable de su auditor actual en el ejercicio siguiente. Todo esto, claro está, bajo la consideración de un cliente racional que busca reducir los costes asociados a la obtención de informes cualificados.

Si, como hemos visto, la posibilidad de mejorar su situación económico-financiera no se ha dado, la compra de opinión tiene muchas posibilidades de poder explicar alguna de estas mejoras de opinión. Es decir, la empresa ha conseguido convencer a su auditor actual para que le otorgue una opinión en el ejercicio siguiente más favorable que la que, como vemos, realmente merece. Sería conveniente analizar la calidad de la auditoría que estos auditores poseen porque, en estos casos, estaríamos hablando de auditores que tienen una alta dependencia de las rentas obtenidas de su cliente y ante la posibilidad de perderlas pueden tomar la decisión de otorgarles el tratamiento requerido. Por tanto, podemos concluir señalando que existe una alta probabilidad de que empresas que obtienen mejoras de opinión sin cambiar de auditor hayan recurrido a la compra de opinión para conseguirlo.

Volviendo a nuestra línea argumental, el siguiente paso, una vez hemos analizado la variación de la probabilidad de merecer informes de auditoría no limpios que han sufrido las empresas que han mejorado la opinión, será determinar si para aquéllas que han llevado a cabo un cambio de auditor, existen diferencias entre las que han mejorado o no de opinión tras el cambio. Según el argumento expuesto, las empresas que obtienen un informe cualificado y se deciden a cambiar de auditor asumen los costes del cambio para evitar los asociados a la repetición de una opinión como la anterior. Dado que la empresa actúa racionalmente, si existiesen posibilidades de obtener una opinión cualificada sin tener que cambiar de auditor (por ejemplo, una compra de opinión como la vislumbrada en la tabla anterior), es probable que la empresa retuviera al auditor, ya que de esta forma minimizaría los costes a asumir. Por tanto, si existe un cambio de auditor es porque la empresa no ha encontrado otra forma menos costosa de intentar mejorar la opinión. Por ello, esperamos que no existan diferencias significativas entre la variación de la probabilidad de las empresas que cambian de auditor, es decir, que mejoren o no mejoren de opinión, la variación de la probabilidad sea similar para todas las empresas ya que la posible mejora no se debe a cambios en el sistema de información contable, sino al efecto directo del cambio de auditor. Siguiendo este razonamiento, en la tabla siguiente mostramos la evolución de la probabilidad de merecer un

informe de auditoría cualificado de las 72 empresas que cambian tras una opinión no limpia distinguiendo entre las que mejoraron y no tras el cambio.

TABLA 23: Análisis Univariante de la Evolución de la Probabilidad de merecer un informe no limpio para las empresas que Cambiaron de auditor

VARPROB	N	MEDIA	MEDIANA	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	Estadístico Z (valor p)
EMPRESAS QUE NO CAMBIAN	35	-0,045	-0,008	0,123	-1,515 (0,130)
EMPRESAS QUE CAMBIAN	37	-0,081	-0,094	0,234	

Si bien las empresas que obtienen una mejora de la opinión tras el cambio tienen una disminución mayor en la probabilidad, estamos hablando de cantidades tan pequeñas que prácticamente no podemos considerar, como en el caso anterior, que la disminución de la probabilidad sea la causante principal de la mejora de la opinión. Sin embargo, como podemos apreciar, no existen diferencias significativas entre los dos grupos de empresas en cuanto a la variación en la probabilidad de merecer un dictamen cualificado del auditor. Es decir, el hecho de que unas empresas no mejoren la opinión tras el cambio y otras sí, no se debe a que las segundas hayan actuado sobre la calidad de su sistema de información contable, dado que la tenue disminución de la variación se observa por igual entre ambos tipos de empresas.

Dados estos resultados, podemos decir que las mejoras de opinión vienen causadas por motivos distintos a un cambio en la situación económico-financiera de la empresa, por lo que, atendiendo a los resultados derivados de la primera de las hipótesis, debemos investigar en la calidad del nuevo auditor para intentar explicar estas mejoras de opinión. Retomamos, por tanto, en este punto el comportamiento estratégico del cliente para intentar determinar si existe asociación entre la mejora de la opinión sufrida por las empresas que cambian y el tipo de auditor elegido tras el cambio. No olvidamos, sin embargo, el efecto de la variación de la probabilidad de merecer un informe cualificado sobre la mejora de la opinión, incluyéndola en el modelo como variable de control.

En la tabla 24 mostramos un análisis univariante de las variables relacionadas con la variación en la calidad de la auditoría sufrida en la empresa a causa del cambio de auditor, así como la variable de control y la variable *EXITO* con el fin de determinar la relación que existe entre ellas.

TABLA 24: Análisis Univariante de las variables explicativas clasificadas según la existencia o no de Mejora de Opinión

VARIABLES	MEDIA		MEDIANA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR		Estadístico Z (valor p)
	No Mejora	Mejora	No Mejora	Mejora	No Mejora	Mejora	
DIRTEC	-0,23	0,11	0	0	1	0,97	-1,515 (0,130)
DIRESPE	0,029	0,000	0	0	0,66	0,67	-0,834 (0,405)
DIRMARCA	-0,17	-0,081	0	0	0,57	0,43	-1,225 (0,220)
DIRCONSER	0,082	-0,19	0,036	-0,055	0,42	0,37	-2,739 (0,006)
DIRTAMAUD	0,056	-0,10	-0,000	-0,017	0,38	0,37	-0,406 (0,685)
DIRTAMCLI	0,38	0,14	0,022	0,0003	1,42	0,84	-1,504 (0,133)
DIRVARCLI	-0,26	-0,35	-0,010	0	0,46	1,34	-0,183 (0,855)
VARPROB	-0,045	-0,081	-0,008	-0,094	0,123	0,23	-0,942 (0,346)

Tomando en consideración el tamaño tan reducido de la muestra que está siendo sometida a estudio, la tabla anterior pone de manifiesto que sólo una de las variables independientes consideradas, *DIRCONSER*, muestra diferencias significativas entre las empresas que mejoran o no de opinión. Es decir, las empresas que cambiaron hacia auditores de menor propensión a emitir informes cualificados han obtenido mejoras de opinión con más frecuencia que las que seleccionaron auditores más conservadores que el anterior. Si atendemos a las medias obtenidas, podemos ver que para la variable *DIRTEC* las empresas que han obtenido mejoras de opinión son las que se han dirigido hacia auditores de mayor nivel tecnológico, lo cual, si bien es el resultado contrario al esperado, es consistente con el obtenido en la contrastación de la primera de las hipótesis. Con respecto a la otra variable relacionada con el conocimiento del auditor, vemos que las empresas que mejoran no muestran tendencia alguna con respecto a la dirección del cambio, es decir, la obtención de opiniones favorables no está asociada a una dirección clara del cambio en cuanto a la variable *VARESPE*. En cambio, las empresas que no mejoran eligieron por término medio, auditores de mayor calidad. Por tanto, ni la dirección del cambio de auditor ni el test no paramétrico de Mann-Whitney aporta ninguna asociación entre la disminución del conocimiento del auditor y la obtención de mejora de opinión en el ejercicio siguiente.

Con respecto a las variables relacionadas con la independencia del auditor, los resultados tampoco son muy concluyentes. Así, con respecto a la variables DIR-MARCA podemos apreciar que la tendencia en ambos grupos de empresas es la disminución del nombre de marca, es decir, tras una opinión cualificada las empresas que tienen auditores con nombre de marca suelen cambiar hacia auditores que no poseen esta característica. No obstante, es curioso observar que las que mejoran de opinión tienen menos marcada esta tendencia que las que no mejoran, lo cual no es coherente con los argumentos anteriormente expuestos.

El comportamiento ofrecido por las empresas en cuanto a la dirección de la actitud conservadora del auditor se muestra tal y como habíamos previsto. Las empresas que repiten una opinión de auditoría no limpia han cambiado por término medio hacia auditores de mayor conservadurismo que el anterior, en cambio, las que obtienen informes limpios muestran la tendencia contraria, cambiando hacia auditores más liberales. Por tanto, según muestra este análisis, dirigir la elección del nuevo auditor hacia auditores más liberales consigue aumentar la probabilidad de obtener una mejora de opinión en el ejercicio siguiente. Semejantes conclusiones caben derivar de la variable *DIRTAMAUD*, es decir, las empresas que obtienen mejoras de opinión cambiaron hacia auditores más pequeños y, por tanto, más dependientes, que los anteriores, mientras que las que mantienen la misma opinión cambian en dirección contraria, hacia auditores de mayor tamaño.

La variable *DIRTAMCLI* muestra una media positiva para los dos grupos de empresas, es decir, sea cual sea la opinión obtenida tras el cambio, los clientes buscan aumentar el peso específico en la cartera de clientes del auditor con la intención de aumentar la dependencia del auditor con respecto a sus rentas. Pero curiosamente, esta elección es más frecuente en las empresas que finalmente obtienen un informe cualificado que en las que consiguen mejorar la opinión. En cuanto a la variable representativa de la variación neta de la cartera de clientes del auditor, *DIRVARCLI*, los resultados muestran que la tendencia general es ir hacia auditores que han perdido más clientes que los salientes, siendo esta tendencia más fuerte en el caso de las compañías que finalmente consiguen mejorar la opinión.

6.3.4.3. Análisis multivariante

Puesto que todas estas variables han sido definidas como medidas parciales de la calidad, es necesario proceder a un análisis conjunto de todas las variables para determinar si la interacción entre ellas pone de manifiesto más información que la aportada por este análisis univariante. Para ello, el modelo de regresión logística que nos servirá para este propósito, se expresará de la siguiente forma:

$$\text{Logit}(p) = \alpha + b_1 \text{DIRTEC} + b_2 \text{DIRE SPE} + b_3 \text{DIRMARCA} + b_4 \text{DIRCONSER} + b_5 \text{DIRTAMAUD} + b_6 \text{DIRTAMCLI} + b_7 \text{DIRVARCLI} + b_8 \text{VARPROB}$$

Teniendo en cuenta que el número de observaciones que contamos para la contrastación de esta última hipótesis es bastante reducido, vamos a incluir a continuación la tabla de correlaciones entre las variables anteriores para poner de manifiesto el grado de relación existente entre las variables incluidas en el modelo. De esta forma, podremos analizar con una mejor perspectiva los resultados que ofrezca la regresión logística siguiente.

