

FACTORES QUE CONDICIONAN LA ELECCIÓN Y EL CAMBIO DE AUDITOR EN LA EMPRESA ESPAÑOLA*

(Factors Affecting Auditor Choice and Auditor Change in Spanish Firms)

María Antonia García Benau

Catedrática de la Universidad de Valencia

Emiliano Ruiz Barbadillo

Profesor Titular de la Universidad de Cádiz

Antonio Vico Martínez

Profesor Titular de la Universidad Jaume I

RESUMEN

En la elección de auditor, así como en la decisión acerca de su cambio, influyen diversos factores y en diferente medida. Aunque en otros países han sido llevados a cabo estudios empíricos con el objeto de determinar los extremos anteriores, hasta la fecha no han sido realizados en nuestro país trabajos que pongan de manifiesto cuáles son las variables que afectan ambas decisiones así como su grado de relevancia. En este artículo se presentan los resultados de un estudio empírico en el que se recopilaban las valoraciones expresadas por 60 empresas respecto a 41 factores que fueron propuestos a través de un cuestionario como posibles variables a tener en cuenta a la hora de elegir y cambiar de auditor. Los resultados obtenidos revelan, entre otros aspectos, que en la elección de auditor priman especialmente factores como las características técnicas del servicio y la imagen pública de la firma de auditoría. En el cambio de auditores, sin embargo, influyen especialmente las relaciones mantenidas entre empresa y auditor. Palabras clave: elección de auditor, cambio de auditor, auditoría.

ABSTRACT

There are several factors that influence, in different ways, the decision to choose and change an auditor. Even though empirical research seeking to determine these factors has been carried out in other countries, until now there have no studies in Spain seeking to show which variables affect both decisions and with what degree of significance. This paper presents the results of an empirical analysis that brings together the assessments provided by 60 firms, responding to a questionnaire, of 41 possible factors to bear in mind when choosing and changing an auditor. The results obtained indicate, among other things, that factors such as technical characteristics of the auditing service and the public prestige of the audit firm are predominant in choosing an auditor. As regards the decision to change auditors, however, the relationship between firm and auditor is particularly influential.

Key words: auditor choice, auditor change, auditing.

* Este trabajo se ha beneficiado de las ayudas concedidas con el proyecto GV00-059-8 de la Generalitat Valenciana y por el proyecto PB98-1112-C03-03 del Ministerio de Educación y Ciencia.

1. INTRODUCCIÓN

La elección y cambio de auditor se enmarca dentro del conjunto de decisiones empresariales relacionadas con la información financiera. Este tipo de decisiones se encuentra condicionada por varios factores: La estructura organizativa de la empresa, las cualidades de los auditores potenciales y la función que los mismos desarrollan, y los costes que a la empresa le suponga el cambio de auditor, factor este último que sólo se dará cuando se plantee el cambio de auditor.

Con la decisión de elegir o cambiar de auditor la empresa busca optimizar una decisión interna y dar confianza al exterior de la información financiera que se publica. Lógicamente se valorará también el coste del mismo en el caso de que la decisión sea el cambio de auditor. Por su parte, la posición de los auditores se encuentra definida por el hecho de que están ofreciendo un servicio en el mercado que debe ser requerido por sus clientes. Evidentemente, esto crea un juego de oferta y demanda que permite plantear el tema de la elección y del cambio de auditor como una relación con dos factores fundamentales: El de la propia empresa, como unidad final de toma de decisiones, y el del auditor como factor externo que añade información complementaria para que la empresa tome su decisión. En nuestro caso, pensamos que esta cuestión debe abordarse tanto desde la posición de la empresa como del auditor, ya que si bien la organización es la demandante del servicio, los auditores son los que están condicionando la demanda de las organizaciones a la oferta que ellos realizan.

Como planteamiento de este debate existe una cuestión previa que consideramos fundamental para poder entender el fondo de la cuestión: ¿Podríamos decir que el producto ofrecido por un auditor difiere considerablemente del que ofrece otro auditor? El posicionamiento que se adopte ante esta cuestión es de gran relevancia ya que condiciona todo el razonamiento posterior. Una respuesta negativa a la cuestión anterior supondría considerar la auditoría como una actividad con una gran dosis de homogeneidad y con poca diferenciación en cuanto al servicio ofertado. El trabajo del auditor consistiría, en síntesis, en ofrecer una opinión sobre si las cuentas anuales reflejan o no la imagen fiel de la empresa. Dentro de este razonamiento, la propia decisión respecto a la elección o cambio de auditor sería bastante aleatoria y estaría condicionada fundamentalmente por razones de precio o por relaciones personales. Así pues, a igualdad de servicios entre auditores, la influencia de factores distintos a los puramente profesionales, puede tener una gran importancia en la decisión final de la empresa al elegir o cambiar de auditor.

Sin embargo, otra posible visión del tema asimilaría los servicios de auditoría a otros servicios ofrecidos por el mercado y al igual que ellos estarían sometidos a una diferenciación sistemática en función del auditor encargado de su realización. En este

caso, la respuesta a la pregunta formulada anteriormente sería afirmativa. El producto ofertado presentaría entonces diferencias en cuanto a su servicio y calidad. En el caso de percibir diferenciación del servicio de auditoría, surge otra cuestión adicional: ¿Cuál o cuáles son las variables que determina y explican la elección y cambio de auditor en una empresa? Las diferencias entre servicios existen como una forma para hacer frente, por parte de las empresas de auditoría, a la alta concentración del mercado de servicios de auditoría en muy pocos oferentes, fundamentalmente en las Seis Grandes¹ (Véase Moizer y Turley, 1989; Christiansen y Loft, 1992; Corona *et al.*, 1995; García Benau *et al.*, 1998, y Marten, 1997). En este sentido, Davies y Lyon (1982) señalan que las empresas prefieren utilizar la denominada diferenciación de los productos más que entrar en la guerra de precios. No obstante, no debemos olvidar que la evidencia de muchos de los trabajos de los últimos años, entre los que destaca la aportación de DeAngelo (1981 y 1982), que han resaltado la posición contraria a la expuesta por Davies y Lyon al subrayar la práctica de ofertar servicios de auditoría por debajo del coste (lo que en la literatura anglosajona suele expresarse utilizando el término “*low-balling*”), utilizándose el mismo como una barrera de entrada para evitar el cambio de auditor (véase también, Simon y Francis, 1988; Magee y Tseng, 1990, y Kanodia y Mukherji, 1994)

El posicionamiento en una de las dos alternativas comentadas no es tan claro como podría parecer a simple vista y, de hecho, algunos de los organismos de auditoría presentan posiciones totalmente contrarias. En este sentido cabe destacar las contradicciones del posicionamiento del Informe Metcalf (1976), en el que se manifestaba que la competencia entre auditores en los Estados Unidos era muy escasa debido al alto grado de concentración existente en la industria, y el pronunciamiento de la Comisión Cohen, AICPA (1978), que dos años más tarde, indicaba que “... *hay poca diferenciación efectiva del producto desde el punto de vista del comprador del servicio...*” (p. 111), lo que subraya la existencia de gran competencia considerando que la dirección de la empresa percibe escasa o casi nula diferenciación del producto.

El estudio que presentamos se plantea cuestiones acerca de los motivos que llevan a una determinada empresa a elegir a un auditor concreto y los motivos por los que decidiría realizar un cambio de auditor. Para ello, hemos realizado un estudio empírico en el que se presentan los resultados de un cuestionario enviado por correo a los directores financieros de 500 empresas españolas.

¹ Actualmente, tras el proceso de fusión acometido por Price Waterhouse y Coopers & Lybrand, las Seis Grandes Firmas Internacionales se han convertido en Cinco. No obstante, dado que la fecha en la cual ha sido realizado este estudio es anterior a la referida fusión, nos hemos referido a las firmas internacionales como a las Seis Grandes.

La estructura de este artículo es la siguiente. Tras esta presentación, se realiza un breve repaso de los antecedentes de la literatura sobre esta cuestión, resaltando de forma sintética las principales metodologías utilizadas en los estudios más relevantes y la ubicación de nuestro estudio en la literatura. A continuación se describe la metodología, muestra y análisis estadístico utilizados en nuestro estudio empírico. Los apartados siguientes presentan los resultados de nuestro trabajo, analizando las diferencias encontradas entre las posiciones de las empresas de tamaño mediano y grande, entrando en el problema de la diferenciación del servicio de auditoría y en el análisis de las diferencias encontradas entre las empresas de la muestra. Y por último, planteamos algunas reflexiones finales.

2. ANTECEDENTES EN LA LITERATURA: BREVE REFERENCIA A ESTUDIOS PREVIOS SOBRE LA ELECCIÓN Y EL CAMBIO DE AUDITOR

El objetivo de nuestro trabajo es determinar cuáles son las variables que explican la elección de auditor y su cambio en nuestro país, motivo por el que presentamos una breve descripción de algunos de los trabajos publicados en los últimos años en el ámbito internacional. Ello servirá además para encuadrar nuestra investigación dentro de los estudios que al respecto existen en el contexto internacional.

El análisis de la estructura del mercado de auditoría y la evidencia empírica que pone de manifiesto una alta concentración de los servicios en pocas empresas, ha generado gran interés en la doctrina por explicar la naturaleza de la competencia en los mercados de auditoría, así como los factores que la determinan. En este sentido, el análisis de la elección de auditor, y en su caso la del cambio, son factores que están claramente relacionados con la estructura del mercado, por lo que el estudio de estos aspectos adquiere gran importancia para comprender el funcionamiento de los mercados de servicios de auditoría.

El punto de partida de los estudios que desarrollan estos aspectos, considera que la estructura concentrada del mercado de servicios de auditoría no surge por un proceso arbitrario de decisión, sino que existen poderosas razones económicas que explican el comportamiento de las empresas y la estructura de mercado a que dicho comportamiento da lugar. Es decir, las decisiones de elegir un auditor y del cambio del mismo, son fruto de un modelo racional, cuyas variables explicativas han sido sometidas a una importante investigación durante las últimas décadas. Tal y como señala la literatura, someter a estudio la auditoría desde la perspectiva del mercado obliga a prestar atención al demandante de la auditoría, al oferente de la misma y a los atributos del servicio ofertado. Estos factores influirán de forma directa en la configuración actual de los mercados.

