

**ANÁLISIS EMPÍRICO DE LOS FACTORES QUE EXPLICAN LA MEJORA
DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA: COMPRA DE OPINIÓN VERSUS
MEJORA EN LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA**

Autores: **Emiliano Ruiz Barbadillo**
 Nieves Gómez Aguilar
 (Universidad de Cádiz)

Dirección postal: Facultad Ciencias Económicas y Empresariales, c/ Duque de
 Nájera, 8. 11002, Cádiz.

E-mail: nieves.gomez@uca.es

ANÁLISIS EMPÍRICO DE LOS FACTORES QUE EXPLICAN LA MEJORA DE LA OPINIÓN DE AUDITORÍA: COMPRA DE OPINIÓN VERSUS MEJORA EN LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

RESUMEN: El objetivo de este trabajo es analizar la existencia de compra de opinión en España a través del estudio de los cambios “sospechosos” de auditor, es decir, aquellos que se realizan hacia auditores menos independientes que el anterior. Analizando las empresas contenidas en la base de datos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores durante los años 1990 y 2000, se obtienen 72 cambios de auditor realizados tras la obtención de un informe de auditoría no limpio. A diferencia de estudios anteriores, en este trabajo se ha incluido como variable de control la mejora de la calidad de la información contable de las empresas. Los resultados muestran que las empresas que cambiaron hacia auditores menos conservadores y más pequeños obtuvieron una mayor probabilidad de mejorar su opinión, concluyéndose que existe compra de opinión con éxito entre las empresas españolas.

SUMMARY: The aim of this paper is to analyse the existence of opinion shopping in Spain, that is, the existence of “suspicious” auditor changes in which the new auditor is less independent than the latter. We analyse the companies contained in the data base of the Spanish Stock Exchange Commission during eleven years (1990 to 2000) and we obtained that 72 companies changed their auditor after receiving a qualified audit opinion. As a control variable, we include the improvement of the company’s financial statements quality. The results show that the companies which changed toward less conservative and smaller auditors obtained a higher probability of improving their opinion. This finding is consistent with the existence of opinion shopping with success in Spain.

1. INTRODUCCIÓN

A consecuencia de los sonados fracasos empresariales de los que han sido objeto en los últimos tiempos grandes empresas norteamericanas y europeas (Enron, Worldcom, Ahol, Parmalat, Gescartera ,...), el concepto de compra de opinión de auditoría ha adquirido un resucitado interés a nivel internacional. Con el término compra de opinión (*opinion shopping*) se conoce aquel fenómeno que consiste en el 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 respecto a la información a divulgar, aunque dichos tratamientos frustren la fiabilidad de la información contable divulgada [Securities and Exchange Commission, 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 búsqueda 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 punto 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. La compra de opinión de auditoría es un comportamiento que daña los intereses de los accionistas al disminuir la calidad de la auditoría y la fiabilidad de la información contable auditada, lo que al margen de derivar en fraude en la información financiera puede afectar a las decisiones de asignación de recursos y a la eficiencia de la economía basada en el mercado [De Angelo, 1982; Archambeault y DeZoort, 2001]. El proceso consiste, por tanto, en subordinar los intereses del amplio espectro de usuarios que requieren de información fiable para acometer decisiones racionales a los intereses de los directivos.

Tal y como puede apreciarse a partir de su definición, la compra de opinión viene asociada al cambio de auditor, de forma que la empresa busca un nuevo profesional que reemplace a aquél que ha puesto en duda la calidad de la información contable a través del informe de auditoría. Pero para que este comportamiento oportunista tenga éxito, el nuevo auditor debe emitir una opinión favorable cuando al anterior auditor hubiera calificado su informe de haber seguido contratado por la empresa. Consiste, por tanto, en cambiar de auditor cuando se crea que otro profesional tiene más probabilidad que el saliente de otorgar una opinión limpia [Dye, 1991; Teoh, 1992; Lennox, 2000]. Si bien la compra de opinión es una cuestión de intenciones que es difícil de medir debido a los incentivos que hay para enmascarar su existencia, la aparición de un cambio de auditor la hace más fácil de observar y contrastar empíricamente. Debido a esto, la investigación precedente ha usado los cambios “sospechosos” de auditor como subrogados de la existencia de compra de opinión [Krishnan y Stephens, 1995; Archambeault y DeZoort, 2001].