TABLA 25: Correlaciones entre las Variables Independientes del modelo

VARIABLES	DIRTEC	DIRE SPE	DIR MARCA	DIR CONSER	DIR TAMAUD	DIR TAMCLI	DIR VARCLI	DIR PROB
DIRTEC	I							
DIRE SPE	0,109	I						
DIRMARCA	0,411**	0,345**	I					
DIRCONSER	-0,203	-0,140	-0,492**	I				
DIRTAMAUD	0,146	0,657**	0,304**	-0,061	I			
DIRTAMCLI	-0,097	-0,224	-0,429**	0,481**	-0,124	I		
DIRVARCLI	0,009	0,070	0,096	-0,069	0,014	-0,353**	I	
VARPROB	-0,002	-0,070	0,002	-0,019	-0,066	-0,057	0,145	I

Finalmente, en la tabla siguiente, se exponen los resultados derivados de la regresión logística definida con anterioridad que pretende responder a la cuestión planteada en esta última hipótesis, es decir, si los cambios estratégicos de auditor están relacionados con la obtención de mejoras de opinión tras el cambio. Como podemos observar, el resultado que ofrece el test χ^2 pone de manifiesto la bondad del modelo en general, por lo que la hipótesis nula es rechazada para un nivel de significación preestablecido del 95%. El valor alcanzado por el Pseudo R² es lo suficientemente alto como para considerar que el modelo es aceptable, consiguiéndose clasificar correctamente un 68,1% de los casos. En cuanto a las variables incluidas en el modelo, sólo resultan ser estadísticamente significativas *DIRCONSER* y *DIRTAMAUD*, mostrando, además, los signos pronosticados anteriormente.

TABLA 26: Modelo de regresión logística sobre la Probabilidad de obtener una Mejora de la opinión según la Dirección del Cambio de auditor

VARIABLES	SIGNO ESPERADO	COEFICIENTE (Wald)	Probabilidad
CONSTANTE	?	-0,293 (0,878)	0,349
DIRTEC	-	0,404 (1,827)	0,176
DIRESPE	-	0,661 (1,233)	0,267
DIRMARCA	-	-0,553 (0,539)	0,463
DIRCONSER	-	-2,177 (5,323)	0,021
DIRTAMAUD	-	-2,189 (4,401)	0,036
DIRTAMCLI	+	0,047 (0,029)	0,866
DIRVARCLI	-	-0,113 (0,150)	0,699
VARPROB	?	-1,429 (0,956)	0,328
Pseudo R²			0,284
Estadístico χ^2 (10 g.l.)			17,254
Valor p			(0,028)
% Clasificado correctamente			68,1

Con respecto a las variables relacionadas con el conocimiento del auditor, *DIRRESPE* y *DIRTEC*, el signo obtenido es el opuesto al esperado. Es decir, cambios hacia auditores de menor especialización o menor nivel tecnológico que el auditor anterior disminuyen la probabilidad de obtener un informe favorable. Por tanto, el nivel de conocimiento del auditor vuelve, como en la primera hipótesis, a actuar de forma opuesta a la esperada. Si bien es de esperar que cuanto más conocimiento posea el auditor, más probabilidad existe de que pueda detectar los errores contables contenidos en los estados financieros (De Angelo, 1981a), las evidencias empíricas obtenidas demuestran que el conocimiento está relacionado directamente con la probabilidad de mejorar la opinión, es decir, a más conocimiento más probabilidad de que el informe sea positivo.

Las variables representativas de la independencia del auditor muestran todas el signo esperado. Así, si comenzamos con la relacionada con el nombre de marca ve-

mos que, aunque no muestra resultados significativos, las mejoras de la opinión están relacionadas con cambios de auditores con nombre de marca por auditores sin esta característica. Igualmente ocurre con la variable *DIRTAMCLI*, tal y como anticipamos, el aumentar el peso específico en la cartera de clientes del auditor conlleva un aumento de la probabilidad de obtener una mejora de la opinión. Con respecto a la variable *DIRVARCLI*, cambios hacia auditores que han tenido ganancias netas en su cartera de clientes menores que los auditores salientes son los relacionados con las mejoras de opinión. Por tanto, con respecto a estas tres medidas de la independencia del auditor, podemos decir que si bien no alcanzan resultados estadísticamente significativos (quizá con una muestra mayor podrían haberse obtenidos) sí indican que la dirección del cambio de auditor que está relacionada con la mejora de opinión es aquélla que va desde auditores menos dependientes a auditores que muestran un nivel mayor de independencia.

La variable *DIRCONS* muestra el signo esperado, es decir, los cambios hacia auditores de menor conservadurismo están relacionados con mejoras de opinión. Por tanto, esto quiere decir que si la empresa quiere evitar futuras opiniones no limpias, debe tener en cuenta la propensión a cualificar del auditor antes de tomar la decisión de a qué firma contratar ⁷⁵. Y dado que posee significado estadístico, podemos concluir diciendo que los cambios hacia auditores más liberales derivan en mejoras de la opinión.

De forma similar, la variable *DIRTAMAUD* muestra el comportamiento esperado, es decir, el tamaño de la firma de auditoría está relacionado con la posibilidad de obtener una mejora de opinión. Las empresas que cambian hacia auditores más pequeños, dado que el signo es negativo, son las que tienen más probabilidad de obtener un informe limpio tras el cambio. Por tanto, conocer la dimensión de la firma de auditoría es interesante a la hora de realizar cambios estratégicos como el descrito, ya que al ser el tamaño del auditor una medida de la dependencia que le puede ligar al cliente, queda demostrado que cuanto menor es el auditor más reacio será a emitir informes cualificados para retener las cuasi-rentas de un cliente, ya que la pérdida de reputación que puede sufrir si se le descubre actuando oportunamente es menor que para un auditor de mayor dimensión.

⁷⁵ Por ejemplo, atendiendo a la muestra de empresas que ha sido objeto de nuestro estudio, en la tabla 6 del capítulo cuarto se puede observar que la propensión a emitir informes cualificados no es uniforme entre las firmas de auditoría, así entre los que muestran una propensión más alta están Coopers & Lybrand con un 58%, Arthur Andersen con un 54%, Deloitte Touche alcanza el 48% y KPMG el 47%, y en el lado contrario, las que muestran el menor número de informes no limpios serían Ernst & Young con un 31%, Price Waterhouse que emite un 32%, y PWC con el 10%. El resto de firmas nacionales y el conjunto de profesionales tienen un porcentaje en conjunto del 29%.

Por tanto, las variables representativas de la calidad del auditor que han resultado significativas son medidas de la independencia, concretamente la primera de ellas, *DIRCONSER*, es una medida de la presión que el riesgo de litigios tiene sobre el auditor, y la segunda, *DIRTAMAUD*, está relacionada con el temor del auditor a ver dañada su reputación si se le descubre actuando oportunamente a favor de uno de sus clientes.

Por último, nos queda comentar los resultados obtenidos con la variable *VAR-PROB* que, como podemos ver, no resulta con significado estadístico, lo cual nos permite concluir que la variación de la probabilidad de la empresa de merecer una opinión cualificada no actúa sobre la mejora de opinión. Las empresas que cambian tras obtener un informe no limpio no mejoran porque lo haga su sistema de información contable, sino por el efecto que el cambio de auditor tiene sobre la calidad de la auditoría y que hemos comentado anteriormente. Con respecto al signo que ofrece, vemos que es negativo, es decir, en general las empresas que han mejorado la opinión tras el cambio han disminuido la probabilidad de merecer informes cualificados, pero este efecto no es significativo con respecto a la variable dependiente.

6.4. CONCLUSIONES SOBRE LA EXISTENCIA DE MEJORA DE OPINIÓN TRAS EL CAMBIO ESTRATÉGICO DEL AUDITOR

El objetivo de este capítulo ha sido determinar si el cambio estratégico de auditor está relacionado con mejoras posteriores de la opinión del auditor. Para abordar este estudio hemos realizado previamente una serie de aproximaciones que nos han permitido conocer con más detalle el comportamiento de las empresas que, desde un punto de vista racional, pueden tener interés en actuar de forma estratégica. Así, hemos analizado individualizadamente si el cambio de auditor y la mejora de la calidad del sistema de información contable de las empresas tienen algún efecto sobre la mejora de la opinión.

De esta forma, se ha obtenido que la realización de un cambio de auditor, sin tener en cuenta la dirección del mismo en cuanto a la calidad de la auditoría, aumenta la probabilidad de mejorar la opinión, es decir, las empresas que reciben un informe de auditoría cualificado y cambian de auditor tienen más probabilidad de obtener una opinión futura limpia que las que mantienen al mismo auditor. Este resultado da sentido a los obtenidos con respecto a la tercera hipótesis, en cuyo contraste se puso de manifiesto la existencia de una propensión al cambio de auditor más alta tras recibir informes de auditoría cualificados que si la opinión precedente es limpia. Por tanto, podemos concluir que las empresas que reciben informes de

auditoría limpios cambian de auditor porque así consiguen mejorar la opinión en ejercicios posteriores.

Ha sido necesario avanzar un poco más en nuestro estudio para determinar si realmente esta mejora de la opinión se debe exclusivamente al cambio de auditor o si interviene de alguna forma la voluntad de la empresa de mejorar su sistema de información contable para evitar la recepción de opiniones no deseadas. Con esta intención, hemos calculado la evolución de la probabilidad de merecer informes de auditoría cualificados, obteniendo que, para las empresas que recibieron una opinión cualificada y consiguieron mejorar la opinión al año siguiente, la variación de la probabilidad, si bien es negativa, es prácticamente insignificante. Por lo que podemos concluir que no es el aumento de la calidad de la información contable de las empresas la causa de la obtención de mejoras de opinión.

No obstante, si analizamos por separado las empresas que cambiaron de auditor de las que no lo hicieron, vemos que las primeras tienen una disminución mayor de la probabilidad de merecer informes de auditoría cualificados que las que no cambiaron, resultado interesante porque estaría indicando que estas empresas consiguen mejorar la opinión sin cambiar de auditor y sin actuar sobre la calidad de su información contable. Aunque sería necesario un análisis más pormenorizado, lo cual se escapa del objetivo de nuestro estudio, podríamos concluir que estos resultados son consistentes con la compra de la opinión del auditor contratado por la empresa.

Un siguiente paso nos ha llevado a obtener que la variación de la probabilidad de merecer informes de auditoría cualificados de las empresas que cambian de auditor tras recibir informes de auditoría no limpios no muestra diferencias significativas entre las que mejoraron o no la opinión del auditor. Es decir, que las que consiguieron mejorar la opinión no lo hicieron a través de un aumento de la calidad de su sistema de información contable.

Estos resultados preliminares han justificado la inclusión de la dirección del cambio como variable explicativa de la mejora de la opinión, lo cual nos ha conducido a hallazgos sin duda interesantes.