2.1. Breve referencia a los estudios previos sobre elección de auditor

El análisis económico tradicional ha señalado que los demandantes de un servicio reflejan sus preferencias atendiendo a los atributos del mismo, es decir, atendiendo a su precio y a su calidad. Basándonos en este argumento, podemos afirmar que la demanda de los servicios de auditoría, y por ello la elección de un auditor, vendrá determinada por la relación precio/calidad del servicio ofrecido por los participantes en el mercado. En este sentido, la oferta deberá hacer frente a los requerimientos de la demanda de forma que se alcance un equilibrio en el mercado.

Dada la existencia de una estricta regulación sobre como ha de ser realizado el servicio de auditoría, se ha venido planteando, con cierta insistencia, que la propia naturaleza del servicio no permite la existencia de calidades diferentes. Apoyar esta tesis implica aceptar que los demandantes de la auditoría, a la hora de elegir un auditor específico, sólo serán sensibles a los precios ofertados. Desde esta consideración, la elección de un auditor estaría simplemente condicionada por los honorarios facturados, viniendo la competencia del mercado determinada por la capacidad de los diferentes oferentes para prestar el servicio a precios bajos. Una visión distinta a la anterior se apoyaría en la hipótesis de que sí que es posible ofrecer el servicio con diferentes calidades, por lo que la demanda de auditoría no es homogénea, sino que cada demandante particular exigirá una calidad específica para el servicio. En este caso, el proceso de decisión sobre qué auditor elegir, estará condicionado por la calidad que el mismo ofrece².

Al objeto de estructurar sistemáticamente los interesantes estudios que existen en la literatura sobre los determinantes de la elección de auditor, vamos a presentar en primer lugar, los relativos al precio de la auditoría como determinante de la elección y, en segundo lugar, los que se refieren a la calidad diferencial como inductora de la elección de un oferente particular. Para ello presentamos la tabla 1 como síntesis de los principales estudios de la literatura.

² El concepto de calidad de la auditoría ha sido definido por Watts y Zimmerman (1986) basándose en la capacidad del auditor para detectar errores materiales y en la capacidad del auditor para divulgar los mismos a través del informe de auditoría. Es decir, la calidad se hace depender de dos atributos claramente diferenciados como son el conocimiento y la independencia. Hemos de resaltar que ambos atributos resultan inobservables empíricamente, motivo por el cual en la literatura se han venido utilizando diversos subrogados, tales como el tamaño del auditor o la reputación que se deriva del nombre de marca, como medios para inferir la calidad de la auditoría. Para profundizar en el concepto de calidad de la auditoría puede consultarse en castellano Arruñada (1997) y García Benau *et al.* (1999).

Tabla 1
Síntesis de los principales estudios sobre elección del auditor

VARIABLES CONSIDERADAS	HIPÓTESIS DE ESTUDIO	IDEA BÁSICA		PRINCIPALES TRABAJOS
Precio del servicio.	Homogeneidad del servicio requerido.	Política predatoria de precios.		Simunic, 1980. Francis, 1984. Pong y Wittington, 1994.
		Diferentes eficiencias en las firmas de auditoría.	Economías de Escala.	Palmrose, 1986. Danis y Eichenseher, 1986.
			Economías de alcance.	Simunic, 1984. Beck <i>et al.</i> , 1988. Turpen, 1990.
			Actuaciones concretas.	Kinney, 1986. Kaplan <i>et al.</i> , 1990. Mutchler y Williams, 1990.
Calidad del servicio.	Diferenciación del servicio.	Escenarios que demandan auditorías de calidad.	Costes de Agencia.	Francis y Wilson, 1988. DeFond, 1992.
			Cotización bursátil.	Simunic y Stein, 1987. Balvers <i>et al.</i> , 1988. Beatty, 1989. Menon y Williams, 1991. Hogan, 1997.
		Audidores que ofertan calidad.	Teoría del comportamiento.	Mock y Samet, 1982. Schroeder <i>et al.</i> , 1986. Sutton y Lampe, 1990. Beattie y Fearnley, 1995.

Atendiendo al precio de los servicios de auditoría, los estudios publicados parten de la premisa de una alta homogeneidad entre los distintos oferentes que prestan el servicio. Esto supone que los demandantes no requieren calidades diferentes o bien que no las perciben. Desde esta concepción, el funcionamiento del mercado, en lo referente a la elección de auditor, sólo vendría explicado por las diferencias de precios, por lo que un conjunto de estudios han pretendido contrastar empíricamente la existencia de precios diferentes atendiendo a los diversos oferentes y estudiar si ello explica la elección de los mismos.

Entre este tipo de estudios cabe distinguir aquellos que han sometido a contrastación empírica los comportamientos orientados hacia una política predatoria de precios en el mercado de auditoría, y en especial el fenómeno de ofertar la auditoría a precios por debajo de los costes de auditoría como medio de obtener clientes, política ésta a la que se ha denominado “*lowballing*” (DeAngelo, 1981). Si se consigue demostrar la existencia de unos comportamientos sistemáticos en el mercado orientados a ofertar el servicio a precios por debajo de los costes de auditoría, se demostraría que la oferta

responde a la demanda de auditoría a precios bajos, y centrándolo en el objeto de nuestro estudio, se demostraría que el modelo de decisión de la elección de auditor viene condicionado por los precios del servicio. En este sentido, diversos estudios empíricos en Estados Unidos (Simunic, 1980), Australia (Francis, 1984) y Reino Unido (Pong y Wittington, 1994) contrastan la existencia de políticas predatorias de precios y la elección de aquellos auditores que ofertan sus servicios en condiciones más económicas.

Existe otro tipo de estudios en los que se vincula el precio de la auditoría y la elección de auditor, que están estrechamente relacionados con las políticas predatorias. En ellos se establece la hipótesis de que estas políticas obligan a aumentar la eficiencia de la auditoría, puesto que de lo contrario las firmas de auditoría no podrían mantenerse en el mercado. En los trabajos a los que nos referimos se ha estudiado la posibilidad de actuar a costes más bajos, como determinante de la elección de auditor, sometiendo a contrastación determinados factores que pueden tener lugar en las firmas de auditoría de forma que expliquen su actuación en mejores condiciones de eficiencia. Entre dichos factores podríamos resaltar las economías de escala, las economías de alcance y determinadas actuaciones seguidas por las distintas firmas auditoras.

Entre los estudios que se centran en analizar si efectivamente las distintas firmas de auditoría pueden explotar economías derivadas de su tamaño, es decir, economías de escala como medio de explicar las diferencias de eficiencia destacamos los de Palmrose (1986) y Danos y Eichenseher (1986). En ellos se han contrastado la existencia de economías de escala en el mercado de auditoría de Estados Unidos, lo que supone que las altas cuotas de mercado de las grandes firmas auditoras se explican porque operan a costes más bajos, aspecto éste consistente con la hipótesis de que la elección de auditor viene determinada por el precio del servicio. El efecto positivo que se produce en la demanda de servicios de auditoría a firmas de auditoría de gran tamaño se debe a la existencia de un importante componente de costes fijos en el desarrollo de la auditoría, de forma que mientras mayor sea la base de clientes menor será el coste medio de la auditoría y, por tanto, es mayor la posibilidad de que las grandes firmas auditoras puedan ofrecer sus servicios en condiciones de precios más bajos que el resto de oferentes del mercado.

Los estudios que han pretendido contrastar la existencia de economías de alcance, parten de la hipótesis de que las mismas tienen lugar cuando el coste de producción conjunto de ciertos bienes o servicios es menor a los costes de producción de los mismos cuando su producción tiene lugar de forma separada. La posibilidad de que existan economías de alcance se produce cuando existen costes compartidos en la producción de determinados bienes o servicios. En auditoría, la existencia de economías de alcance viene fundamentada por la posibilidad de las firmas de auditoría de ofertar varios servicios de forma conjunta tales como la auditoría, consultoría, asesoramiento fiscal, etc. El argumento estriba en que el proceso de auditoría genera un alto conoci-

miento sobre el negocio del cliente, que puede exceder al necesario para la realización de una auditoría, lo que posibilita que este exceso de conocimiento pueda ser utilizado por la firma de auditoría para ofertar otros servicios sin aumentar los precios de forma excesiva de su servicio. En este sentido, diversos estudios han puesto de manifiesto que la elección de auditor viene explicada por las economías de alcance; entre ellos, cabe destacar los trabajos de Simunic (1984), Beck *et al.* (1988) y Turpen (1990).

El último grupo de estudios que explican la elección de auditor, por motivos de precios, considera que no todos los auditores actúan en similares condiciones de eficiencia debido a la forma particular en la que ejecutan el trabajo de auditoría. Los trabajos de Kinney (1986), Kaplan *et al.* (1990) y Mutchler y Willians (1990) han demostrado que la presión de la competencia, la necesidad de controlar los costes laborales, así como la necesidad de disminuir el riesgo de auditoría, son factores que provocan que las firmas auditoras realicen esfuerzos por mejorar el proceso de auditoría a través de la utilización de metodologías estructuradas, las cuales posibilitan el desarrollo del trabajo en un menor tiempo y con mayor precisión. Ello produce un efecto positivo en los precios de la auditoría que pueden ofertar estas firmas, existiendo evidencias empíricas que demuestran que aquellas empresas que utilizan metodologías estructuradas obtienen un mayor número de clientes.

La segunda línea de investigación que se ha venido utilizando en la literatura y que hemos recogido en la tabla 2 considera, a diferencia de las líneas centradas en el precio del servicio, que el mercado de auditoría posibilita la diferenciación del servicio atendiendo a su calidad. Según esta premisa los demandantes del mismo perciben las distintas calidades ofertadas, motivo por el que serán elegidos aquellos auditores que oferten el nivel de calidad requerido. El argumento que subyace para explicar la existencia de una demanda heterogénea de calidad de la auditoría, se explica atendiendo a diversas situaciones, tales como altos costes de agencia, asimetría informativa, etc., que suponen que las empresas, para hacer frente a tales situaciones, necesitan una auditoría de alta calidad, debido a que ésta es una medida de la fiabilidad de las cifras contables, por lo que la elección de un auditor de alta calidad implica una mayor fiabilidad de la información contable que se divulga.