El objetivo de este estudio es analizar la existencia de compra de opinión de auditoría en España. Para ello vamos a razonar sobre las dos posibles razones por las cuales una empresa puede mejorar su opinión de auditoría tras realizar un cambio de auditor. En primer lugar, atenderemos a aspectos relacionados al cambio de auditor, en particular, un proceso intencionado de la empresa de alterar la independencia entre el

auditor saliente y el auditor entrante. En efecto, si la empresa realiza un cambio de auditor debido a la recepción de un informe de auditoría calificado emitido por un auditor, hemos de pensar que la empresa, al objeto de evitar en ejercicios futuros la recepción de un nuevo informe calificado, reducirá la independencia del auditor con la intención de mejorar su opinión de auditoría. En segundo lugar, la obtención de una mejora de opinión tras el cambio puede deberse igualmente a razones distintas a la independencia del nuevo auditor, ya que la empresa puede haber hecho esfuerzos por mejorar la calidad de su sistema de información contable y así evitar que el nuevo informe de auditoría contenga una opinión desfavorable. Es por ello necesario precisar que todas las mejoras de opinión ocurridas tras un cambio de auditor no van a ser indicativas de la existencia de compra de opinión, sino sólo aquellas en las que se constata que la mejora ha venido explicada por el cambio de auditor.

En este sentido, la principal aportación del presente trabajo consiste en controlar el efecto que la mejora de la calidad del sistema contable de la empresa puede tener en la mejora de opinión de auditoría de forma conjunta a las características del cambio de auditor acometido. Vamos a analizar la mejora de opinión del auditor como aproximación a la existencia de compra de opinión pero descartando aquellos casos en los que dicha mejora pueda haberse obtenido de forma no oportunista, es decir, mejorando las prácticas contable de la empresa. De esta forma, sólo aquellas empresas que obtengan un informe limpio tras el cambio de auditor a pesar de seguir mereciendo un informe desfavorable serán consistentes con casos de compra de opinión.

Con este objetivo, en el siguiente apartado justificaremos la existencia de compra de opinión y analizamos las evidencias empíricas que se han obtenido a nivel internacional. En el apartado tercero tratamos la necesidad del estudio de la compra de opinión en España basándonos en las peculiaridades de su normativa y mercado de auditoría, analizamos los trabajos previos en el entorno nacional y formulamos nuestras hipótesis. En el apartado cuarto llevamos a cabo el estudio empírico de la existencia de compra de opinión con éxito en España, para lo cual, partimos de una muestra de empresas no financieras contenidas en la base de datos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que realizaron cambios de auditor tras obtener un informe de auditoría no limpio entre los ejercicios 1990 y 2000, ambos incluidos. En el apartado quinto mostramos los resultados obtenidos en los diferentes análisis realizados, los cuales, controlando la calidad de la información contable de la empresa antes y después del cambio de auditor, muestran cómo la contratación de un auditor más conservador y

menos independiente que el anterior conlleva la obtención de informes de auditoría limpios tras el cambio. En el apartado sexto discutimos las implicaciones que la evidencia obtenida sobre compra de opinión tiene en el entorno español y en el séptimo detallamos la bibliografía más relevante.

2. LA COMPRA DE OPINIÓN Y LOS CAMBIOS DE AUDITOR

Como señalábamos en la introducción a este estudio, el fenómeno de la compra de opinión de auditoría se refiere a la existencia de cambios intencionados de auditor que realiza la empresa al objeto de obtener del nuevo auditor contratado una opinión más favorable que la recibida del auditor anterior. Al objeto de comprender este comportamiento de las empresas es necesario realizar una serie de precisiones relacionadas con el cambio de auditor, con la recepción de opiniones no deseadas y con la independencia del auditor.