En primer lugar, y en línea con los resultados derivados del contraste de la primera hipótesis, hemos podido ver que los cambios dirigidos hacia auditores de menor conocimiento no aumentan la probabilidad de obtener un informe de auditoría limpio, ya que, si bien de forma no significativa, son los cambios en la otra dirección los que están asociados a la mejora de opinión.

En segundo lugar, las variables relacionadas con la dirección del cambio atendiendo a la independencia del auditor muestran los resultados esperados. Al dismi-

nir la independencia del auditor se consigue un aumento de la probabilidad de mejorar la opinión, siendo la actitud conservadora y el tamaño del auditor las dos medidas que ofrecen resultados significativos. Por tanto, cambios hacia auditores más liberales o de menor dimensión están relacionados con la obtención de mejoras futuras de la opinión sin que la probabilidad de merecer dichas mejoras haya variado con respecto al año anterior. Son, además, cambios de auditor que no resultan tan señalizadores de una conducta oportunista como pueden ser los cambios hacia auditores sin nombre de marca, por ejemplo.

CAPÍTULO SÉPTIMO

CONCLUSIONES

El objetivo del presente trabajo ha sido analizar la relación existente entre la opinión de auditoría y el cambio de auditor, considerando la alteración intencionada de la calidad de la auditoría como estrategia del cliente que quiere mejorar la opinión de auditoría futura. Para ello, hemos comenzado fundamentando teóricamente la existencia de dicha relación, para posteriormente realizar el análisis empírico de su existencia y consecuencias en una muestra de empresas españolas.

Desde un punto de vista teórico, la influencia de la opinión de auditoría sobre la decisión de cambiar de auditor debe analizarse teniendo en cuenta las peculiaridades del entorno en el que se desarrolla. De ahí, que en primer lugar hayamos querido poner de manifiesto las características del mercado de auditoría español y de qué forma éstas pueden afectar a la relación objeto de nuestro estudio. Nuestro interés ha sido justificar el estudio y atraer la atención sobre este tipo de comportamientos oportunistas en nuestro país, sobre todo, porque ni la profesión auditora ni la legislación actual han sido capaces de establecer herramientas útiles para limitar su existencia.

Una vez analizado el entorno, nos hemos aproximado a los dos únicos agentes que intervienen de forma activa en esta relación, cuales son, el auditor como emisor de la opinión que merecen las cuentas anuales de su cliente y la empresa que es quien decide la conveniencia de mantener al mismo auditor en ejercicios siguientes. Con respecto a ambas partes hemos supuesto que son sujetos racionales y que sus decisiones se toman siempre con la intención de minimizar los costes que puedan generar. En este sentido, hemos justificado que la obtención de un informe de auditoría no limpio crea unos costes a la empresa que intentará evitar siendo el cambio de auditor una herramienta útil para conseguirlo. Con respecto al auditor, hemos argumentado que su decisión de información va a verse influida fundamen-

talmente por dos tipos de costes de sentido opuesto, el coste de perder al cliente y el coste de pérdida de reputación por otorgar un tratamiento más favorable a su cliente del que realmente merece.

Para estudiar la interacción de la opinión del auditor y la decisión del cliente de cambiar de auditor, hemos considerado dos etapas temporales que, si bien están fuertemente relacionadas, la información que poseen los decisores es diferente y es la que nos ayuda a justificar el comportamiento de las dos partes. La primera etapa se corresponde con todo el proceso de negociación de la opinión que se establece tras la realización del trabajo de auditoría y antes de que el auditor emita su informe. Es durante este proceso cuando el cliente conoce la capacidad técnica de su auditor, en cuanto a la detección de errores, y su independencia, es decir, la resistencia que muestre el auditor a sus presiones para obtener la opinión que mejor se ajuste a sus intereses. Por su parte, el auditor podrá conocer la calidad de la información contable de su cliente, y la actitud de éste ante los ajustes que le proponga, es decir, si los acepta o si por el contrario se limita a presionar para que el auditor no los divulgue. Dado que una forma de presión sobre el auditor es condicionar la continuación del contrato al tipo de opinión que finalmente emita, podemos suponer que el auditor que emite un informe no deseado por su cliente lo hace porque valora más el mantenimiento de su reputación como independiente que la pérdida del cliente. Por tanto, una vez que el informe de auditoría es conocido, el cliente, en función de las características que ha percibido en su auditor, podrá valorar si le interesa o no realizar un cambio de firma auditora.

Tras la emisión del informe de auditoría, cuando es cualificado, comienza la segunda etapa de nuestro estudio. En este proceso el cliente que ha recibido una opinión no deseada toma la decisión de evitar que dicho acontecimiento se repita en el futuro y, para ello, decide realizar un cambio hacia un auditor que le ofrezca más posibilidades de otorgarle una mejor opinión. Para ello, hemos argumentado que, dado que el cliente conoce las características del auditor que le ha otorgado una opinión no limpia, será lógico que tenga esta información en cuenta cuando elige al nuevo profesional que debe hacerse cargo de la auditoría del ejercicio siguiente. Es decir, su elección se dirigirá hacia auditores de menor calidad porque, ya sea por su escasa competencia técnica, ya sea por su mayor dependencia, estos tendrán una mayor probabilidad de emitir una opinión limpia cuando la empresa no la merezca.

Esta segunda etapa da lugar, por tanto, a tres fases perfectamente diferenciadas. La primera de ellas es la decisión de cambiar o mantener al auditor que debe tomar el cliente una vez que conoce que la opinión que el auditor se ha formado de la calidad de su información contable no le es favorable. La segunda fase se co-

rresponde con las características del cambio de auditor que realice el cliente tras recibir una opinión cualificada, es decir, de qué forma el cambio altera el nivel de calidad de la auditoría que se está desarrollando en la empresa. Finalmente, la tercera fase sería la emisión del informe de auditoría que lleve a cabo el nuevo auditor y que pondría de manifiesto el éxito o fracaso del cambio estratégico de auditor realizado por el cliente.

Las dos etapas que hemos descrito se diferencian en su visibilidad, esto es, en la posibilidad de que terceros ajenos al auditor y a su cliente puedan seguir los dos procesos descritos. Así, mientras la primera de las etapas resulta inobservable puesto que los posibles contactos entre ambas partes se realizan de forma privada, la segunda de las etapas sí puede ser estudiada empíricamente dado que las decisiones que tome el cliente sobre cambiar o no de auditor y el tipo de opinión que el nuevo auditor, en su caso, emita son información públicamente disponible. Es por ello, que esta segunda etapa ha sido analizada empíricamente en sus tres fases, siendo las conclusiones más importantes las que se exponen a continuación.

En primer lugar, hemos encontrado que la opinión de auditoría depende de la calidad percibida del auditor, una vez que ha sido controlada la probabilidad de que la empresa, a la vista de su información contable, merezca un informe de auditoría no limpio. Es decir, las empresas que son auditadas por firmas de alta calidad tienen más probabilidad de recibir, de merecerla, una opinión cualificada que las que tienen contratados auditores de menor calidad.

En segundo lugar, hemos obtenido evidencias que nos permiten concluir a cerca de la existencia de comportamientos estratégicos del cliente. Es decir, las empresas que reciben informes de auditoría cualificados no sólo muestran una mayor tendencia al cambio de auditor que las que reciben un informe limpio, sino que además muestran una propensión mayor a elegir auditores de menor calidad que el anterior. Las variables relacionadas con la independencia, y en concreto, el tamaño y la actitud conservadora del auditor y el tamaño del cliente, son las que suelen sufrir disminución en más ocasiones en presencia de un cambio estratégico de auditor.

En tercer lugar, los resultados han puesto de manifiesto que las empresas que cambian de auditor tras recibir un informe de auditoría cualificado consiguen mejorar la opinión con una probabilidad más alta que las que mantienen a la misma firma. Este resultado se obtiene incluso controlando la variación de la probabilidad de que la información contable haya mejorado tras el cambio de auditor. Es más, se observa que las empresas que mejoraron la opinión tras el cambio de auditor no muestran una disminución significativa en la probabilidad de merecer una opinión cualificada, por lo que no ha sido la mejora de la información contable la causante de que estas empresas mejoren la opinión con respecto a las que no lo hicieron.

Por último, y atendiendo a la dirección del cambio de auditor realizado por las empresas que recibieron una opinión no limpia, las empresas que eligen auditores con una actitud más liberal o de menor tamaño son las que consiguen una probabilidad significativamente mayor de mejorar la opinión.

Por tanto, se pone de manifiesto que actuar sobre los subrogados del conocimiento no deriva en una mayor probabilidad de mejorar la opinión, y quizá por ello estas variables no son tomadas en consideración cuando la empresa decide realizar un cambio estratégico de auditor. En cambio, sí es factible actuar con éxito sobre alguna de las medidas de la independencia del auditor, aunque se observa que los clientes se cuidan de realizar disminuciones de calidad especialmente visibles, como lo serían los cambios hacia auditores sin nombre de marca, debido a las penalizaciones que podría sufrir de ser descubiertos realizando este tipo de comportamientos.

De esta forma, podemos decir que el presente estudio de la relación entre opinión de auditoría y cambio de auditor contribuye a la literatura en varios aspectos:

- Se ha conseguido describir una serie de subrogados de la calidad percibida del auditor que están relacionados con el tipo de opinión a emitir. Así, por un lado, la tecnología y la especialización, como medidas del conocimiento del auditor, y por otro, el nombre de marca, la actitud conservadora y el tamaño del auditor, la duración del contrato y el tamaño del cliente, como subrogados de la independencia influyen en la naturaleza del informe de auditoría recibido por la empresa. No obstante, contra todo pronóstico, las variables relacionadas con el conocimiento muestran una relación inversa a la esperada, esto es, cuanto más conocimiento posee el auditor menos probabilidad tiene de emitir un informe de auditoría cualificado.
- Se ha demostrado que los clientes de la auditoría perciben de forma distinta la calidad de las firmas de auditoría y tienen en cuenta dicha diferenciación cuando plantean estrategias encaminadas a mejorar la imagen de su gestión. Concretamente, eligen auditores con un nivel tecnológico menor, sin nombre de marca, de menor dimensión, más liberales y de los que supongan un porcentaje mayor de sus honorarios cuando cambian de auditor tras recibir una opinión cualificada.
- Finalmente, se ha puesto de manifiesto que las empresas pueden mejorar su opinión actuando sobre el suministrador del servicio. Es decir, controlando la probabilidad de que las empresas que recibieron una opinión cualificada varíen la calidad de su información contable, se ha obtenido que el

simple hecho de cambiar de auditor consigue aumentar la probabilidad de obtener futuras opiniones limpias. Si, además, se tiene en cuenta el tipo de auditor elegido tras el cambio, los resultados han mostrado que los clientes que eligen auditores menos conservadores y de menor dimensión, es decir, menos independientes, han conseguido mejorar de forma significativa la opinión futura del auditor.