La investigación que intenta contrastar que la elección de auditor viene motivada por la calidad ofertada por el mismo, se ha centrado en describir una serie de escenarios donde se presume la necesidad de auditorías de alta calidad, infiriendo, a través de contrastes empíricos, que en tales escenarios son elegidos aquellos auditores que ofertan mayor calidad en sus trabajos. El diseño de estos estudios descansa pues, en la definición de un escenario donde se demanda auditoría de calidad, y también en la definición apriorística de cuáles son los auditores que ofertan auditorías de calidad. Para ello se ha venido asumiendo una definición de calidad basada en dos parámetros como son la competencia y la independencia del profesional.

Dado un escenario en el que supuestamente se requieren auditorías de calidad, se demostrará que la elección de auditor viene explicada por el atributo de calidad del producto cuando en dicho escenario sean elegidos aquellos auditores que se considera que ofertan auditorías de calidad. Sin embargo, en este tipo de estudios surge un problema importante como es el de definir a los auditores que ofertan servicios de calidad. Para ello se ha partido de la presunción de que las grandes firmas auditoras suelen contar con mayor capacitación profesional y además, dada su mayor base de clientes, pueden soportar las presiones de sus clientes y mantener una actitud independiente de los intereses de éstos; de esta forma, el tamaño del auditor y el nombre de marca de éstos, derivado de la reputación con la que cuentan las grandes firmas internacionales, se constituyen en subrogados a través de los que pretende inferirse la calidad diferencial que ofertan estos auditores.

La elección de auditores de calidad ha sido contrastada en dos escenarios: Escenarios donde se dan altos costes de agencia y escenarios donde se va a producir el lanzamiento de acciones a bolsa. El primero de estos escenarios se centra en el cambio de los costes de agencia de la empresa provocados por el incremento en la dispersión del accionariado, incrementos de capital o obtención de deuda adicional, escenarios éstos donde se requiere de auditorías de calidad y por tanto de la elección de un auditor que oferte un nivel diferenciado de calidad en el servicio prestado. Estudios como los de Francis y Wilson (1988) y DeFond (1992) contrastan la hipótesis de que existe una demanda de auditorías de calidad, al contrastarse empíricamente que aquellas empresas en las que tienen lugar las situaciones resaltadas eligen sistemáticamente a las grandes firmas internacionales. Otro tipo de estudios se centra en el lanzamiento de un paquete de acciones, y para garantizar un precio máximo, utilizan auditores que oferten alta calidad en su servicio como medio de reducir las incertidumbres de los futuros inversores. Entre este tipo de estudios destacaríamos los trabajos de Simunic y Stein (1987), Balvers *et al.* (1988), Beatty (1989), Menon y Willians (1991) y Hogan (1997).

Por último, en lo relativo al análisis del proceso de elección de auditor basado en la calidad diferencial del servicio ofertado, cabe distinguir una serie de estudios que parten de la perspectiva analítica de la teoría del comportamiento. Entre estos estudios destacamos los de Mock y Samet (1982), Schroeder *et al.* (1986), Sutton y Lampe (1990) y Beattie y Fearnley (1995), que pretenden inferir, a través de encuestas y cuestionarios, cuáles son los atributos de calidad percibidos por los individuos a la hora de elegir un auditor. En estos estudios no se parte de una definición apriorística de la calidad de la auditoría, ni se gradúa a los profesionales como oferentes de auditorías de calidades diversas. A nuestro juicio, es esta línea de trabajo la que arroja mayores precisiones en torno a los atributos de la auditoría que perciben los individuos, y que por lo tanto se constituyen en los factores determinantes de la elección de auditor, motivo por el cual pretendemos abordar nuestro estudio basándonos en el estudio de percepciones.

2.2. Breve referencia a los estudios previos sobre cambio de auditor

Como justificábamos anteriormente, no sólo resulta necesario el conocimiento de los motivos que inducen a la elección de un auditor como medio de comprender la naturaleza de la competencia del mercado de auditoría, sino que, en nuestra opinión, también se requiere un estudio de los factores que pueden inducir a las empresas a cambiar de auditor.

Los estudios sobre cambios de auditor presentados en la literatura resultan más controvertidos que los de elección de auditor. Ello es debido a que, habitualmente, tras un cambio existe un deterioro de las relaciones entre auditor y firma auditada. Este hecho en ocasiones incide, de forma importante, en la independencia de la profesión auditora y en la calidad de las auditorías realizadas. Al margen de estas consideraciones, queremos en este momento realizar una breve descripción de distintos trabajos que han tenido por objeto contrastar los motivos que inducen a las empresas a realizar cambios de auditor. Al objeto de plantear un criterio de ordenación de las investigaciones publicadas, pasamos a presentarlas en función de dos grandes líneas de trabajo, cuya síntesis recogemos en la tabla 2.

Tabla 2
Ordenación de los principales estudios sobre cambio de auditor

MOTIVOS DEL CAMBIO DE AUDITOR	IDEA BÁSICA	PRINCIPALES TRABAJOS
Relación entre cambio y precio/calidad.	Relación entre cambio y precio/calidad.	Simon y Francis, 1988. Johnson y Lys, 1990. Turpen, 1990. Buttenworth y Houghton, 1995. Gregory y Collier, 1996.
	Auditoría de calidad.	Schwartz y Menon, 1985. Francis y Wilson, 1988. Haskins y Williams, 1990. Kluger y Shields, 1991. DeFond, 1992. Andersen <i>et al.</i> , 1993. Wilson <i>et al.</i> , 1995.
	Relación auditor/cliente.	Chow y Rice, 1982. Smith, 1986. Craswell, 1988. Krishnan y Stephens, 1995. Krishnan <i>et al.</i> , 1996.
Cambios reales o potenciales.	Motivos que llevan o llevarían al cambio.	Burton y Roberts, 1967. Carpenter y Strawser, 1971. Bedingfield y Loeb, 1974. Eichenseher y Shields, 1983. Beattie y Fearnley, 1995.

En primer lugar, como puede observarse en la tabla 2, situamos aquellos trabajos que parten de cambios efectivos de auditor y en los que se trata de verificar cuáles son las razones que motivan dicho cambio. El diseño experimental de estos estudios considera los cambios observados como variable dependiente, mientras que los factores como precio y calidad son concebidos como las variables independientes que inducen a dichos cambios. Así, si tras la observación de cambios de auditor se contrasta que los honorarios de auditoría que pagan las empresas a los nuevos auditores son menores a los que se pagaban al antiguo auditor, se puede demostrar que los cambios vienen motivados por razones relacionadas con los precios de la auditoría. Estudios relevantes dentro de esta línea son los de Simon y Francis (1988), Johnson y Lys (1990), Turpen (1990), Butterworth y Houghton (1995) y Gregory y Collier (1996). Por el contrario, otros trabajos pretenden contrastar si el cambio viene motivado por la necesidad de obtener auditorías de una mayor calidad. Para ello se verifica si dichos cambios tienen lugar en determinados escenarios que pueden implicar la demanda de auditorías de mayor calidad. En este sentido, pueden destacarse estudios como los de Schwartz y Menon (1985), Haskins y Willians (1990), Kluger y Shields (1991) y Wilson *et al.* (1995) que relacionan el cambio de auditor con el deterioro financiero de la empresa, partiendo de la hipótesis de que el cambio de auditor es una de las medidas que utiliza la empresa para su saneamiento; o los cambios en los costes de agencia asociados al cambio de auditor (Francis y Wilson, 1988; Defond, 1992, y Anderson *et al.*, 1993). Por último, cabe resaltar una serie de estudios que han intentado demostrar que los cambios se producen como resultado de un deterioro de la relación auditor-cliente. En ellos se contrasta si el cambio tiene lugar tras la emisión de un informe de auditoría con salvedades, opinión adversa o denegada (Chow y Rice, 1982; Smith, 1986; Craswell, 1988; Krishman y Stephens, 1995, y Krishman *et al.*, 1996). Sobre estos estudios cabe resaltar, como hacíamos con anterioridad, que se plantean partiendo de una definición inicial de ciertos contextos que determinan un cambio en la demanda de calidad de la auditoría requerida por la empresa, o un deterioro en las relaciones entre auditor y cliente, para posteriormente a través del análisis del cambio inducir el motivo que lo explica. De esta forma, hemos de resaltar que los juicios apriorísticos en los que incurren este tipo de estudios experimentales, pueden implicar que determinadas variables no sometidas a control puedan ser las verdaderas inductoras del cambio, por lo que los contrastes empíricos pueden deberse más a casualidad que a causalidad.

Esta limitación metodológica explica la existencia de otra línea de trabajos en la que las propias empresas auditadas, a través de cuestionarios, son quienes expresan los factores que le han inducido o inducirían a un cambio de auditor. En este caso no resulta necesaria una descripción de determinados contextos para analizar el cambio, lo que permite, además, analizar conjuntamente motivos que hacen referencia a precios y a

calidad. Por otra parte no resulta necesario contar con cambios observados de auditor, datos éstos que resultan difíciles de obtener. Además, cuando se dispone de datos sobre cambios se advierte que éstos no resultan lo suficientemente numerosos como para realizar un contraste estricto de hipótesis. Estudios de este tipo son los de Burton y Roberts (1967), Carpenter y Strawser (1971), Bedingfield y Loeb (1974), Eichenseher y Shields (1983) y Beattie y Fearnley (1995). Estos autores han contrastado, basándose en las percepciones de los propios entrevistados, la existencia de una serie de aspectos como cambios en la gerencia, necesidad de contar con servicios alternativos a la auditoría, obtención de nueva deuda, insatisfacción con el trabajo ofertado, fusiones, etc., que se convierten en las razones que aconsejan o aconsejarían un cambio de auditor. La investigación que estamos presentando en este artículo, tal y como hemos expresado anteriormente al referirnos a la elección de auditor, debería situarse dentro de esta línea de estudio.