Con respecto a los cambios de auditor, hay que tener en cuenta que es una decisión que supone costes importantes para la empresa que decide realizarlo. Estos costes son los de transacción, que son aquellos en los que incurre la empresa por la búsqueda y contratación de un nuevo auditor, los de puesta en marcha, que son los asociados a las primeras auditoría, y los de divulgación, que se derivan de la reacción del mercado ante el conocimiento del cambio [Craswell, 1988]. Además, desde el punto de vista de la calidad de la auditoría, el cambio de auditor provocará la destrucción de todo el conocimiento acumulado por el auditor saliente sobre su cliente. Dicho conocimiento se va generando a través de un proceso de aprendizaje que tiene lugar durante la relación contractual que une al auditor con su cliente y no puede ser transferido al auditor entrante. Dados estos costes asociados al cambio, y asumiendo que las empresas actúan de forma racional, los cambios de auditor voluntarios tendrán lugar cuando los beneficios esperados de ellos superen los costes de su realización.

Con respecto a los beneficios derivados del cambio de auditor, nos encontramos con que éste puede ser utilizado como mecanismo para evitar la obtención de informes de auditoría calificados [Kluger y Shields, 1989]. La recepción de este tipo de informes conlleva una serie de costes a la empresa que estará interesada en eludir. Siguiendo a Craswell [1988], estos costes se producen por la reacción negativa del mercado [Dopuch *et alt.*, 1986; Jones, 1996; Brio, 1998; Castrillo *et alt.*, 2000; Pucheta, 2002; entre otros], por la posible disminución de la remuneración del gerente [Chow y Rice, 1982] y por el aumento de los costes de auditoría [Ashton *et alt.*, 1987; Hameed, 1985;

Sánchez Segura, 1999]. Dados estos costes, es de esperar que el cliente persiga la obtención de un informe de auditoría limpio para poder maximizar sus ingresos. Si la empresa actúa de forma racional, llevará a cabo un cambio de auditor cuando los costes del mismo sean menores que los costes que se derivan de la recepción de un informe que ponga en duda el entorno de control de la información contable¹.

El proceso comenzaría con la obtención de un informe de auditoría no deseado por la empresa. Esto ocurre porque en teoría la empresa no conoce la opinión de su auditor sobre sus políticas de divulgación contable hasta que no se emite el informe de auditoría. Si finalmente no recibe una opinión limpia, la empresa deberá esperar esta misma valoración en ejercicios futuros mientras no mejore la calidad de sus estados contables, por lo que, si esto no va a ocurrir, la única forma de obtener un informe favorable es contratar un nuevo auditor para los siguientes ejercicios [Lennox, 2000]. De esta forma, la empresa podría evitar reiterar los costes de la opinión no limpia en el futuro realizando un cambio intencionado de auditor.

Esto justifica que la investigación empírica que ha intentado contrastar la existencia de compra de opinión de auditoría haya centrado su atención en la existencia de cambios “sospechosos” de auditor, es decir, cambios de auditor precedidos de la recepción de un informe de auditoría calificado, dado que sólo para estas empresas puede entenderse que el cambio de auditor tiene como finalidad encubierta la obtención de una mejora de la opinión de auditoría. De esta forma, la compra de opinión puede resultar perceptible y contrastable empíricamente atendiendo a la existencia de una serie de acontecimientos observables como son la opinión antes del cambio de auditor, el cambio de auditor y la opinión emitida por el nuevo auditor tras el cambio. Si tras la realización de un cambio de auditor la empresa consigue mejorar su opinión de auditoría, puede argumentarse que ello ha podido deberse en parte a su estrategia de cambiar de auditor.

Esta cuestión debe llevarnos a interrogarnos sobre la razón por la que un cambio de auditor puede permitir a la empresa la obtención de una mejora de opinión de auditoría. La razón puede encontrarse en la existencia de diferencias de comportamientos de los auditores en lo que se refiere a la evaluación de la información

¹ La evidencia empírica existente sobre el cambio de auditor tras la obtención de un informe de auditoría no deseado no es del todo concluyente, ya que mientras algunos estudios obtienen una relación significativa entre la obtención de una opinión no favorable y un posterior cambio de auditor [Chow y Rice; 1982; Craswell, 1988; Sarhan *et al.*, 1991; Citron y Taffler, 1992; Krishnan *et al.*, 1996], otros no alcanzan resultados significativos entre estas dos variables [De Angelo, 1982; Schwartz y Menon, 1985; Smith, 1986; Haskins y Williams, 1990].