A la luz de estos resultados, es interesante destacar una serie de implicaciones políticas y de investigación que pueden tenerse en cuenta. Con respecto a las de carácter político vamos a señalar las siguientes:

- Como ha quedado patente desde el punto de vista del presente trabajo, el auditor está sufriendo las consecuencias de la estructura actual del mercado de auditoría, donde se está penalizando a los auditores independientes (con pérdidas de clientes) y premiándose a los dependientes (con deficientes controles por parte de la propia profesión).
- Se ha puesto de manifiesto la necesidad de prevenir comportamientos como el que ha sido objeto de nuestro estudio. Deben plantearse medidas que fortalezcan la independencia del auditor y que presionen sobre los inversores para que demanden una mayor transparencia en las actuaciones de sus gerentes. Así, por ejemplo, Archambeault y DeZoort (2001) muestran que cuanto mayor es la eficacia de los comités de auditoría más se reduce la probabilidad de existencia de cambios sospechosos de auditor.
- Estos resultados son consistentes con las recientes recomendaciones derivadas de la Comisión Europea y que, en consonancia con las reformas practicadas en Estados Unidos, han inspirado el reciente interés nacional por fortalecer la independencia del auditor, fruto del cual ha sido la reforma del mercado de auditoría incluida en la nueva Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.

Con respecto a las implicaciones de investigación, este trabajo ha permitido considerar la realización de una serie de futuras líneas que podrían abordarse como extensión de las conclusiones que han sido obtenidas.

- Así, a pesar de la abundante evidencia previa en contra, se ha podido comprobar que la duración del contrato del auditor está relacionada inversamente con la probabilidad de obtener un informe de auditoría limpio. Es decir, cuanto más tiempo lleve trabajando un auditor con un mismo cliente más probabilidad hay de que la opinión, de merecerla, sea cualificada. Esto

supone que el auditor se vuelve más independiente, bien porque ya haya recuperado la inversión inicial realizada bien porque ya sea más conocedor de las debilidades del sistema de información contable de su cliente por lo que tiene más capacidad para detectar errores e irregularidades. Opinamos que una futura línea de investigación podría intentar profundizar en la relación existente entre la duración del contrato de auditoría y la calidad del servicio, debate que ha estado de gran actualidad debido a las recientes manifestaciones de la SEC y de Bruselas a favor de no forzar la rotación obligatoria de auditores.

- Como se ha podido observar a lo largo de los análisis empíricos realizados, el comportamiento de las medidas del conocimiento del auditor, cuales son, el nivel de tecnología y la especialización en el sector de actividad del cliente, ha sido el opuesto al esperado. Si pronosticábamos que a mayor conocimiento más probabilidad existiría de detectar errores y, por tanto, de emitir informes de auditoría cualificados, los resultados han mostrado la relación inversa. Y si resultaba razonable esperar que los cambios hacia auditores de menor conocimiento aumentarían las probabilidades de mejorar la opinión, se ha obtenido que la dirección opuesta es la que está relacionada, si bien no de forma significativa, con la mejora de la opinión. Esto nos induce a plantearnos tres posibles explicaciones. En primer lugar, que no hemos sido capaces de medir convenientemente el conocimiento o capacidad técnica del auditor, es decir, que los subrogados de la tecnología y de la especialización no han sido del todo adecuados. En segundo lugar, que quizá la relación entre el conocimiento y la opinión sea más compleja que la expuesta y que un auditor de un amplio conocimiento de los negocios y riesgos de su cliente pueda dar por válidas determinadas decisiones contables que otro auditor menos experto no consideraría apropiadas. Por último, cabe la posibilidad de que el conocimiento y la independencia del auditor estén a su vez interrelacionados de forma que, a mayor conocimiento más activos específicos del cliente se poseerán (inversiones en tecnología, en personal, en formación específica, etc.) y más costosa será la pérdida del cliente, por lo que más dependiente será el auditor. Por tanto, se precisa una mayor profundización en esta relación que podría constituir otra línea futura de investigación.
- Otro resultado que se ha obtenido, y que no ha podido ser convenientemente abordado, es la existencia de mejoras de opinión en empresas que ni han realizado cambios estratégicos de auditor ni han mejorado la calidad de su información contable. Como ya ha sido apuntado, dicho resultado

sería consistente con la compra de opinión, entendiéndola como un pacto entre el auditor y el cliente para que el primero emita una opinión favorable. A partir del desarrollo de un modelo de predicción de la opinión como el que hemos expuesto, en combinación con medidas de calidad de la auditoría, se puede profundizar en aquellos casos en los que se han obtenido resultados como éstos para intentar arrojar luz sobre las causas que han podido provocar estas mejoras de opinión y si existe intencionalidad en la actuación de alguna de las dos partes. De esta forma, otra extensión de este trabajo sería analizar las posibles mejoras de opinión provocadas por la compra de la opinión del auditor contratado.

Finalmente, debemos mencionar que los resultados de este estudio deben ser considerados teniendo en cuenta las siguientes limitaciones:

- El tamaño de la muestra, que si bien ésta es suficientemente representativa de las empresas españolas sometidas a auditoría, el número final de cambios de auditor sometido a estudio puede llevar a problemas de significación estadística que afecten a los resultados obtenidos. Una solución podría ser ampliar la muestra con empresas extranjeras y así, además de conseguir un número de cambios de auditor más consistente, determinar si las conclusiones de nuestro estudio se pueden extrapolar a otros entornos de auditoría.
- La definición de variables, que aunque en su mayor parte vienen avaladas por evidencias empíricas previas, algunas no han mostrado un comportamiento apropiado con lo que se pretendía medir. Así, por ejemplo, la tecnología o la variación de la cartera de clientes del auditor necesitarían ser de nuevo redefinidas y, sobre todo, en el primer caso, sería preciso profundizar en una medida que fuese demostrativa de la situación actual del mercado español.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA SERÓ, M.; GÓMEZ AGUILAR, N.; LARRÁN JORGE, M.; RUIZ BARBADILLO, E. (2000): "Una evaluación de la relevancia valorativa del informe de auditoría en el mercado de capitales español". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 4, 93-112.
- ADDAMS, H. L.; DAVIS, B. (1994): "Privately held companies report reasons for selecting and switching auditors" *The CPA Journal*, agosto, 38-41.
- ALDERMAN, C. (1977): "The Role of Uncertainty Qualifications: Evidence to Support the Tentative Conclusions of the Cohen Commission". *Journal of Accountancy*, noviembre, 97-100.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (1978). *The Commission on Auditors' Responsibilities: Report, Conclusions and Recommendations*. Nueva York.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (1985). *AICPA Professional Conduct*. Nueva York.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (1992). *Statement of Position Regarding Mandatory Rotation of Audit Firms of Publicly Held Companies*. Nueva York.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (1997). *Statement on Auditing Standards No. 84. "Communication between predecessor and successor auditors"*. Nueva York.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (1999). *Statement on Auditing Standards No. 61. "Communication with audit committees"*. Nueva York.
- ANDERSON, D.; STOKES, D.; ZIMMER, I. (1993): "Corporate takeovers and auditor switching". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 12(1), 65-73.
- ANTLE, R.; NALEBUFF, B. (1991): "Conservatism and auditor-client negotiations". *Journal of Accounting Research*, 29, Sup. 31-54.
- ARCHAMBEAULT, D.; DEZOORT, F.T. (2001): "Auditor opinion shopping and the audit committee: An analysis of suspicious auditor switches". *International Journal of Auditing*, 5, 33-52.
- ARENS, A.; LOEBBECKE, J. (1984), *auditing: An Integral Approach*. Prentice Hall, New York.
- ARRUÑADA, B. (1997): *La calidad de la auditoría. Incentivos privados y regulación*. Marcial Pons, Madrid.
- ARRUÑADA, B. (1999): "The provision of non-audit services by auditors: let the market evolve and decide". *International Review of Law and Economics*, 19, 513-531.
- ARRUÑADA, B.; PAZ-ARES, C. (1997): "Mandatory rotation of company auditors: A critical examination". *International Review of Law and Economics*, 17, 31-61,

- ASHTON, R.H.; WILLINGHAM, J.J.; ELLIOT, R.K. (1987): "An empirical analysis of audit delay". *Journal of Accounting Research*, 25, otoño, 275-292.
- AUSTRALIAN ACCOUNTING RESEARCH FOUNDATION (1994). *Auditing Practice Statement AUP 3 – Audit Independence*. Australia.
- BAIMAN, S.; EVANS, J.H.; NOEL, J. (1987): "Optimal contracts with a utility-maximizing auditor". *Journal of Accounting Research*, 25(2), 217-244.
- BAIMAN, S.; EVANS, J.H.; NAGARAJAN, N.J. (1991): "Collusion in auditing". *Journal of Accounting Research*, 29(1), 1-18.
- BALVERS, R. J.; MCDONALD, B.; MILLER, R. E. (1988): "Underpricing of new issues and the choice of auditor as a signal of investment banker reputation". *The Accounting Review*, 53(4), 605-622.
- BALL, R.; WALKER, R.; WHITTE, G. (1979): "Audit Qualifications and Share Prices". *Abacus*, junio, 23-34.
- BAMBER, E.M.; BAMBER, L.S.; SCHODERBECK, M.P. (1993): "Audit structure and other determinants of audit report lag: An empirical analysis". *Auditing*, 12(1), 1-23.
- BANKS, D.; KINNEY, W. (1982): "Loss Contingency Reports and Stock Prices: An Empirical Study". *Journal of Accounting Research*, 1, 240-254.
- BARKESS, L.; SIMMETT, R. (1994): "The provision of other services by auditors: Independence and pricing issues". *Accounting and Business Research*, 24(94), 99-108.
- BARKESS, L.; STOKES, D. (2000): "The relevance of audit firm reputation in local markets for auditor choice". 23th Annual Congress of the European Accounting Association, Munich (Alemania).
- BARNES, P.; HUAN, H. D. (1993): "The auditor's going concern decision: some UK evidence concerning independence and competence". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 20(2), 213-228.
- BASKIN, E. (1972): "The Communicative Effectiveness of Consistency Exceptions". *The Accounting Review*, 1, 38-51.
- BAZERMAN, M. X.; MORGAN, K. P.; LOEWENSTEIN, G. F. (1997): "The impossibility of auditor independence". *Sloan Management Review*, verano, 89-95.
- BEATTIE, V; FEARNLEY, S. (1995): "The importance of audit firm characteristics and the drivers of auditor change in UK listed companies". *Accounting and Business Research*, 25(100), 227-239.
- BEATTIE, V.; FEARNLEY, S. (1998): "Audit market competition: Auditor changes and the impact of tendering". *British Accounting Review*, 30, 261-289.
- BEATTIE, V.; BRANDT, R.; FEARNLEY, S. (1999): "Perceptions of auditor independence: U.K. evidence". *Journal of International Accounting Auditing & Taxation*, 8(1), 67-107.
- BEATTIE, V.; FEARNLEY, S.; BRANDT, R. (2000): "Behind the audit report: A descriptive study of discussions and negotiations between auditors and directors". *International Journal of Auditing*, 4, 177-202.
- BEATTY, R. P. (1989): "Auditor reputation and the pricing of initial public offerings". *The Accounting Review*, 64 (4), 693-709.
- BECK, P.; FRECKA, T.; SOLOMON, I. (1988): "An empirical analysis of the relationship between MAS involvement and auditor tenure: Implications for auditor independence". *Journal of Accounting Literature*, 7, 65-84.
- BECKER, C.L.; DEFOND, M.L.; JIAMBALVO, J.; SUBRAMANYAM, K.R. (1998): "The effect of audit quality on earnings management". *Contemporary Accounting Research*, 15, primavera, 1-24.
- BÉDARD, J.; COULOMBE, D.; COURTEAU, L. (2000): "Demand and supply of auditing in IPOs: An empirical analysis of the Québec market". *Documento de trabajo*. www.ssrn.com
- BEDINGFIELD, J. P.; LOEB, S. E. (1974): "Auditor changes- an examination". *The Journal of Accountancy*, marzo, 66-69.