3. ESTUDIO EMPIRICO DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA ELECCIÓN Y CAMBIO DE AUDITOR EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

3.1. Metodología, muestra y análisis estadístico

El objetivo que pretendemos alcanzar a través del desarrollo del presente trabajo, es analizar qué factores o motivos son percibidos por la empresa española como determinantes de la elección de auditor, o en su caso del cambio de éste. Dada la dificultad que existe en España para contar con estadísticas que nos permitan identificar cuál es el auditor de las empresas sometidas a la obligación de presentar las cuentas anuales auditadas y observar cambios efectivos de auditor, unido a las deficiencias metodológicas de otras líneas de investigación, resaltadas en el epígrafe anterior, nuestro trabajo se basa en la técnica de cuestionarios como medio de analizar las percepciones de las empresas sobre estos extremos. Para ello ha sido elaborado un cuestionario según escalas sociométricas, donde diferentes preguntas tienen un valor numérico que permitirá cifrar la posición del entrevistado, pudiendo medir de esta forma su actitud frente al tema objeto de investigación.

A diferencia de otros trabajos, los cuales han sido resumidos en el epígrafe anterior, el cuestionario ha sido elaborado para recoger información y evidencia sobre cuáles son los atributos del producto o características del oferente que son valorados por la empresa cuando se contrata a un determinado auditor individual o firma de auditoría, o que explican o explicarían el cambio de auditor. Nuestro trabajo, por lo tanto, intenta explicar conjuntamente la elección y el cambio de auditor. Queremos destacar

que en nuestro estudio, las cuestiones formuladas no tenían como objeto conocer detalles de la firma de auditoría que actualmente presta sus servicios a las empresas de nuestra muestra, sino opiniones generales sobre las cuestiones objeto de estudio.

El cuestionario se elaboró considerando la literatura publicada y utilizando una metodología en línea con la utilizada en estudios de otros países aunque, en nuestro caso, se ajustaron las preguntas al entorno español y a la casuística particular de la auditoría en nuestro país. El estudio de las percepciones de las empresas que contestaron a nuestro cuestionario nos va a permitir, tanto en lo que se refiere a elección como a cambio, conjugar los dos atributos del servicio que hemos considerado que pueden influir en la decisión de la empresa, es decir, precio y calidad, y en el caso de que se perciban diferencias respecto a este último atributo, analizar las variables sobre las que se forman las percepciones de dicha diferenciación. Por ello, el cuestionario se estructuró con la pretensión de conocer la valoración que los entrevistados daban a los siguientes aspectos: Características técnicas del servicio de auditoría, imagen pública de la empresa auditora, importancia de las recomendaciones y la relación empresa/auditor.

Concretamente, el cuestionario comprendía una parte introductoria y dos secciones que planteaban diversas cuestiones, englobando cada una de dichas secciones conceptos similares. En cada cuestión el entrevistado debía seleccionar un valor entre 1 y 5, atendiendo al grado de acuerdo o desacuerdo con la proposición formulada. El valor 1 significa que el entrevistado no considera relevante la proposición planteada a la hora de elegir a un auditor o de decidir su sustitución, mientras que el valor 5 significa su acuerdo total con la proposición, y por tanto, que a ese factor se le asigna una gran relevancia a la hora de tomar las decisiones que estamos analizando. El valor 3 expresa una posición neutral.

La parte introductoria del cuestionario (primera sección), se refería a cuestiones generales sobre la organización empresarial en la que desarrolla sus servicios la persona entrevistada, como por ejemplo, tamaño, sector, etc. En esta parte también se recogían datos personales del entrevistado como la edad, experiencia profesional y puesto desempeñado en la empresa. En la sección segunda, fueron incluidas cuestiones al efecto de conocer qué factores son los que valoran las empresas y en qué medida influyen, a la hora de elegir su auditor. Entre ellos fueron propuestos algunos como, por ejemplo, el nivel de honorarios, la competencia técnica, reputación e imagen social de la firma, etc. Por su parte, la sección tercera y última recogía veinte cuestiones destinadas a conocer los motivos que llevarían a una empresa a plantearse un cambio de auditor, entre los que fueron propuestos algunos como la conveniencia de cambiar a una firma multinacional de auditoría, el cambio del socio responsable de la auditoría o posibles desacuerdos con las opiniones emitidas, entre otros.

El cuestionario se envió por correo a 500 empresas españolas, 150 de ellas de gran tamaño y el resto medianas, atendiendo a los criterios de clasificación de la normativa mercantil española. El único factor utilizado para discriminar a la muestra objeto de estudio ha sido el tamaño, dado que a través del mismo puede inferirse la existencia de una demanda heterogénea en lo que se refiere a la calidad de la auditoría. La clasificación de la muestra en dos grupos de empresas nos permite contrastar, por ejemplo, si las pequeñas firmas están más influidas por factores que se refieren al precio de la auditoría que a la calidad de la misma. La tabla 3 recoge el número total de cuestionarios enviados y el número de respuestas recibidas, así como el porcentaje de las mismas.

Tabla 3
Muestra y respuestas recibidas

	CUESTIONARIOS ENVIADOS	CUESTIONARIOS RECIBIDOS	% DE RESPUESTAS RESPECTO AL TOTAL
Empresas grandes.	150	44	29,33%
Empresas medianas.	350	16	4,57%
Total.	500	60	12%

Puede observarse en la tabla 3 que el nivel de respuestas recibidas se sitúa en el 12%, siendo este valor superior en las empresas grandes que en las medianas. Dentro del grupo de las 44 empresas grandes que contestaron al cuestionario 9 de ellas cotizan en bolsa. Por su parte, de las 16 empresas medianas tan sólo una afirmó cotizar en bolsa. A través del cuestionario pudimos determinar cuántas de las empresas que contestaron al mismo pertenecían a grupos de sociedades, pero no si estas podían calificarse o no de autónomas o controladas. Concretamente 17 empresas grandes y 15 medianas afirmaron pertenecer a grupos de sociedades. Por lo que respecta a los sectores de la actividad a los que pertenecen las empresas que contestaron al cuestionario hay que decir que estas pertenecen a 32 sectores.

Al respecto del porcentaje de respuestas cabe decir que, aunque bajo, se sitúa dentro de los límites habituales en España (véase Ortega, 1990, p. 129, y García Benau *et al.*, 1993). Al margen de esta consideración, al objeto de validar la representatividad de los cuestionarios recibidos, hemos realizado una serie de contrastes utilizando el estadístico *t* de *Student*, que permite validar la hipótesis nula de igualdad o diferencia de medias (véase Siegel y Castellan, 1988). El primero de ellos ha consistido en analizar si existen diferencias sistemáticas en referencia al tamaño, grandes y medianas, entre las empresas que han contestado al cuestionario y aquellas que no lo han hecho, no existiendo diferencias estadísticas significativas entre ambos tipos de empresas. Por otra

parte, hemos dividido el período de recepción de los cuestionarios en dos tramos (de dos meses y medio cada uno), y hemos analizado si las diferencias entre las primeras respuestas difieren significativamente de las recibidas con posterioridad; los resultados de la aplicación del estadístico comentado no han generado diferencias significativas.

Aunque la pretensión básica de este trabajo es la obtención de evidencia acerca de cuáles son los factores que las organizaciones consideran relevantes al efecto de la decisión de elección y cambio de auditor, también es objetivo de este estudio conocer si existen diferencias a este respecto entre empresas de tamaño grande y medianas. Las valoraciones ofrecidas para cada uno de los factores propuestos en el cuestionario aparecen, en columnas, a tres niveles distintos: Valoración total, valoración de empresas medianas y valoración de empresas grandes. El valor contenido en cada una de las celdas de las tablas que presentamos en el resto de este artículo representa la valoración media ofrecida para el factor propuesto, el cual figura expresado en la cabecera de las filas, así como la desviación típica. Para determinar si puede afirmarse que los valores medios expresados por las empresas medianas y las grandes difieren entre sí significativamente, ha sido aplicado un contraste estadístico de independencia de medias utilizando el estadístico de *t* de *Student*. Si la media es estadísticamente distinta con un grado de significatividad del 5% o 10% aparecerán estos porcentajes recogidos en la última columna.

Por otra parte, el análisis conjunto que planteamos de elección y cambio nos va a permitir realizar alguna inferencia sobre una cuestión de gran importancia que no ha sido contrastada en la literatura. Nos referimos al hecho de si la elección y el cambio de un auditor es un modelo de decisión único, es decir, si ambos procesos vienen explicados por similares variables. Sobre este particular, puede argumentarse que un cambio de auditor implica necesariamente la elección posterior de un nuevo auditor; así pues los factores que determinan la necesidad del cambio, serían a su vez los que se intentarían buscar en el nuevo auditor, con lo que elección y cambio constituirán un modelo único de decisión. Sin embargo, la visión contraria también puede defenderse, dado que mientras la elección viene explicada por atributos del producto o características del oferente que deben ser anticipadas por el demandante del servicio, el cambio por el contrario viene explicado por una relación efectiva.

3.2. Variables que considera la empresa española cuando se plantea la elección de un auditor

Para exponer los motivos aducidos por las empresas de nuestra muestra, explicativos de los principales factores que llevarían a tomar la decisión de contratar los servicios de un auditor, mostramos una serie de tablas en las que se recogen distintos factores que han sido expuestos para analizar esta cuestión. Las proposiciones planteadas se presentan agrupadas en los siguientes apartados: Características técnicas en la pres-

tación del servicio de auditoría, imagen pública de la empresa auditora, importancia de las recomendaciones y la relación empresa/auditor.

En la tabla 4 se muestran las visiones existentes respecto a la valoración que los entrevistados asignan a una serie de características técnicas en la prestación del servicio de auditoría.