financiera de la empresa y en la propensión de la emisión de informes calificados. En efecto, como revela cierta evidencia empírica previa [DeAngelo, 1981a; Krishnan y Krishnan, 1996; Francis y Krishnan, 1999; Reynolds y Francis, 2001, Krishnan; 2002], no todos los auditores tomarán ante las mismas circunstancias el mismo tipo de opinión de auditoría, por lo que las diferencias entre los auditores posibilitarán que una empresa obtenga una mejora de opinión por el mero hecho de cambiar de auditor. De esta forma, como argumentan Matsumura *et al.* [1997], la heterogeneidad entre auditores, es decir, la existencia de una actitud conservadora o liberal respecto a la emisión de informes calificados, es la condición necesaria para que el cambio de auditor se produzca, dado que una empresa sólo realizará un cambio de auditor cuando perciba que la opinión que emita el nuevo auditor con respecto a la misma situación diferirá de la emitida por el anterior auditor [Smith, 1986].

Una de las razones que puede explicar la distinta actitud de los auditores en lo que se refiere a la emisión de informes calificados estriba en el distinto nivel de independencia con el que el auditor actúa frente a sus clientes. Lo anterior supone admitir que todos los auditores no ofrecen el mismo nivel de independencia en el mercado de auditoría, existiendo una corriente de investigación, denominada análisis económico de la independencia de auditoría, que ha intentado modelizar el comportamiento de los auditores en la emisión de su opinión a través de una serie de asunciones. En primer lugar, se parte de la consideración del auditor como un agente económico racional más que tomará decisiones sobre el tipo de opinión en función del efecto de las mismas en su bienestar individual. En segundo lugar, las distintas opiniones que puede emitir un auditor, en particular informes calificados e informes favorables, tienen diversos efectos económicos en el bienestar económico del auditor.

Ello ha llevado a distintos autores [para una revisión véase Krishnan y Krishnan, 1996] a proponer un posible modelo de comportamiento racional que atendiendo a los efectos de naturaleza económica podría explicar el comportamiento del auditor en la emisión de la opinión de auditoría. Así, si el auditor sabe que se encuentra ante un cliente que tiene como objetivo la obtención de una opinión limpia y de la evidencia obtenida de su trabajo se deriva una opinión calificada, su decisión de informar se debatirá entre dos extremos. Por un lado, perder al cliente y sus cuasi-rentas si informa de las incorrecciones detectadas [DeAngelo, 1981b; Dye, 1991] y, por otro, perder su reputación [Arruñada, 1997] y enfrentarse a posibles litigios [McConnell, 1984] si es descubierto otorgando un tratamiento más favorable a su cliente del que

realmente merece. Dado que esta corriente de costes no será similar para todos los auditores, la actitud en la emisión de la opinión de auditoría se hará depender de cómo los auditores valoren los costes que se derivan del mantenimiento de una actitud independiente frente al cliente (pérdida de rentas) o de mantener una actitud dependiente frente al cliente (pérdidas por litigios y pérdida de reputación). La dependencia económica del auditor, es decir, el temor a perder las rentas presentes y futuras derivadas de su cliente, puede ser percibida y aprovechada por éste para realizar cambios a auditores menos independientes y que, por tanto, le ofrezcan más garantías de obtener una opinión limpia tras el cambio.

En este sentido, la evidencia empírica sobre compra de opinión que se ha obtenido en trabajos que simultáneamente controlan la opinión antes y después del cambio de auditor ofrece diversas conclusiones. Así, los estudios realizados por Chow y Rice [1982] y Smith [1986] no obtienen evidencias de compra de opinión. Tampoco Krishnan y Stephens [1995], controlando la situación financiera de las empresas, encuentran diferencias en el tratamiento que reciben los clientes que cambian de auditor en los períodos anterior y posterior al cambio en relación con los que no cambian de auditor. En cambio, Lennox [2000; 2002] detecta posibilidades para la compra de opinión con éxito porque la propensión a emitir informes de auditoría no limpios difiere entre las firmas entrantes y las retenidas. Las empresas se aprovechan de esta diferencia de propensión para cambiar a los auditores que tienen probabilidad de emitir informes calificados y retienen a las que probablemente emitirán informes favorables.