- BEHN, B. K.; CARCELLO, J. V.; HERMANSON, D. R.; HERMANSON, R. H. (1997): "The determinants of audit client satisfaction among clients of Big 6 Firms". *Accounting Horizons*, 11(1), 7-25.
- BELL, T.B.; TABOR, R.H. (1991): "Empirical analysis of audit uncertainty qualifications". *Journal of Accounting Research*, 29(2), 350-370.
- BIEDMA LÓPEZ, E.; GÓMEZ AGUILAR, N.; LARRÁN JORGE, M.; RUIZ BARBADILLO, E. (2001): "La formación de comités de auditoría en España: Evidencias empíricas de las empresas que cotizan en el mercado de capitales español". VII Jornadas de Trabajo de Análisis Contable de ASE-PUC. Madrid.
- BOCKUS, K.; GIGLER, F. (1998): "A theory of auditor resignation". *Journal of Accounting Research*, 36(2), 191-208.
- BOLUFER NIETO, R. (1994): "Balance de la reforma contable mercantil". *Partida Doble*, 50, 5-26.
- BRANDSHAW, M.T.; RICHARDSON, S.A.; SLOAN, R.G. (2001): "Do analysts and auditors use information in accruals?". *Journal of Accounting Research*, 39(1), 45-74.
- BRIO, E. (1998): "Efectos de las salvedades de los informes de auditoría sobre el precio de las acciones en la Bolsa de Madrid". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 27, 129-170.
- BURTON, J. C.; ROBERTS, W. (1967): "A study of auditor changes". *The Journal of Accountancy*, abril, 31-36.
- BUTTERWORTH, S.; HOUGHTON, K. A. (1995): "Auditor switching: The pricing of audit services". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 22(3), 323-344.
- CABAL GARCÍA, E. (2000A): "La efectividad comunicativa del informe de auditoría medida a través de su impacto en el mercado bursátil". *Revista de Contabilidad y Tributación*, agosto-septiembre, 123-178.
- CABAL GARCÍA, E. (2000B): "Realidad y expectativas en torno al informe de auditoría de cuentas anuales: Aspectos normativos, problemas y posibles soluciones". *Revista Técnica*, 17, 14-37.
- CADBURY COMMITTEE (1992): *Report of the Committee in the financial aspects of corporate governance*. Londres.
- CAMPISI, S.; TROTMAN, K.T. (1985): "Auditor Consensus in Going Concern Judgments". *Accounting and Business Research*, 15 (60), 303-311.
- CANADIAN INSTITUTE OF CHARTERED ACCOUNTANTS (1988): *Report of the Commission to study the Public's Expectations of Audit*. McDonald Commission, Toronto.
- CAÑIBANO CALVO, L.; CASTRILLO LARA, L.A. (1999): "La independencia de los auditores: un nuevo enfoque". *Actualidad Financiera*. Año IV, 3º trimestre. Monografía 21-39.
- CARCELLO, J.V.; PALMROSE, Z. (1994): "Auditor litigation and modified reporting on bankrupt clients". *Journal of Accounting Research*, 32 (suplemento), 1-30.
- CARCELLO, J. V.; HERMANSON, R. H.; MCGRATH, N. T. (1992): "Audit quality attributes: The perceptions of audit partners, preparers and financial statement users". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11(1), 1-15.
- CARCELLO, J. V., HERMANSON, D. R.; HUSS, H. F. (1995): "Temporal Changes in Bankruptcy-Related Reporting". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, summer, 133-143.
- CARMICHAEL, D.R.; SWIERINGA, R.J. (1968): "The compatibility of auditing, independence and management services—An identification of issues". *The Accounting Review*, Julio, 697-705.
- CARPENTER, C. G.; STRAWSER, R. H. (1971): "Displacement of auditors when clients go public". *Journal of Accountancy*, junio, 55-58.

- CASTRILLO LARA, L.; LÓPEZ DE FORONDA PÉREZ, O.; NAVAZO RUIZ, J. (2000): "Qualified audit opinions and stock prices: The Spanish case". 23th Annual Congress of the European Accounting Association, Munich (Alemania).
- CATANACH, A.H.; WALKER, P.L. (1999): "The international debate over mandatory auditor rotation: A conceptual research framework". *Journal of International Accounting Auditing & Taxation*, 8(1), 43-66.
- CITRON, D.; TAFFLER, R. (1992): "The Audit Report under Going Concern Uncertainties: An Empirical Analysis". *Accounting and Business Research*, 88, 337-345.
- COLBERT, G.; MURRAY, D. (1998): "The association between auditor quality and auditor size: An analysis of small CPA firms". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 13, 135-150.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1996): Libro Verde: Función, posición y responsabilidad civil del auditor legal en la Unión Europea. 96/C 321/01, Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 28 octubre.
- COMISIÓN EUROPEA (2000): "Consultative paper on Statutory auditors' independence in the EU: A set of Fundamental Principles". Bruselas.
- COPLEY, P.A.; DOUCET, M.S. (1993): "Auditor tenure, fixed fee contracts, and the supply of substandard single audits". *Public Budgeting & Finance*, 13(3), 23-35.
- COPLEY, P.A.; DOUTHETT, E.B. (2002): "The association between auditor choice, ownership retained, and earnings disclosure by firms making initial public offerings". *Contemporary Accounting Research*, 19(1), 49-75.
- COUSIN, J.; MITCHELL, A.; SIKKA, P. (1999): "Auditor liability: The other side of the debate". *Critical Perspectives on Accounting*, 10, 283-312.
- CRASWELL, A. T. (1988): "The association between qualified opinions and auditor switches". *Accounting and Business Research*, invierno, 23-31.
- CRASWELL, A.T. (1999): "Does the provision of non-audit services impair auditor independence?". *International Journal of Auditing*, 3, 29-40.
- CRASWELL, A. T.; FRANCIS, J. R.; TAYLOR, S. L. (1995): "Auditor brand name reputations and industry specializations". *Journal of Accounting & Economics*, 20, 297-322.
- CRASWELL, A.T.; FRANCIS, J.R.; TAYLOR, S.L. (1996): "The effect of audit market deregulation on the pricing of brand name reputation". Documento de trabajo. www.ssrn.com.
- CRASWELL, A.; STOKES, D.J.; LAUGHTON, J. (2002): "Auditor independence and fee dependence". *Journal of Accounting and Economics*, 33, 253-275.
- CULVENOR, J.; GODFREY, J.M. (2000): "The derived demand for specialist auditor services". 23th Annual Congress of the European Accounting Association, Munich (Alemania).
- CHEN, K.; CHURCH, B. (1996): "Going Concern Opinions and the Market's Reaction to Bankruptcy Filings". *The Accounting Review*, enero, 117-128.
- CHOW, C. W.; RICE, S. J. (1982): "Qualified audit opinions and auditor switching". *The Accounting Review*, 57(2), 326-335.
- DATAR, S.; ALLES, M. (1999): "The formation and role of reputation and litigation in the auditor-manager relationship". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 14(4), 401-428.
- DAVIDSON, R.A.; NEU, D. (1993): "A note on the association between audit firm size and audit quality". *Contemporary Accounting Research*, 9(2), 479-488.
- DAVIES, R. (1982): "An Empirical Evaluations of Auditors' 'Subject-to' Opinions". *The Accounting Review*, 1, 13-32.