Tabla 4
Consideración de determinadas características técnicas en la prestación del servicio de auditoría ante la elección de auditora^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora.	4,38	0,78	3,93	0,88	4,55	0,66	5%
Competencia técnica del equipo de auditores.	4,31	0,82	3,92	0,92	4,42	0,76	10%
Calidad del servicio realizado.	4,42	0,75	4,14	0,83	4,49	0,70	NS
Asesoramiento en el tratamiento de algunas prácticas contables conflictivas.	4,42	0,88	4,14	0,99	4,26	0,85	NS
La empresa auditora audita a otras empresas del grupo.	3,91	1,13	3,00	1,18	4,17	0,97	5%
La empresa auditora está especializada en el sector.	3,28	1,11	2,79	1,08	3,44	1,10	10%
La empresa auditora ofrece servicios adicionales (asesoría fiscal, legal, etc.).	3,42	1,17	3,36	1,29	3,43	1,15	NS

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Los porcentajes indican el nivel de significatividad estadística de la diferencia entre las opiniones de las empresas medianas y grandes. NS = diferencia no significativa.

Como puede observarse en la tabla 4, de las siete características presentadas en este apartado, las que han sido mejor valoradas por los entrevistados son las que se refieren a la calidad del servicio de auditoría y a la competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora, siendo estas cuestiones las que presentan una menor desviación típica de entre todas las cuestiones de este grupo. Sin embargo, la percepción de las empresas medianas y grandes difiere de forma considerable en lo referente al factor "competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora", presentando los valores medios una diferencia con un nivel de significación estadística del 5%.

Por otra parte, una respuesta que ha mostrado diferencias entre los dos grupos ha sido la relativa a la consideración que las empresas realizan sobre si la empresa auditora presta sus servicios a otras empresas del grupo. Este factor es considerado de forma mucho más importante en las empresas grandes que en las medianas, las cuales se mantienen en una posición neutral. Una posible explicación de este hecho podría ser que las empresas de tamaño mediano que son parte de grupos empresariales suelen estar condicionadas en cuanto a la elección de auditor por los dictados de las empresas matrices por cuestiones relacionadas básicamente con las economías de escala que ello genera.

En términos generales, podemos decir que los siete factores incluidos en este apartado son considerados como relevantes por los entrevistados ya que todos ellos, a excepción de la especialización de la empresa auditora en el sector, en el caso de empresas medianas, han recibido una puntuación superior al valor neutral.

Otro grupo de cuestiones que fueron planteadas en el cuestionario se refiere a factores que tienen una relación directa con la imagen pública que proyectan las empresas de auditoría. Han sido planteadas visiones que se refieren a la imagen de la firma de auditoría como subrogado de la calidad: las empresas contratarían a los auditores con buena imagen porque añaden un grado de credibilidad adicional a la información financiera. Con este grupo de preguntas deseábamos conocer hasta qué punto las empresas condicionan sus decisiones por ciertos hechos que, aunque directamente no les afectan, repercuten en la consideración social de la empresa de auditoría. La tabla 5 recoge los valores obtenidos.

Tabla 5

Consideración de ciertas características de imagen pública de la firma de auditoría ante la elección de auditora^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Integridad de la empresa auditora.	4,38	0,78	3,93	0,88	4,55	0,66	5%
Buena reputación e imagen social.	4,2	0,86	3,64	0,97	4,36	0,75	5%
La empresa auditora no ha recibido sanciones.	3,75	0,95	3,86	0,74	3,76	1,02	NS
La empresa auditora no se ha visto envuelta en ningún escándalo financiero importante.	3,91	0,97	4	0,76	3,93	1,03	NS
La opinión dada por lo medios de comunicación especializados, fundamentalmente la prensa económica.	2,78	1,01	2,5	1,12	2,86	0,98	NS

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Los porcentajes indican el nivel de significatividad estadística de la diferencia entre las opiniones de las empresas medianas y grandes. NS = diferencia no significativa.

En este caso se presentaron cinco cuestiones que tienen relación con la imagen de la empresa de auditoría. Dichas cuestiones son: Integridad de la empresa auditora, buena reputación e imagen social, no haber recibido sanciones, no estar envuelta en ningún escándalo financiero y comentarios vertidos en la prensa económica.

Podríamos decir, que las cuestiones de este apartado preocupan bastante a las empresas entrevistadas ya que, en términos generales, asignan un valor de 4,2 a este hecho, tal y como puede observarse en la cuestión sobre la buena reputación e imagen social.

El factor más valorado por las empresas grandes es la integridad de la empresa de auditoría, al que han asignado un valor medio de 4,55. Aunque las empresas medianas valoran de forma importante este factor (3,93), se ha presentado una diferencia estadísticamente significativa entre ambos grupos. Este hecho puede ser interpretado en términos de que en las empresas grandes el accionariado está mucho más lejos del proceso auditor que en medianas empresas, por lo que contratar a auditores con una determinada imagen pública acerca la auditoría a los socios de las entidades auditadas.

Los comentarios vertidos últimamente en los medios de comunicación, especializados sobre los escándalos financieros ocurridos en nuestro país, y también sobre los auditores que prestaban sus servicios cuando dichos escándalos se han desatado, están siendo considerados por la empresa española como un factor de gran relevancia a la hora de elegir un auditor. En este sentido los valores ofrecidos se sitúan alrededor de 4.

La repercusión de las sanciones que en los últimos años ha impuesto el ICAC a determinados auditores y firmas de auditoría, también es un factor al que las empresas otorgan una consideración importante. Los valores en esta cuestión aparecen ligeramente inferiores a los de la pregunta comentada anteriormente pero en ambos casos giran sobre 3,8.

La última cuestión de este grupo analiza la influencia que la prensa económica ejerce en las empresas al crear una determinada imagen de las empresas de auditoría. Aunque todas las empresas son conscientes de que la prensa ejerce influencia, la misma es difícil de percibir de forma directa por lo que, a pesar de ser conscientes de su impacto, los entrevistados han asignado la menor de las valoraciones de entre los factores recogidos en este apartado. Esta pregunta también es la que mayor desviación típica ha producido y por lo tanto, en la que existe mayor dispersión de respuestas.

El siguiente grupo de preguntas tenía como intención conocer la influencia que las recomendaciones ejercen a la hora de elegir a un auditor. En la tabla 6 se expresan las valoraciones que han sido asignadas a estas preguntas.

Tabla 6
Consideración de las recomendaciones realizadas sobre la empresa de auditoría ante la elección de auditora^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Recomendación de la empresa de auditoría por algún profesional.	3,32	0,83	3,57	0,49	3,20	0,87	5%
Aceptación de la empresa auditora por parte de los mayores accionistas de la compañía.	3,95	1,09	3,71	1,22	4,02	1,03	NS
Sugerencia de alguna entidad financiera.	2,51	0,91	2,64	0,81	2,44	0,95	NS

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Los porcentajes indican el nivel de significatividad estadística de la diferencia entre las opiniones de las empresas medianas y grandes. NS = diferencia no significativa.

La recomendación que con mayor interés considera la empresa española al elegir al auditor viene dada por parte de los mayores accionistas de la empresa. La influencia real de éstos se pone de manifiesto claramente en esta cuestión aunque se ha registrado una gran desviación entre las respuestas. Concretamente las empresas de tamaño grande asignan a esta cuestión un valor de 4,02 y las empresas medianas de 3,71, no produciéndose diferencias significativas entre grupos.

La única cuestión dentro de este apartado que ha mostrado diferencias estadísticamente significativas al 5% ha sido la que se refiere a la influencia que tiene la recomendación efectuada por algún profesional. Por otra parte, la recomendación menos valorada por las empresas es la que les efectúan las entidades financieras, asignándoles un valor en torno a 2,5.

El último grupo de preguntas, dentro de esta sección, recoge cuestiones que expresan temas propios de la relación de la organización con la firma de auditoría. La tabla 7 recoge los resultados obtenidos.

Tabla 7
Consideración de la relación empresa/auditor ante la elección de auditora

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Calidad de las relaciones personales existentes con algún socio de la empresa auditora.	3,31	0,92	3,29	0,88	3,33	0,95	NS
Calidad de las relaciones personales existentes con el equipo de auditores.	3,41	0,88	3,43	0,98	3,43	0,86	NS
La empresa auditora es una de las seis grandes multinacionales instaladas en España.	3,47	1,25	2,00	1,31	3,93	0,77	5%
La empresa de auditoría es una firma española.	2,88	1,14	3,43	1,35	2,71	1,02	10%
Nivel de honorarios de la empresa auditora.	3,75	0,82	3,86	0,64	3,73	0,87	NS
La empresa de auditoría está instalada en mi propia comunidad autónoma.	3,39	1,25	4,14	1,12	3,14	1,21	5%

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Los porcentajes indican el nivel de significatividad estadística de la diferencia entre las opiniones de las empresas medianas y grandes. NS = diferencia no significativa.

En este grupo se incluyen seis cuestiones que se refieren a temas que recogen de forma directa cuestiones que afectan a la propia relación entre el auditor y su empresa cliente. La pregunta que ha ofrecido diferencias más significativas ha sido la que se refería a la consideración de que la empresa de auditoría fuera una de las denominadas Seis Grandes. Sin embargo, se ha presentado una desviación entre las respuestas bastante importante y que se sitúa en 1,25. Las empresas de tamaño mediano no valoran esta cuestión, dado que le han asignado un valor de 2, mientras que para las empresas grandes está es una buena razón para elegir un auditor ya que el valor asignado ha sido de 3,93.

En este sentido, se muestran también los resultados de dos preguntas similares. Una de ellas es la que se refiere a si la empresa de auditoría está instalada en la propia comunidad autónoma de la organización empresarial, hecho este muy valorado por las empresas medianas y bastante decisivo en su elección (4,14) y de menor consideración para las empresas grandes (3,14). La otra cuestión es la que aborda la consideración que se hace respecto a si la empresa de auditoría es una empresa española. Las valoraciones efectuadas

a esta cuestión, al igual que las anteriores, señalan que las empresas medianas están más interesadas que las empresas grandes en que sus auditores trabajen en una empresa de ámbito nacional, apareciendo diferencias estadísticamente significativas al 5%.