3. EL INTERÉS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA COMPRA DE OPINIÓN DE AUDITORÍA EN ESPAÑA

La mayoría de la evidencia empírica de la que se dispone sobre la existencia de compra de opinión deriva fundamentalmente del contexto anglosajón. Aun cuando en nuestro país existen diversos estudios que han relacionado el cambio de auditor con la opinión recibida, no existe ningún trabajo que analice si la mejora de la opinión de auditoría que las empresas obtienen se debe a las mejoras de las prácticas contables realizadas por las empresas tras el cambio de auditor o al propio proceso de dirección del cambio realizado por la empresa.

Si bien, hemos de resaltar cómo en nuestro país se han producido, al igual que en el contexto internacional, determinados escándalos empresariales en los que se han visto implicados los auditores, aspecto éste que revela, en principio, que la profesión auditora

española parece tener los mismos problemas que en otros países en los que se refiere al mantenimiento de su actitud independiente frente a sus clientes. Al margen de esta consideración, a diferencia de lo que ocurre en otros entornos legislativos, la normativa española no es especialmente estricta en hacer efectivas las salvaguardas que preserven la independencia de la profesión auditora [Gonzalo, 1995; Paz-Ares, 1996; Cañibano y Castrillo, 1999] y no hay políticas que reduzcan la influencia de los directivos sobre el cambio de auditor lo que hace especialmente relevante someter a estudio en qué medida las empresas pueden estar utilizando el cambio de auditor como medio de obtener una mejora no justificada de su opinión de auditoría.

En efecto, en España, tal y como sucede en otros países, el cliente tiene libertad para elegir auditor y prolongar o romper el contrato prácticamente sin limitaciones, pero las características del contrato de auditoría definido en la legislación española hace más dependiente si cabe al auditor de su opinión, ya que la renovación del mismo se hace anualmente. Esto se debe a la modificación de la Ley de Auditoría (1988) que supuso la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada (1995), a partir de la cual, una vez terminado el contrato inicial con el auditor², la empresa puede renovar dicho contrato pero con carácter anual, es decir, año tras año la empresa deberá manifestar al auditor su deseo de mantenerle por un año más. Esta peculiaridad del contrato de auditoría hace que en España la amenaza de cambio de auditor se haga sentir de forma más clara que en otros países debido a que el auditor puede ver una relación directa entre la opinión que emita y su cese por la empresa. Por otra parte, la facilidad del cambio de auditor por la empresa es evidente, en la medida que la empresa puede cesar su relación contractual con el auditor por el mero hecho de no renovarle.

Esta circunstancia se hace aún más peligrosa para la independencia del auditor cuando confluye una falta total de transparencia, ya que el cliente no tiene obligación de justificar el cese de sus auditores, ni existen mecanismos establecidos de información hacia los inversores o hacia el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC). Tampoco el auditor tiene reconocida la facultad de defenderse ante su cese y sólo está recogida su posibilidad de comunicación cuando se dirija al auditor siguiente. Esta falta de requisitos de información tiene gran importancia ya que revelar las razones del cambio hace más difícil y costoso para los gerentes ocultar información negativa cuando

² Como aparece en la Ley de Auditoría, los contratos tienen una duración mínima de tres años y máxima de nueve. No obstante, la empresa puede rescindir el contrato siempre que exista de "causa justa". La no especificación legal ni reglamentaria de lo que significa causa justa ni los procedimientos para ejecutarla han posibilitado que las empresas puedan cambiar de auditor sin ninguna traba.

ocurre un cambio de auditor, por lo que se reducen los incentivos de los directivos para comprar la opinión de sus auditores [Lennox, 2002]. Por ello, y a diferencia de lo que ocurre en otros mercados, en España el posible comportamiento oportunista de los directivos puede quedar prácticamente impune dado que existe una opacidad total sobre su actuación.

Finalmente, la tercera de las características que podemos destacar del mercado de auditoría español por su relación con la compra de opinión es el alto grado de concentración que posee [García Benau *et al.*, 1998]. El incremento de la competencia es un factor importante que daña la independencia del auditor [Shockley, 1982; Farmer *et al.*, 1987], ya que da lugar por parte de las firmas de auditoría al empleo de políticas agresivas para capturar clientes, políticas que se hacen más peligrosas en el entorno español si tenemos en cuenta que la evidencia empírica muestra que los honorarios son el principal factor en la elección del auditor [Prado *et al.*, 1995; García Benau *et al.*, 1999]. El resultado de esta situación es que el cliente tiene una mayor capacidad para imponer su punto de vista cuando surja un desacuerdo con su auditor [Paz-Ares, 1996], de forma que, si finalmente se produce un cambio de auditor, es difícil suponer que éste se decida a manifestar voluntariamente la existencia de desacuerdos con su anterior cliente debido a las repercusiones que dicha actitud tendría en sus posibilidades de contratación futuras.