- DE FUENTES, C.; GARCÍA BENAÚ, A.; GÓMEZ AGUILAR, N.; RUIZ BARBADILLO, E. (2000): "Audit quality and going concern opinion: empirical evidence from Spanish companies". 23rd Annual Conference of the European Accounting Association, Munich (Alemania).
- DEANGELO, L. E. (1981a): "Auditor size and audit quality". *Journal of Accounting & Economics*, 3, 183-199.
- DEANGELO, L. E. (1981b): "Auditor independence, 'low balling', and disclosure regulation". *Journal of Accounting & Economics*, 3, 113-127.
- DEANGELO, L. E. (1982): "Mandated successful efforts and auditor choice". *Journal of Accounting & Economics*, 4, 171-203.
- DECHOW, P.M.; SLOAN, R.G.; SWEENEY, A.P. (1996): "Causes and consequences of earnings manipulations: An analysis of firms subject to enforcement actions by the SEC". *Contemporary Accounting Research*, 13(1); 1-36.
- DEFOND, M. L. (1992): "The association between changes in client firm agency costs and auditor switching". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11(1), 16-31.
- DEFOND, M.L.; JIAMBALVO, J. (1993). "Factors related to auditor-client disagreements over income-increasing accounting methods". *Contemporary Accounting Research*, 9(2), 415-431.
- DEFOND, M.L.; PARK, C.W. (2001): "The reversal of abnormal accruals and the market valuation of earning surprises". *The Accounting Review*, 76 (3), 375-404.
- DEFOND, M.L.; SUBRAMANYAM, K.R. (1998): "Auditor changes and discretionary accruals". *Journal of Accounting and Economics*, 25, 35-67.
- DEFOND, M.L.; FRANCIS, J.R.; WONG, T.J. (2000): "Auditor industry specialization and market segmentation: Evidence from Hong Kong". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 19(1), 49-66.
- DEIS, D. R.; GIROUX, G. (1996): "The effect of auditor change on audit fees, audit hours and audit quality". *Journal of Accounting and Public Policy*, 15, 55-76.
- DEIS, D. R.; GIROUX, G.A. (1992): "Determinants of audit quality in the public sector". *The Accounting Review*, 67(3), 462-479.
- DHALIWAL, D.S.; SCHATZBERG, J.F.; TROMBLEY, M.A. (1993): "An analysis of the economic factors related to auditor-client disagreements preceding auditor changes". *Auditing*, 12(2), 22-38.
- DODD, P.; DOPUCH, N.; HOLTHAUSEN, R.; LEFTWICH, R. (1984): "Qualified Audit Opinions and Stock Prices. Information Content, Announcement Dates, and Concurrent Disclosures". *Journal of Accounting and Economics*, 1, 3-38.
- DOPUCH, N.; KING, R.R. (1996): "The effects of low-balling on audit quality: an experimental markets study". *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 11(1), 45-68.
- DOPUCH, N.; SIMUNIC, D. (1980): "The Nature of Competition in the Auditing Profession: A Descriptive and Normative View". In *Regulation and the Accounting Profession*. Edited by Buckley, J. and Weston, J. Lifetime Learning, 77-94.
- DOPUCH, N.; SIMUNIC, D. (1982): *Competition in Auditing: An Assessment*. In *Symposium on Auditing Research IV*. University of Illinois.
- DOPUCH, N.; HOLTHAUSEN, R.; LEFTWICH, R. (1986): "Abnormal Stock Returns Associated with Media Disclosures of 'Subject to' Qualified Audit Opinions". *Journal of Accounting and Economics*, 1, 93-117.
- DOPUCH, N.; HOLTHAUSEN, R. W.; LEFTWICH, R. W. (1987): "Predicting audit qualifications with financial and market variables". *The Accounting Review*, 62(3), 431-454.
- DOUTHETT, E.B.; DUCHAC, J.E.; WARREN, D.L. (2001): "The association between auditor size and bank regulator ratings". *Journal of Managerial Issues*, 13 (1), 13-27.

- DUNN, K.A.; MAYHEW, B.W.; MORSFIELD, S.G. (2000): "Auditor industry specialization and client disclosure quality". Documento de trabajo.
- DYE, R. A. (1991): "Informationally motivated auditor replacement". *Journal of Accounting and Economics*, 14, 347-374.
- DYE, R.A. (1993): "Auditing standards, legal liability, and auditor wealth". *Journal of Political Economy*, 101(5), 887-914.
- DYE, R.A. (1995): "Incorporation and the audit market". *Journal of Accounting and Economics*, 19, 75-114.
- EICHENSEHER, J.W.; HAGIGI, M.; SHIELDS, D. (1989) "Market reaction to auditor changes by OTC companies". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 9(1), 29-40.
- ELITZUR, R.R.; FALK, H. (1996): "Auctions for audit services and low-balling". *Auditing*, 15 supl., 41-59.
- ELLIOT, J. (1982): "'Subject to' Audit Opinions and Abnormal Securities Returns-Outcomes and Ambiguities". *Journal of Accounting Research*, 2, 617-638.
- ETTREDGE, M.; GREENBERG, R. (1990): "Determinants of fee cutting on initial audit engagements". *Journal of Accounting Research*, 28(1), 198-210.
- FEE 'THE EUROPEAN FEDERATION OF ACCOUNTANTS' (1995). "Audit independence and objectivity. Position Paper". Bruselas.
- FIRTH, M. (1978): "Qualified Audits Reports: Their Impact on Investment Decisions". *The Accounting Review*, 3, 642-650.
- FIRTH, M. (1990): "Auditor reputation: the impact of critical reports issued by government inspectors". *Rand Journal of Economics*, 21(3), 374-387.
- FIRTH, M. (1999): "Company takeovers and the auditor choice decision". *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*, 8(2), 197-214.
- FIRTH, M. (2002): "Auditor-Provided consultancy services and their associations with audit fees and audit opinions". *Journal of Business Finance & Accounting*, 29(5 y 6), 661-693.
- FIRTH, M.; LIAU-TAN, C. K. (1998): "Auditor quality, signalling, and the valuation of initial public offerings". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 25(1), 145-165.
- FLEAK, S.; WILSON, E. (1994): "The incremental information content of the going concern audit opinion". *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 9, 149-166.
- FRANCIS, J. R. (1984): "The effect of audit firm size on audit prices". *Journal of Accounting and Economics*, 6, 133-151.
- FRANCIS, J. R.; STOKES, D. J. (1986): "Audit prices, product differentiation, and scale economies: further evidence from the Australian market". *Journal of Accounting Research*, 24(2), 383-393.
- FRANCIS, J. R.; WILSON, E. R. (1988): "Auditor changes: A joint test of theories relating to agency costs and auditor differentiation". *The Accounting Review*, 58(4), 663-682.
- FRANCIS, J.R.; KRISHNAN, J. (1999): "Accounting Accruals and auditor reporting conservatism". *Contemporary Accounting Research*, 16(1), 135-165.
- FRANCIS, J.R.; STOKES, D.J.; ANDERSON, D. (1999): "City markets as a unit of analysis in audit research and the re-examination of Big 6 market shares". *Abacus*, 35(2), 185-206.
- FREDERICK, D.M.; LIBBY, R. (1986): "Expertise and Auditors' Judgments of Conjunctive Events". *Journal of Accounting Research*, 24 (2), 270-291.
- FRIED, D.; SCHIFF, A. (1981): "CPA switches and associated market reactions". *The Accounting Review*, 56(2), 326-341.
- GARCÍA BENAÚ, M.A. (1995): "Cinco años de auditoría obligatoria en España". *Actualidad Financiera*, 48, 1-11.

- GARCÍA BENAÚ, M. A. (1997): "El debate internacional sobre las expectativas de la auditoría". II Jornadas de Trabajo sobre Auditoría Contable, Santander.
- GARCÍA BENAÚ, M.A.; HUMPHREY, C. (1995): "La auditoría y el fraude: algunas consideraciones internacionales". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXIV (84), 697-725.
- GARCÍA BENAÚ, M.A.; RUIZ BARBADILLO, E.; VICO MARTÍNEZ, A. (1998): Análisis de la estructura del mercado de auditoría en España. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- GARCÍA BENAÚ, M.A.; RUIZ BARBADILLO, E.; HUMPHREY, C.; HUSAINI, W. (1999a): "Success in failure? Reflections on the changing Spanish audit. Environment". *The European Accounting Review*, 8(4), 701-730.
- GARCÍA BENAÚ, M.A.; GARRIDO, P.; VICO MARTÍNEZ, A.; MOIZER, P.; HUMPHREY, C. (1999b): "La calidad del servicio de auditoría: Los auditores vistos por sus 'clientes'". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXVIII (102), 1005-1041.
- GARCÍA BENAÚ, M. A.; RUIZ BARBADILLO, E.; VICO MARTÍNEZ, A. (2000): "Factores que condicionan la elección y el cambio de auditor en la empresa española". *Revista de Contabilidad*, 3(6), 49-80.
- GARCÍA-AYUSO COVARSI, M.; SÁNCHEZ SEGURA, A. (1999): "Un análisis descriptivo del mercado de la auditoría y de los informes emitidos por las grandes empresas españolas". *Actualidad Financiera*, n° monográfico, 3er trimestre, 41-52.
- GARSOMBKE, H.P.; ARMITAGE, J.L. (1993): "Competitive bidding, fees and auditor changes: Additional evidence". *Journal of Applied Business Research*, 9(3), 93-99.
- GEIGER, M.A.; RAGHUNANDAN, K. (2002a): "Going-concern opinions in the "New" legal environment". *Accounting Horizons*, 16(1), 17-26.
- GEIGER, M.A.; RAGHUNANDAN, K. (2002b): "Auditor tenure and audit reporting failures". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 21(1), 68-78.
- GIBBINS, M.; SALTERIO, S.; WEBB, A. (2001): "Evidence about auditor-client management negotiation concerning client's financial reporting". *Journal of Accounting Research*, 39(3), 535-563.
- GOLDMAN, A.; BARLEV, B. (1974): "The auditor-firm conflict of interest: Its implications for independence". *The Accounting Review*, octubre, 707-718.
- GÓMEZ AGUILAR, M. N.; RUIZ BARBADILLO, E. (2000): "Un estudio empírico sobre la relación entre informe de auditoría y cambio de auditor". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. XXIX (105), 705-741.
- GONZALO ANGULO, J.A. (1995): "La auditoría, una profesión en la encrucijada de los noventa". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXIV(84), 595-629.
- GONZALO ANGULO, J.A.; GUIRAL CONTRERAS, A. (1998): "Líneas internacionales de investigación empírica en auditoría". VII Seminario Carlos Cubillo Valverde. Madrid.
- GOODWIN, J. (2002): "Auditors' conflict management styles: an exploratory study". *Abacus*, 38(3), 378-405.
- GRAJAL MARTÍN, P.; GUTIÉRREZ GARCÍA, C. (1997): "El Libro Verde: el auditor en el Mercado Único". *Partida Doble*, 80, 58-71.
- GREGORY, A.; COLLIER, P. (1996): "Audit fees and auditor change; an investigation of the persistence of fee reduction by type of change". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 23(1), 13-27.
- HAGIGI, M.; KLUGER, B. D.; SHIELDS, D. (1993): "Auditor change announcements and dispersion of investor expectations". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 20(6), 787-802.