La calidad de las relaciones personales mantenidas, tanto con algún socio de la empresa de auditoría como con el equipo de auditores, ha sido valorado en términos similares por ambos grupos y con valores superiores a 3,2. Por último, los honorarios facturados por la empresa de auditoría aparecen también como un factor de importancia y en el que ambos grupos no mantienen grandes diferencias, mostrando valores ligeramente inferiores a 4.

3.3. Razones que inducen a la empresa española a cambiar de auditor

En este epígrafe vamos a exponer los resultados obtenidos en relación al segundo objetivo básico de este trabajo, es decir, el análisis de las razones que han provocado o provocarían en su caso el cambio de auditor en la empresa española. Al igual que cuando hemos expuesto la elección de auditor, pasamos a agrupar las preguntas atendiendo a una serie de similitudes que existen entre ellas: características técnicas en la prestación del servicio de auditoría, imagen pública de la empresa auditora, importancia de las recomendaciones y la relación empresa/auditor. La tabla 8 recoge la valoración dada por los entrevistados a una serie de características técnicas de la empresa de auditoría.

Tabla 8
Consideración de la relación empresa/auditor ante la elección de auditor^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Exigencias por cambio en la estructura de la auditoría de un auditor con mayor capacidad.	3,49	0,98	3,33	0,75	3,54	1,05	NS
Necesidad de un auditor con mayor especialización en el sector económico de la empresa.	3,37	1,17	3,29	1,28	3,41	1,16	NS
Desacuerdo con la opinión emitida por el auditor en el último informe de auditoría.	3,32	1,02	3,07	0,88	3,41	1,07	NS
La empresa auditora no ofrece servicios adicionales a los de auditoría.	2,96	0,96	2,64	1,04	3,05	0,92	NS
Insatisfacción con la calidad del servicio prestado por la empresa auditora.	4,29	1,15	3,86	1,46	4,48	0,94	NS

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo, NS = diferencia no significativa.

Ninguna pregunta de este apartado muestra diferencias estadísticamente significativas entre grupos, siendo las valoraciones similares en las empresas grandes y medianas. El factor más determinante para motivar un cambio de auditor lo provoca la insatisfacción con la calidad del servicio prestado por la empresa auditora. Este hecho ha recibido un valor en las empresas grandes de 4,48; lo cual muestra la gran importancia que se otorga al mismo.

También han sido destacados como motivos bastante importantes para cambiar de auditor la existencia de determinadas exigencias que impongan la conveniencia de trabajar con un auditor que tenga una mayor capacidad, así como la necesidad de tener que contar con un auditor con mayor especialización en el sector económico en el que la empresa desarrolla su actividad.

El tipo de opinión emitida en el último informe de auditoría tiene una influencia significativa pero no demasiado determinante para que una organización empresarial decida llevar a cabo un cambio de auditor. Quizás se observa una mayor sensibilidad por parte de las empresas grandes que por parte de las empresas medianas, asignándoles respectivamente un valor de 3,07 y 3,41. Sin embargo, la carencia de servicios adicionales a los de auditoría por parte de los auditores, parece ser un factor en el que las organizaciones muestran una mayor sensibilidad. En este sentido, las empresas grandes han asignado un valor de 3,05 mientras que las medianas han sido más exigentes, otorgando un valor de 2,64.

Otro tipo de aspectos que han sido analizados responde a la influencia que tiene la imagen pública que se obtiene de los auditores. En la tabla 9 se recogen los valores asignados a este apartado.

Tabla 9
Consideración de ciertas características de imagen pública en la empresa de auditoría ante el cambio de auditora^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Comentarios desprestigiosos en la prensa económica hacia la empresa auditora.	3,12	1,1	3,07	1,33	3,15	1,04	NS
La empresa auditora se ha visto envuelta en algún escándalo financiero con grandes repercusiones sociales y económicas.	3,5	1,29	2,85	1,35	3,73	1,23	5%
La empresa auditora ha recibido una sanción importante.	3,43	1,08	2,69	1,20	3,68	0,93	5%
Imagen social de la empresa auditora.	2,98	0,95	3,07	0,88	2,95	1,00	NS

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Los porcentajes indican el nivel de significatividad estadística de la diferencia entre las opiniones de las empresas medianas y grandes. NS = diferencia no significativa.

Se han observado diferencias importantes entre las opiniones de las empresas grandes y las empresas medianas, apreciándose diferencias estadísticamente significativas al 5% en dos cuestiones de gran importancia. Nos referimos a dos circunstancias: si la empresa de auditoría se ha visto envuelta en algún escándalo financiero o si ha recibido alguna sanción por parte del organismo regulador. Ambos aspectos, especialmente relevantes en los dos últimos años, han tenido un gran impacto cuya trascendencia ha hecho que las organizaciones otorguen una importancia significativa a los mismos. No obstante, esta pregunta ha sido la que ha presentado una mayor desviación típica entre los entrevistados.

La tabla 10 recoge la valoración que las organizaciones dan a las recomendaciones que se le efectúan a la hora de plantearse la sustitución del auditor. Concretamente se han considerado dos tipos de recomendaciones, las que provienen de una entidad financiera y las que provienen de los cambios en la dirección general de las empresas.

Tabla 10
Consideración de las recomendaciones realizadas sobre la empresa de auditoría ante el cambio de auditor^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
Recomendación de una entidad financiera.	2,41	0,95	2,29	0,88	2,45	0,99	NS
Cambios en la dirección general de la empresa.	2,98	0,95	3,07	0,88	2,95	1,00	NS

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo, NS = diferencia no significativa.

A la vista de los resultados recogidos en la tabla 10 podemos observar que no parece que las entidades financieras ejerzan una gran influencia sobre las organizaciones a la hora de proponer un determinado auditor. Los cambios en la dirección general de la empresa tienen mayor influencia a la hora de plantearse un cambio de auditor tanto por parte de las empresas medianas como grandes, ofreciendo valores de 3,07 y 2,95 respectivamente.

En la tabla 11 se recoge una valoración de las relaciones que existen entre empresa y firma de auditoría como factor que pueda influir en la decisión de sustituir al auditor.

Tabla 11
Consideraciones de las relaciones empresa/auditor ante el cambio de auditora^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	MEDIA	DESV. TIP	
El nivel de honorarios de la empresa auditora.	3,79	0,95	3,86	0,99	3,79	0,95	NS
Cambio del socio responsable de la auditoría de la empresa.	2,90	0,83	3,00	0,93	2,86	0,81	NS
Cambio de firma auditora por parte del socio encargado de llevar la auditoría de la empresa.	2,61	0,86	2,57	0,98	2,61	0,83	NS
Inaccesibilidad del socio auditor responsable.	3,97	1,09	3,50	1,12	4,12	1,06	10%
Malas relaciones con el socio auditor responsable.	3,75	0,97	3,36	1,23	3,88	0,84	NS
Malas relaciones con el equipo de auditores.	3,77	0,96	3,43	1,24	3,88	0,84	NS
Desacuerdo con el tratamiento contable dado a ciertas partidas.	3,35	0,97	3,21	0,86	3,44	1,00	NS
Conveniencia de que la empresa auditora sea una de las seis grandes multinacionales de auditoría.	3,30	1,16	2,08	1,00	3,67	0,95	5%
Conveniencia de que la empresa auditora sea una firma nacional o un auditor local.	2,93	0,94	3,43	0,90	2,76	0,92	5%

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Los porcentajes indican el nivel de significatividad estadística de la diferencia entre las opiniones de las empresas medianas y grandes. NS = diferencia no significativa.

Dentro del grupo de cuestiones en las que se recogían distintos aspectos que giraban alrededor de algunas relaciones entre el auditor y la empresa, observamos, tal y como se desprende de la tabla 11, que el factor más relevante en estas cuestiones es la inaccesibilidad del socio auditor responsable, presentando diferencias significativas al 10% entre los dos grupos analizados. Otros factores de importancia son el nivel de honorarios de la empresa auditora, las malas relaciones con el socio auditor responsable y con el equipo de auditores.

Las cuestiones en las que se aprecian mayores diferencias entre las posiciones de las empresas medianas y grandes son la relativa a la posible conveniencia de que la

empresa auditora sea una de las Seis Grandes multinacionales de la auditoría y la conveniencia de que la empresa auditora sea una firma nacional o local.

4. CONSIDERACIONES ADICIONALES SOBRE LOS DATOS OBTENIDOS

Una vez descritos los resultados de nuestro estudio empírico, queremos incorporar algunas consideraciones adicionales sobre los mismos. Fundamentalmente buscamos dar respuesta a una pregunta básica en nuestra investigación ¿perciben las empresas españolas que existen diferencias en los servicios ofertados por los auditores?, en el caso de que dicha respuesta sea afirmativa deseamos conocer las variables que se barajan en las empresas españolas para tomar la decisión de elegir y cambiar de auditor.

En la tabla 12 hemos realizado un ranking con el que se resaltan las 5 variables más relevantes para las empresas medianas y grandes que influyen a la hora de elegir y cambiar de auditor, tanto para las empresas medianas como grandes.

Como puede observarse en la tabla 12, las empresas distinguen claramente ambas decisiones, una cosa es elegir un auditor y otra sustituir el auditor actual, en cada caso los factores que delimitan la decisión son muy diferentes. En la elección de auditor se valoran especialmente las características técnicas en la prestación del servicio y las características de imagen pública de la empresa de auditoría, mientras que ante el cambio de auditor priman las relaciones empresa/auditor. Ello permite observar el papel secundario que reciben las cuestiones relacionadas con las recomendaciones y con el precio. Por ello, podemos señalar que a la vista de los resultados, las empresas que han respondido a nuestro cuestionario perciben una diferenciación en el servicio ofertado por los auditores. Ello nos plantea el intentar conocer cuales son las variables fundamentales en las que se apoyan las empresas españolas para tomar este tipo de decisiones.