- HAMEED, S.M. (1985): "Qualified audit opinions in the U.K.: An empirical study of the timeliness of corporate reporting behaviour". Tesis doctoral, University of London.
- HASKINS, M. E.; WILLIAMS, D. D. (1990): "A contingent model of intra-Big Eight auditor changes". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 9(3), 55-74.
- HEALY, P.; LYS, T. (1986): "Auditor changes following big eight mergers with non-big eight audit firms". *Journal of Accounting and Public Policy*, 5, 251-265.
- HENINGER, W.G. (2001): "The association between auditor litigation and abnormal accruals". *The Accounting Review*, 76(1), 111-126.
- HERMANSON, R.H.; PLUNKETT, L.M.; TURNER, D.H. (1994): "A study of the importance of certain attributes to clients' initial selections of audit firms: A longitudinal and stratified approach". *Journal of Applied Business Research*, 10(1), 101-117.
- HOGAN, C.E.; JETER, D.C. (1999): "Industry specialization by auditors". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 18(1), 1-17.
- HOPWOOD, W.; MCKEOWN, J.; MUTCHLER, J. (1989): "A test of the incremental explanatory power of opinions qualified for consistency and uncertainty". *The Accounting Review*, 64(1), 28-48.
- HUMPHREY, C. (1997): "Debating audit expectations", en Sherer, M. y Turley, S. (eds.), *Current Issues in Auditing*, 3ª Ed. Londres, Paul Chapman Publishing.
- HUMPHREY, C.; MOIZER, P.; TURLEY, S. (1992): "The audit expectations gap- plus ça change, plus c'est la même chose". *Critical Perspectives on Accounting*, 3, 137-161.
- HUMPHREY, C.; GARCÍA BENAÚ, M.A.; RUIZ BARBADILLO, E. (2003): "El debate de la responsabilidad civil de la auditoría en España: La construcción del discurso sobre la limitación de responsabilidades en las Corporaciones Profesionales". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. Pendiente de publicación.
- INSTITUTE OF CHARTERED ACCOUNTANTS IN ENGLAND AND WALES (2001). *Guide to Professional Ethics*. Statement 1.206: Changes in a professional appointment.
- INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS (1991): "Normas Técnicas de Auditoría". BOICAC nº 4, 16-51.
- INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS (2000): "Norma Técnica de Auditoría sobre errores e irregularidades". Resolución de 15 de junio.
- JOHNSON, W. B.; LYS, T. (1990): "The market for audit services". *Journal of Accounting and Economics*, 12, 281-308.
- JOHNSTONE, K.M.; SUTTON, M.H.; WARFIELD, T.D. (2001): "Antecedents and consequences of independence risk: framework for analysis". *Accounting Horizons*, 15(1), 1-18.
- JONES, F.L. (1996): "The information content of the auditor's going concern evaluation". *Journal of Accounting and Public Policy*, 15, 1-27.
- KANODIA, C.; MUKHERJI, A. (1994): "Audit pricing, lowballing and auditor turnover: A dynamic analysis". *The Accounting Review*, 69(4), 593-615.
- KAPLAN, S.E.; MENON, K.; WILLIAMS, D.D. (1990): "The effect of audit structure on the audit market". *Journal of Accounting and Public Policy*, 9, 197-215.
- KIDA, T. (1980): "An Investigation into Auditors' Continuity and Related Qualification Judgments". *Journal of Accounting Research*, 18 (2), 506.
- KING, R.R. (2002): "An experimental investigation of self-serving biases in an auditing trust game: The effect of group affiliation". *The Accounting Review*, 77(2), 265-284.
- KINNEY, W.R. (1986): "Audit technology and preferences for auditing standards". *Journal of Accounting and Economics*, 8, 73-89.

- KINNEY, W.; MCDANIEL, L. (1989): "Characteristics of firms correcting previously reported quarterly earnings". *Journal of Accounting and Economics*, 11(1), 71-93.
- KLEIN, B.; CRAWFORD, R.C.; ALCHIAN, A.A. (1978): "Vertical integration, appropriable rents, and the competitive contracting process". *Journal of Law and Economics*, 21 (2), 297-326.
- KLOCK, M. (1994): "The stock market reaction to a change in certifying accountant". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 9(2), 339-347.
- KLUGER, B.D.; SHIELDS, D. (1989): "Auditor changes, information quality and bankruptcy prediction". *Managerial and Decision Economics*, 10, 275-282.
- KNAPP, M.C. (1985): "Audit conflict: An empirical study of the perceived ability of auditors to resist management pressure". *The Accounting Review*, 60(2), 202-211.
- KNAPP, M.C.; ELIKAY, F. (1988): "Auditor changes: A note on the policy implications of recent analytical and empirical research". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 13(1), 78-86.
- KRISHNAN, G. (2002): "Audit quality and the pricing of discretionary accruals". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, (pendiente de publicar).
- KRISHNAN, J. (1994): "Auditor switching and conservatism". *The Accounting Review*, 69(1), 200-215.
- KRISHNAN, J. (2002): "The timing and information content of auditors' exhibit letters relating to auditor changes". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 21(1), 29-46.
- KRISHNAN, J.; KRISHNAN, J. (1996): "The role of economic trade-offs in the audit opinion decision: An empirical analysis". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 11(4), 565-586.
- KRISHNAN, J.; STEPHENS, R.G. (1995): "Evidence on Opinion Shopping from audit opinion conservatism". *Journal of Accounting and Public Policy*, 14, 179-201.
- KRISHNAN, J.; KRISHNAN, J. (1997): "Litigation risk and auditor resignations". *The Accounting Review*, 72(4), 539-560.
- KRISHNAN, J.; SCHAUER, P. C. (2000): "The differentiation of quality among auditors: Evidence from the non-for-profit sector". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 19(2), 9-25.
- KRISHNAN, J.; KRISHNAN, J.; STEPHENS, R. G. (1996): "The simultaneous relation between auditor switching and audit opinion: an empirical analysis". *Accounting and Business Research*, 26(3), 224-236.
- KWON, S.Y. (1996): "The impact of competition within the client's industry on the auditor selection decision". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 15(2), 53-69.
- LARRIBA DÍAZ-ZORITA, A.; SERRANO MORACHO, F. (1999) "La Ley de Auditoría española, su significación y bases para una posible reforma". *Revista de Contabilidad*, 2(4), 49-107.
- LEE, P.; STOKES, D.; TAYLOR, S.; WALTER, T. (1999): "The association between audit quality, accounting disclosures and firm-specific risk: Evidence from the Australian IPO market". Documento de trabajo. www.ssrn.com.
- LENNOX, C.S. (1999a): "Audit quality and auditor size: An evaluation of reputation and deep pockets hypotheses". *Journal of Business, Finance & Accounting*, 26(7) & (8), 779-805.
- LENNOX, C.S. (1999b): "The accuracy and incremental information content of audit reports in predicting bankruptcy". *Journal of Business, Finance & Accounting*, 26(5) & (6), 757-778.
- LENNOX, C. (2000): "Do companies successfully engage in opinion-shopping? Evidence from the UK". *Journal of Accounting and Economics*, 29, 321-337.
- LEVINTHAL, D.A.; FICHMAN, M. (1988): "Dynamics of interorganizational attachments: auditor-client relationships". *Administrative Science Quarterly*, 33, 345-369.

- LIBBY, R.; FREDERICK, D.M. (1990): "Experience and the ability to explain audit findings". *Journal of Accounting Research*, 28(2), 348-367.
- LOWE, D.J.; PANY, K. (1996): "An examination of the effects of type of engagement, materiality and structure on CPA consulting engagements with audit clients". *Accounting Horizons*, 10(4), 32-51.
- MAGEE, R. P.; TSENG, M. (1990): "Audit pricing and independence". *The Accounting Review*, 65(2), 315-336.
- MARTIN, D.M. (1988): "An effort to deter opinion shopping". *The Journal of Corporation Law*, invierno, 419-441.
- MARTÍNEZ GARCÍA, F.J. (1996a): "Investigación en auditoría". Ponencia presentada a la I Jornada de Trabajo sobre Auditoría Contable de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, Sevilla.
- MARTÍNEZ GARCÍA, F.J. (1996b). *Materialidad y riesgo en auditoría*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- MARTÍNEZ GARCÍA, F.J.; FERNÁNDEZ LAVIADA, A.; SOMOHANO RODRÍGUEZ, F. (2000): "La situación de la auditoría en Cantabria: Una aportación al debate sobre la función actual de la auditoría". IX Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad, Las Palmas de Gran Canaria.
- MATSUMURA, E. M.; SUBRAMANYAM, K. R.; TUCKER, R. R. (1997): "Strategic auditor behaviour and going concern decisions". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 24(6), 727-758.
- MAYHEW, B.W. (2001): "Auditor reputation building". *Journal of Accounting Research*, 39(3), 599-617.
- MCCONNELL, D. K. (1984): "Auditor changes and related disagreements". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 3(2), 44-56.
- MELUMAD, N. D.; ZIV, A. (1997): "A theoretical examination of the market reaction to auditors' qualifications". *Journal of Accounting Research*, 35(2), 239-256.
- MENON, K.; WILLIAMS, D. D. (1991): "Auditor credibility and initial public offerings". *The Accounting Review*, 66 (2), 313-332.
- MENON, K.; WILLIAMS, D.D. (1999): "Error cost and auditors' termination decision". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 14(2), 95-123.
- MENON, K.; WILLIAMS, D.D. (2001): "Long-term trends in audit fees". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 20(1), 116-136.
- MOIZER, P. (1997): "Auditor reputation: the international empirical evidence". *International Journal of Auditing*, 1(1), 61-74.
- MORRIS, M.H.; NICHOLS, W.D. (1988): "Consistency exceptions: Materiality judgments and audit firm structure". *The Accounting Review*, 63(2), 237-254.
- MURNINGHAN, J.K.; BAZERMAN, M.H. (1990): "A perspective on negotiation research in accounting and auditing". *The Accounting Review*, 65(3), 542-657.
- MUTCHLER, J. F.; WILLIAMS, D.D. (1990): "The relationship between audit technology, client risk profiles, and the going-concern opinion decision". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 9(3), 39-54.
- MUTCHLER, J. F.; HOPWOOD, W.; MCKEOWN, J. M. (1997): "The influence of contrary information and mitigating factors on audit opinion decisions on bankrupt companies". *Journal of Accounting Research*, 35(2), 295-310.
- NICHOLS, D. R.; PRICE, K. H. (1976): "The audit-firm conflict: An analysis using concepts of exchange theory". *The Accounting Review*, abril, 335-346.

- NICHOLS, D.; SMITH, D. (1983): "Auditor credibility and auditor changes". *Journal of Accounting Research*, 21(2), 534-544.
- O'LEARY, C. (1996): "Compulsory rotations of audit firms for public companies?". *Accountancy Ireland*, abril, 20-22.
- O'KEEFE, T.B.; KING, R.D.; GAVER, K.M. (1994a): "Audit fees, industry specialization, and compliance with GAAS reporting standards". *Auditing*, 13(2), 41-55.
- O'KEEFE, T.B.; SIMUNIC, D.A.; STEIN, M.T. (1994b): "The production of audit services: Evidence from a major public accounting firm". *Journal of Accounting Research*, 32, 241-261.
- O'SULLIVAN, N. (1993): "Auditors' liability: Its role on the corporate governance debate". *Accounting and Business Research*, 23, 412-420.
- PALMROSE, Z. (1986): "Audit fees and auditor size: Further evidence". *Journal of Accounting Research*, 24(1), 97-110.
- PALMROSE, Z. (1988): "An analysis of auditor litigation and audit service quality". *The Accounting Review*, 63 (1), 55-73.
- PALMROSE, Z.; SAUL, R.S. (2001): "The push for auditor independence". *Regulation*, 24(4), 18-23.
- PAZ-ARES, C. (1996): *La ley, el mercado y la independencia del auditor*. 1ª Ed. Editorial Civitas, S.A. Madrid
- PERSONS, O.S. (1995): "Firms' financial conditions and investors' perception of auditor changes". *The Mid-Atlantic Journal of Business*, 31(2), 193-207.
- PIOT, C. (2001): "Agency costs and audit quality: evidence from France". *The European Accounting Review*, 10 (3), 461-499.
- PRADO LORENZO, J.M.; GONZALO BRAVO, I.; MARTÍN JIMÉNEZ, D. (1995): "La situación de la auditoría en España desde la perspectiva de los auditores". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 24(84), 631-666.
- PRAWITT, D.F. (1995): "Staffing assignments for judgement-oriented task: The effects of structured audit technology and environment". *The Accounting Review*, 70(julio), 443-465.
- PUCHETA, C. (2002): "Evidencia empírica del contenido informativo del informe de auditoría". Tesis Doctoral. Universidad de Valencia.
- RAFFOURNIER, B.; WALTON, P. (1999): "An empirical investigation of concentration, country segmentation and industry specialisation in the European audit market". 22th Annual Congress of the European Accounting Association, Bordeaux (Francia).
- RAGHUNANDAN, K.; RAMA, D.V. (1999): "Auditor resignations and the market for audit services". *Auditing*, 18(1), 124-134.
- RAGHUNATHAN, B.; LEWIS, B.; EVANS, J. (1994): "An empirical investigation of problem audits". *Research in Accounting Regulation*, 8, 33-58.
- REAL DECRETO 1630/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla la Ley 19/1988, de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas.
- REVISTA OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1996). Libro Verde sobre el papel, la posición y la responsabilidad del auditor reglamentario dentro de la Unión Europea.
- REYNOLDS, J.K.; FRANCIS, J.R. (2001): "Does size matter? The influence of large clients on office-level auditor reporting decisions". *Journal of Accounting and Economics*, 30, 375-400.
- RICHARD, C.; VANSTRAELEN, A. (1999): "Renewable long-term audit mandates and audit quality: A qualitative and quantitative analysis". Documento de trabajo.

- RUIZ BARBADILLO, E. (1996): "Un análisis de las fases del conflicto en el entorno de auditoría en España". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 25(89), 785-820.
- RUIZ BARBADILLO, E. (1997): *Los objetivos del informe de auditoría*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- RUIZ BARBADILLO, E.; GÓMEZ AGUILAR, N. (2001): "Evidencias sobre el cambio intencionado de auditor en España y la opinión de auditoría". En *Líneas de Investigación en Auditoría*. Simposium internacional sobre investigación en auditoría. M. Orta y J.A. Pérez (Coords.). Ed. Fundinco. Sevilla.
- RUIZ BARBADILLO, E.; HUMPHREY, C.; GARCÍA BENAÚ, M.A. (2000): "Auditors versus third parties and others: the unusual case of the Spanish audit liability 'crisis'". *Accounting History*, 5(2), 119-146.
- SALTERIO, S. (1996): "The effects of precedents and client position on auditors' financial accounting policy judgment". *Accounting Organization and Society*, 21(5), 467-486.
- SALTERIO, S.; KOONCE, L. (1997): "The persuasiveness of audit evidence: The case of accounting policy decisions". *Accounting Organization and Society*, 22(6), 573-587.
- SÁNCHEZ SEGURA, A. (1999): *El informe de auditoría: alcance, significado y evidencia empírica*. Tesis Doctoral, Universidad de Extremadura.
- SÁNCHEZ SEGURA, A. (2003): *Salvedades y cambio de auditor*. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. Pendiente de publicación.
- SÁNCHEZ SEGURA, A.; SIERRA MOLINA, G. (2001): "El informe de auditoría y su relación con las características corporativas". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. XXX (108), 349-391.
- SCHULTE, A.A. (1966): "Management services: A challenge to audit independence?". *The Accounting Review*, octubre, 721-728.
- SCHWARTZ, K.B. (1982): "Accounting changes by corporations facing possibly insolvency". *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, otoño, 32-43.
- SCHWARTZ, K. B.; MENON, K. (1985): "Auditor switches by failing firms". *The Accounting Review*, 60 (2), 248-261.
- SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION (1971). *Notification of adoption of amendments to Form 8-K, Form 7-Q, Form 10-K, and Form N-1 Q*. Washington, D.C.
- SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION (1988). *Financial Reporting Release 31: Disclosure Amendments to Regulation S-K, Form 8-K and Schedule 14-A regarding changes in Accountants and Potential Opinion Shopping Situations*. Washington, D.C.
- SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION (1989). *Financial Reporting Release 34: Acceleration of the Timing for Filing Form 8-K relating to Changes in Accountants and Resignations of Directors; Amendments to Regulation S-K regarding Changes in Accountants*. Washington, D.C.
- SHAPIRO, C. (1983): "Premiums for High Quality Products as Returns to Reputations". *The Quarterly Journal of Economics*, 98 (4), 659-680.
- SHOCKLEY, R.A. (1982): "Perceptions of audit independence: A conceptual model". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 5, 126-143.
- SHOCKLEY, R.; HOLT, R. (1983): "A behavioural investigation of supplier differentiation in the market for audit services". *Journal of Accounting Research*, 21(2), 545-564.
- SIMON, D.T. (1997): "Additional evidence on the large audit-firm fee premium as an indication of auditor quality". *Journal of Applied Business Research*, 13(4), 21-29.

- SIMON, D. T.; FRANCIS, J. R. (1988): "The effects of auditor change on audit fees: Tests of price cutting and price recovery". *The Accounting Review*, 58(2), 255-269.
- SIMUNIC, D. A. (1980): "The pricing of audit services: Theory and evidence". *Journal of Accounting Research*, 18(1), 161-188.
- SIMUNIC, D. A. (1984): "Auditing, consulting and auditor independence". *Journal of Accounting Research*, 22(2), 679-702.
- SIMUNIC, D.; STEIN, M.; (1987): *Product differentiation in auditing: Auditor choice in the market for unseasoned new issues*. Vancouver, B.C.: The Canadian Certified General Accountants' Research Foundation.
- SIMUNIC, D.A.; STEIN, M.T. (1996): "Impact of litigation risk on audit pricing: A review of the economics and the evidence". *Auditing*, 15 suppl., 119-134.
- SMITH, D. B. (1986): "Auditor 'subject to' opinions, disclaimers, and auditor changes". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 6(1), 95-108.
- STEIN, M.T.; SIMUNIC, D.A.; O'KEEFE, T.B. (1994): "Industry differences in the production of audit services". *Auditing*, 13, 128-143.
- SUTTON, S.G. (1993): "Toward and understanding of the factors affecting the quality of the audit process". *Decision Sciences*, 24, 88-105.
- TAYLOR, M.H. (2000): "The effects of industry specialization on auditors' inherent risk assessments and confidence judgements". *Contemporary Accounting Research*, 17(4), 693-712.
- TEOH, S. H. (1992): "Auditor independence, dismissal threats, and the market reaction to auditor switches". *Journal of Accounting Research*, 30(1), 1-23.
- TEOH, S.H.; WONG, T.J. (1993): "Perceived auditor quality and the earnings response coefficient". *The Accounting Review*, 68(2), 346-366.
- THOMAN, L. (1996): "Legal damages and auditor efforts". *Contemporary Accounting Research*, 13(1), 275-306.
- TITMAN, S.; TRUEMAN, B. (1986): "Information quality and the evaluation of new issues". *Journal of Accounting & Economics*, 8, 159-172.
- TOMCZYK, S. (1996): "Auditor reputation and initial public offerings by foreign companies". *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*, 5(2), 249-263.
- TÚA PEREDA, J.; GONZALO ANGULO, J.A. (1987): "La responsabilidad social del auditor". *Técnica Contable*, 460, 435-466.
- TUNTIWONGPIBOON, N.; DUGAN, M.T. (1994): "An empirical investigation of the relationship between audit structure and client attributes". *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 9(2), 225-247.
- VICO MARTÍNEZ, A. (1997): *Expectativas ante la auditoría: La independencia del auditor*. Tesis Doctoral, Universitat Jaume I.
- WALLACE, O. (1980): "What is auditor 'independence?'". *Journal of Accountancy*, 149(4), 80.
- WATTS, R.; ZIMMERMAN, J. (1986). *Positive Accounting Theory*. Prentice-Hall Englewood Cliffs, New Jersey.
- WEETS, V. (1999): "Who will be the new auditor?". 22th Annual Congress of the European Accounting Association, Bordeaux (Francia).
- WHEELER, S.; PANY, K.; CHEWNING, E. (1993): "Inter-firm differences in propensities to modify audit opinions for pre-SAS n° 58 accounting principles changes". *Accounting Horizons*, 7(3), 46-53.
- WILSON, T. E.; GRIMLUND, R. A. (1990): "An examination of the importance of an auditor's reputation". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 9(2), 43-59.

- WILSON, E. R.; KHURANA, I. K.; ALBRECHT, W. D. (1995): "Additional evidence on auditor changes: The effects of client financial condition". *Advances in Accounting*, 13, 153-168.
- WILSON, T. E.; APOSTOLOU, B.; APOSTOLOU, N.G. (1997): "An examination of the effect of regulatory actions on client retention". *International Journal of Auditing*, 1(1), 31-41.
- WILLENBORG, M.; MCKEOWN, J.C. (2001): "Going-concern initial public offerings". *Journal of Accounting and Economics*, 30, 279-313.
- WILLIAMS, D. D. (1988): "The potential determinants of auditor change". *Journal of Business, Finance and Accounting*, 15(2), 243-261.
- WILLIAMS, D.D.; DIRSMITH, M.W. (1988): "The effects of audit technology on auditor efficiency: Auditing and the timeliness of client earnings announcements". *Accounting Organizations and Society*, 13(5), 487-508.
- WINES, G. (1994): "Auditor independence, audit qualifications and the provision of non-audit services: A note". *Accounting and Finance*, mayo, 1, 75-86.
- ZIMBELMAN, M.F.; WALLER, W.S. (1999): "An experimental investigation of auditor-auditee interaction under ambiguity". *Journal of Accounting Research*, 37, supl., 135-149.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y HACIENDA