La calidad del servicio aparece como un factor muy relevante en ambas decisiones, de hecho, la insatisfacción por la calidad ocupa el primer puesto en las empresas grandes y medianas cuando se trata de cambiar de auditor, y se encuentra entre las tres primeras variables consideradas cuando hay que elegir un auditor. Otros factores apreciados ante la elección de auditor, por las empresas grandes, son los relacionados con la competencia técnica de los auditores y para las empresas medianas, el asesoramiento en el tratamiento de algunas prácticas contables conflictivas. La imagen pública también es muy valorada por las empresas, encontrándose en un lugar preferente la integridad de la empresa auditora, seguido por la buena reputación e imagen social (en las empresas grandes) y el hecho de que la empresa auditora no se haya visto involucrada en ningún escándalo financiero importante (en las empresas medianas). Estos factores se encuentran dentro de la consideración de la credibilidad que ha sido, junto con la calidad, una de las variables más destacadas por la literatura.

Tabla 12
Ranking de las principales razones que la elección y cambio de auditora^a

ELECCIÓN DE AUDITOR				CAMBIO DE AUDITOR			
EMPRESAS GRANDES		EMPRESAS MEDIANAS		EMPRESAS GRANDES		EMPRESAS MEDIANAS	
Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora.	4,55	Calidad del servicio realizado.	4,14	Insatisfacción con la calidad del servicio prestado por la empresa auditora.	4,48	Insatisfacción con la calidad del servicio prestado por la empresa auditora.	3,86
Integridad de la empresa auditora.	4,55	La empresa de auditoría está instalada en mi propia comunidad autónoma.	4,14	Inaccesibilidad del socio auditor responsable.	4,12	El nivel de honorarios de la empresa auditora.	3,86
Calidad del servicio realizado.	4,49	Asesoramiento en el tratamiento de algunas prácticas contables conflictivas.	4,14	Malas relaciones con el equipo de auditores.	3,88	Inaccesibilidad del socio auditor responsable.	3,50
Competencia Técnica del equipo de auditores.	4,42	La empresa auditora no se ha visto envuelta en ningún escándalo financiero importante.	4,00	Malas relaciones con el socio auditor responsable.	3,88	Malas relaciones con el equipo de auditores.	3,43
Buena reputación e imagen social.	4,36	Integridad de la empresa auditora /Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora.	3,93	El nivel de honorarios de la empresa auditora.	3,79	Conveniencia de que la empresa auditora sea una firma nacional o un auditor local.	3,43

^a Los valores expresan medias y desviaciones típicas en una escala de 5 puntos: 1 = Muy en desacuerdo, 3 = Neutral, 5 = Muy de acuerdo.

Con respecto al cambio de auditor, los resultados mostrados por la tabla 12 son claros y significativos. El factor más importante, como hemos comentado, es la calidad del servicio de auditoría. El resto de factores resaltados en el ranking recogen cuestiones referidas a la relación empresa/auditor. Tanto las empresas medianas como grandes consideran estos factores (referidos en la tabla 13) como hechos significativos para tomar una decisión de cambio de auditor, resaltándose las respuestas como las malas relaciones con los auditores, la inaccesibilidad del socio responsable de la auditoría, el nivel de honorarios o la conveniencia de cambiar a una firma nacional o local. Queremos destacar que, en nuestro caso, hemos encontrado significativas algunas de las variables que han sido resaltadas por la literatura en los trabajos realizados sobre

percepciones: cambio de dirección de la empresa, necesidad de ofertar servicios adicionales, insatisfacción con los servicios y proximidad geográfica.

Deseamos también resaltar las diferencias más significativas que hemos encontrado entre las empresas de tamaño mediano y grande, ya que el tamaño de la organización ha resultado especialmente explicativo de las diferencias entre las respuestas. En la tabla 13 pueden observarse las cuestiones en las que hemos encontrado diferencias significativas al 5% y al 10% entre las opiniones de las empresas medianas y grandes.

Por lo que respecta a la elección de auditor, las empresas grandes resaltan la importancia de que la empresa auditora audite a otras empresas del grupo, mientras que las empresas medianas ponen relieve en que la firma de auditoría esté instalada en su propia comunidad. En cuanto al cambio de auditor, las empresas grandes valoran en mayor medida la conveniencia de que la firma de auditoría sea una de las Seis Grandes, mientras que las medianas valoran que sea una empresa nacional o local.

Tabla 13
Diferencias significativas en motivos de elección y cambio de auditor^a

PREGUNTAS	TOTAL		MEDIANAS		GRANDES		DIF. SIG.
	MEDIA	DESV. TIP.	MEDIA	DESV. TIP.	MEDIA	DESV. TIP.	
FACTORES A CONSIDERAR EN LA ELECCIÓN DE AUDITOR							
Competencia técnica del socio responsable de la empresa auditora.	4,38	0,78	3,93	0,88	4,55	0,66	5%
Competencia Técnica del equipo de auditores.	4,31	0,82	3,92	0,92	4,42	0,76	10%
La empresa auditora audita a otras empresas del grupo.	3,91	1,13	3,00	1,18	4,17	0,97	5%
La empresa auditora está especializada en el sector.	3,28	1,11	2,79	1,08	3,44	1,10	10%
Integridad de la empresa auditora.	4,38	0,78	3,93	0,88	4,55	0,66	5%
Buena reputación e imagen social.	4,20	0,86	3,64	0,97	4,36	0,75	5%
Recomendación de la empresa de auditoría por algún profesional.	3,32	0,83	3,57	0,49	3,20	0,87	5%
La empresa auditora es una de las seis grandes multinacionales instaladas en España.	3,47	1,25	2,00	1,31	3,93	0,77	5%
La empresa de auditoría es una firma española.	2,88	1,14	3,43	1,35	2,71	1,02	10%
La empresa de auditoría está instalada en mi propia comunidad autónoma.	3,39	1,25	4,14	1,12	3,14	1,21	5%
FACTORES A CONSIDERAR EN EL CAMBIO DE AUDITOR							
Inaccesibilidad del socio auditor responsable.	3,97	1,09	3,50	1,12	4,12	1,06	10%
Conveniencia de que la empresa auditora sea una de las seis grandes multinacionales de auditoría.	3,30	1,16	2,08	1,00	3,67	0,95	5%
Conveniencia de que la empresa auditora sea una firma nacional o un auditor local.	2,93	0,94	3,43	0,90	2,76	0,92	5%
La empresa auditora se ha visto envuelta en algún escándalo financiero con grandes repercusiones sociales y económicas.	3,50	1,29	2,85	1,35	3,73	1,23	5%
La empresa auditora ha recibido una sanción importante.	3,43	1,08	2,69	1,20	3,68	0,93	5%

5. CONSIDERACIONES FINALES

Una de las primeras matizaciones que tenemos que tener presente para entender el contexto en el que este artículo se presenta, es que en España la elección de auditor, tal y como está regulado en la legislación, la realiza la propia empresa, siendo la Junta General la que lleva a cabo el nombramiento. Los artículos 8.4 de la Ley de Auditoría de Cuentas y el art. 204.1 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, en sus textos iniciales fijaron unos límites máximo y mínimo de duración del mandato del auditor. Con la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada de 1995, se modificaron los artículos anteriores y queda establecido que los auditores tendrán un mandato establecido por un período de tiempo que no podrá ser inferior a 3 años ni superior a 9 pudiendo después volver a ser nombrados anualmente. Evidentemente, a la vista de la situación que existe actualmente en España, el tema de cambio de auditor adquiere un cariz muy especial sobre todo si pensamos que el mismo es voluntario por parte de las empresas.

Nuestro trabajo no se ha centrado en analizar cambios reales de auditor sino conocer los factores que llevarían teóricamente a las empresas españolas a elegir un determinado auditor o a su sustitución. El envío de un cuestionario por correo ha sido el método que hemos utilizado para llevar a cabo esta investigación.

Tras el análisis de las respuestas recibidas podemos señalar que las empresas españolas no perciben que en el servicio del auditor existe una gran dosis de homogeneidad entre los distintos oferentes sino más bien se percibe diferenciación, y por tanto valoran la distinta calidad que puede darse en una auditoría.

Nuestros resultados señalan que las empresas españolas diferencian con claridad los dos tipos de decisiones que hemos abordado: La elección de auditor y el cambio de auditor. De hecho, en cada caso las variables que se valoran son diferentes. En la elección de auditor se consideran las características técnicas en la prestación del servicio y las características de imagen pública de la empresa de auditoría, mientras que ante el cambio de auditor priman las relaciones empresa/auditor. Nos gustaría señalar que estos resultados se encuentran en línea con los mostrados por otros estudios de ámbito internacional. De hecho, gran parte de las variables que explican la elección y cambio de auditor son coincidentes con las mostradas en otros países.

Para terminar, quisiéramos señalar que en este estudio, no hemos abordado los cambios efectivos de auditor. Ahora bien, a título meramente informativo, queremos señalar que la realidad muestra que los cambios en los auditores son bastante escasos. Según el informe Nera (1992), la realidad europea muestra que pocas empresas cambian de auditor, concretamente se indica que, aproximadamente, la mitad de las empresas han mantenido al auditor durante más de 20 años y solamente un 10% de las empresas cambian de auditor en un período inferior a 5 años. Esta circunstancia tiene aún

mayor presencia en el caso español, si cabe, que en otros entornos, debido a la juventud de la auditoría obligatoria. Ambas circunstancias deben influir necesariamente en el tipo de respuestas recibidas, ya que mientras que todas las empresas cuestionadas han elegido auditor no todas ellas han afrontado necesariamente un proceso de cambio. Por este motivo, aunque todas las valoraciones responden a percepciones, en el caso de las relativas a los cambios de auditor estas se relacionan, en su mayoría, con valoraciones de una situación potencial.

BIBLIOGRAFÍA

AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (AICPA) (1978): *Report Conclusions and Recommendations of The Commission on Auditor's Responsibilities* (Cohen Commission), AICPA, Nueva York. Re-impreso en *Journal of Accountancy*, April, p. 92-102.

ANDERSON, D.; STOKES, D. y ZIMMER, I. (1993): "Corporate Takeovers and Auditors Switching", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 12, No. 1, p. 65-73.

ARRUÑADA, B. (1997): *La calidad de la auditoría. Incentivos privados y regulación*, Marcial Pons, Madrid.

BALVERS, R.; MCDONALD, B. y MILLER, R. (1988): "Underpricing of New Issues and the Choice of Auditor as a Signal of Investment Banker Reputation", *The Accounting Review*, No. 4, p. 605-622.

BEATTIE, V. A. y FEARNLEY, S. (1995): "The Importance of Audit Firm Characteristics and the Drivers of Auditor Change in UK Listed Companies", *Accounting and Business Research*, Vol. 20, No. 100, p. 227-239.

BEATTY, R. (1989): "Auditor Reputation and the Pricing of Initial Public Offerings", *The Accounting Review*, No. 4, p. 693-707.

BECK, P. J.; FRECKA, T. J. y SOLOMON, I. (1988): "A Model of the Market for MAS and Audit Services: Knowledge Spillovers and Auditor-Auditee Binding", *Journal of Accounting Literature*, p. 50-64.

BEDINGFIELD, J. y LOEB, S. (1974): "Auditor Changes-An Examination", *Journal of Accounting*, March, p. 66-69.

BURTON, J. y ROBERTS, W. (1967): "A Study of Auditor Changes", *Journal of Accountancy*, April, p. 31-36.

BUTTERWORTH, S. y HOUGHTON, K. (1995): "Auditor Switching: The Pricing of Audit Services", *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol. 22, No. 3, p. 323-344.

CARPENTER, C. y STRAWSER, R. (1971): "Displacement of Auditors When Clients Go Public", *Journal of Accountancy*, p. 55-59.

CORONA ROMERO, E.; GARCÍA BENAÚ, M. A.; RUÍZ BARBADILLO, E. y VICO MARTÍNEZ, A. (1995): "The Audit Market in Spain. An Analysis of the Top 250 Non-Financial Companies", Paper presented at the *European Accounting Congress*, Birmingham.

CRASWELL, A. (1988): "The Association Between Qualified Opinions and Auditor Switches", *Accounting and Business Research*, No. 73, p. 23-31.

CHOW, CH. y RICE, S. (1982): "Qualified Audit Opinions and Auditor Switching", *The Accounting Review*, No. 2, p. 326-335.

CHRISTIANSEN, M. y LOFT, A. (1992): "Big Players and Small Players. A Study of Increasing Concentration in the Danish Market for Auditing Services", *European Accounting Review*, p. 277-301.

DAVIES, S. W. y LION, B. R. (1982): "Seller Concentration: The Technological Explanation and Demand Uncertainty", *The Economic Journal*, December, p. 903-919.

DANOS, P. y EICHENSEHER, J. (1986): "Long-Term Trends Toward Seller Concentration in the U.S. Audit Market", *The Accounting Review*, No. 4, p. 633-650.

DEANGELO, L. (1981): "Auditor Size and Audit Quality", *Journal of Accounting and Economics*, December, p. 183-199.

_____ (1982): "Mandated Successful Efforts and Auditor Choice", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 4, p. 171-204.

DEFOND, E. M. (1992): "The Association Between Change in Client Firm Agency Costs and Auditor Switching", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 11, No. 1, p. 16-31.

EICHENSEHER, J. y SHIELD, D. (1983): "The Correlates of CPA-Firm Change for Publicly-Held Corporations", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, p. 23-37.

_____; HAGIGI, M. y SHIELD, D. (1989): "Market Reaction to Auditor Changes by OTC Companies", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, p. 29-40.

FRANCIS, J. R. (1984): "The Effect of Audit Firm Size on Audit Prices, a Study of the Australian Market", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 6, January, p. 133-151.

_____ y WILSON, E. (1988): "Auditor Changes: A Joint Test of Theories Relating to Agency Cost and Auditor Differentiation", *The Accounting Review*, No. 4, p. 663-682.

GARCIA BENAÚ, M. A.; HUMPREY, C.; MOIZER, P. y TURLEY, S. (1993): *La Auditoría y sus expectativas: Los casos de España y el Reino Unido*, ICAC, Madrid.

_____; RUIZ BARBADILLO, E. y VICO MARTÍNEZ, A. (1998): *Análisis de la estructura del mercado de servicios de auditoría en España*, ICAC, Madrid.

_____; GARRIDO, P.; VICO, A.; MOIZER, P. y HUMPREY, C. (1999): "La calidad del servicio de auditoría: los auditores vistos por sus clientes", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, nº 102.

GREGORY, A. y COLLIER, P. (1996): "Audit Fees and Auditor Change: An Investigation of the Persistence of Fee Reduction by Type of Change", *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol. 23, No. 1, p. 13-28.

HASKINS, M. y WILLIAMS, D. (1990): "A Contingent Model of Intra-Big Eight Auditor Changes", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 9, No. 3, p. 55-74.

HOGAN, C. E. (1997): "Costs and Benefits of Audit Quality in the IPO Market: A Self-Selection Analysis", *The Accounting Review*, Vol. 72, No. 1, p. 67-86.

JOHNSON, W. y LYS, T. (1990): "The Market for Audit Services-Evidence from Voluntary Auditor Changes", *Journal of Accountancy and Economics*, p. 281-301.

KANODIA, CH. y MUKHERJI, A. (1994): "Audit Pricing, Lowballing and Auditor Turnover: A Dynamic Analysis", *The Accounting Review*, October, p. 593-615.

KAPLAN, S.; MENON, K. y WILLIAMS, D. (1990): "The Effect of Audit Structure on the Audit Market", *Journal of Accounting and Public Policy*, p. 197-215.

KINNEY, W. (1986): "Audit Technology and Preferences for Auditing Standards", *Journal of Accounting and Economics*, No. 1, p. 73-89.

KLUGER, B. y SHIELDS, D. (1991): "Managerial Moral Hazard and Auditor Changes", *Critical Perspectives on Accounting*, No. 3, p. 255-272.

KRISHNAN, J. y STEPHENS, R. (1995): "Evidence on Opinion Shopping from Audit Opinions Conservatism", *Journal of Accounting and Public Policy*, No. 14, p. 179-201.

_____ y _____ (1996): "The Simultaneous Relation Between Auditor Switching and Audit Opinion: An Empirical Analysis", *Accounting and Business Research*, Vol. 26, No. 3, p. 224-236.

MAGEE, R. P. y TSENG, M. (1990): "Audit Pricing and Independence", *The Accounting Review*, April, p. 315-336.

MARTEN, K. U. (1997): "Developments in Concentration on the German and European Audit Market", *Comunicación presentada al Workshop on Auditor Regulation in Europe del EIASM*, Copenhagen.

MENON, K. y WILLIAMS, D. (1991): "Auditor Credibility and Initial Public Offerings", *The Accounting Review*, No. 2, p. 313.

METCALF COMMITTEE (1976): Subcommittee on Reports, Accounting and Management of the Committee on Governmental Affairs, United States Senate. Re-impreso en *The Journal of Accountancy*, January 1978, p. 89-96.

MOCK, T. y SAMET, M. (1982): "A Multi-Attribute Model", *Proceeding of the VI University of Kansas Audit Symposium*.

MOIZER, P. y TURLEY, S. (1989): "Changes in the UK Market for Audit Services: 1972-1982", *Journal of Business, Finance & Accounting*, p. 41-53.

MUTCHLER, J. y WILLIAMS D. (1990): "The Relationship Between Audit Technology, Client Risk Profiles, and the Going-Concern Opinion", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 9, No. 3, p. 39-54.

NERA (1992): *Competition in European Accounting*, National Economic Research Associates, Lafferty Publications, Dublin.

ORTEGA MARTÍNEZ (1990): *Manual de Investigación Comercial*, Pirámide, Madrid.

PALMROSE, Z. (1986): "Auditor Fees and Auditor Size: Further Evidence", *Journal of Accounting Research*, Spring, p. 97-110.

PONG, C. y WHITTINGTON, G. (1994): "The Determinants of Audit Fees: Some Empirical Models", *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol. 21, No. 8, p. 1.071-1.045.

SCHWARTZ, K. y MENON, K. (1985): "Auditor Switches by Failing Firms", *The Accounting Review*, No. 2, p. 248-261.

SHROEDER, M. S.; SOLOMON, I. y VICKREY, D. (1986): "Audit Quality: The Perceptions of Audit-Committee Chairpersons and Audit Partners", *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Vol. 5, No. 2, p. 86-94.

SIEGEL, S. y CASTELLAN, N. J. (1988): *Non-Parametric Statistics for the behavioural Sciences*, McGraw Hill.

SIMON, D. y FRANCIS, J. (1987): "The Effects of Auditor Changes on Audit Fees: Tests of Price Cutting and Price Recovery", *The Accounting Review*, p. 255-269.

_____ y _____ (1988): "The Effects of Auditor Change on Audit Fees: Test of Price Cutting and Price Recovering", *The Accounting Review*, April, p. 255-269.

SIMUNIC, D. A. (1980): "The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence", *Journal of Accounting Research*, Spring, p. 161-190.

_____ (1984): "Auditing, Consulting and Auditor Independence", *Journal of Accounting Research*, Spring, p. 679-702.

_____ y STEIN, M. (1987): "Product Differentiation in Auditing: A Study of Auditor Choice in the Market for New Issues", *Canadian certified General Accountant' Research Foundation*, Monograph 13.

SMITH, D. (1986): "Auditor 'Subject To' Opinions, Disclaimer, and Auditor Changes", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 6, No. 1, p. 95-108.

SUTTON, S. y LAMPE, J. (1990): "Formulating a Process Measurement System for Audit Quality", *In Proceedings of the 1990 University of South California Audit Judgment Symposium*.

TURPEN, R. (1990): "Differential Pricing on Auditors's Initial Engagements: Further Evidence", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 4, No. 1, p. 60-76.

WATTS, R. y ZIMMERMAN, J. (1986): *Positive Accounting Theory*, Prentice-Hall, New Jersey.

WILLIAMS, D. (1988): "The Potential Determinants of Auditor Changes", *Journal of Business, Finance & Accounting*, p. 243-261.

WILSON, E.; KHURANA, Y. y ALBRECHT, W. (1995): "Additional Evidence on Auditor Changes: The Effects on Client Financial Condition", *Advances in Accounting*, Vol. 13, p. 153-168.