En lo que se refiere a la evidencia empírica, diversos estudios en nuestro país han abordado el análisis de la relación que existe entre cambio de auditor e informe de auditoría. Por ejemplo, Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo [2000] y Sánchez Segura [2003] realizan un estudio sobre el efecto de la opinión de auditoría en la decisión del cambio de auditor, revelando el primer estudio que no existe relación significativa entre la recepción de un informe calificado y la decisión de cambio de auditor, mientras que el segundo contrasta que la decisión de cambio viene explicada por algunos tipos de salvedades recibidas por la empresas. Un estudio posterior [Ruiz Barbadillo y Gómez Aguilar, 2003] revela que una vez controlados distintos inductores del cambio de auditor, la opinión de auditoría adquiere capacidad explicativa en las decisiones de cambio de auditor. Esta evidencia, por tanto, confirma al menos parcialmente que las empresas utilizan el cambio de auditor como medio de no sufrir en ejercicios posteriores los costes que supone la recepción de informes calificados.

En lo que se refiere a la mejora de opinión tras el cambio de auditor, cabe igualmente destacar que Sánchez Segura [2003] concluye que con el cambio de auditor

las empresas no parecen mejorar la opinión de auditoría, mientras que por el contrario Gómez Aguilar y Ruiz Barbadillo [2003] obtienen evidencia empírica que revela que la probabilidad de mejorar la opinión de auditoría viene explicada por el proceso de dirección del cambio realizado por la empresa, es decir, aquellas empresas que contratan auditores de menor calidad aumentan la probabilidad de recibir un informe favorable tras el cambio.

En resumen, puede concluirse que en nuestro país existe evidencia no concluyente sobre la existencia de cambios sospechosos de auditor, es decir, cambios inducidos por la opinión de auditoría, así como respecto al éxito que esta estrategia de cambio tiene en mejorar la opinión de las empresas, lo que implica la necesidad de profundizar en el fenómeno de compra de opinión. Por otra parte, cabe igualmente resaltar cómo determinados estudios empíricos [Ruiz Barbadillo *et al.*, 2002; Sánchez Segura, 2003; Caro *et al.*, 2003] han obtenido evidencia empírica de que en nuestro país los auditores muestran propensiones distintas en lo que se refiere a la emisión de informes calificados de auditoría, cuestión ésta que como señalábamos anteriormente se convierte en una condición necesaria para que las empresas inicien cambios oportunistas de auditor al objeto de mejorar la opinión de auditoría. Atendiendo a las características de la regulación y del mercado de auditoría, así como a la evidencia empírica de la que se dispone, emitimos la siguiente hipótesis al objeto de verificar la existencia de compra de opinión de auditoría:

H₁: La mejora de la opinión de auditoría tras el cambio de auditor está relacionada con la disminución de la independencia del nuevo auditor contratado

No obstante, hemos de resaltar que la mejora de la opinión de auditoría puede igualmente deberse a los esfuerzos que realiza la empresa por mejorar sus prácticas contables, lo que obliga, al objeto de analizar si realmente existe compra de opinión en nuestro país, a considerar la evolución de la calidad de la información contable de la empresa tras el cambio de auditor [Chow y Rice, 1982; Smith, 1986; Krishnan y Stephens, 1995; Lennox, 2000]. Ello podría venir explicado porque el nuevo auditor consigue disciplinar a la empresa para que mejore sus prácticas contables, por lo que resulta necesario distinguir entre una mejora de opinión como resultado de la elección intencionada de un auditor más dependiente que el anterior (compra de opinión) y una

mejora derivada del esfuerzo del auditado por aumentar la calidad de su sistema contable y el contenido de la información que divulga. Para distinguir ambos fenómenos se emite la siguiente hipótesis:

H₂: La mejora de la opinión de auditoría tras el cambio de auditor está relacionada con la mejora en las prácticas contables realizada por la empresa

4. DISEÑO EXPERIMENTAL

4.1. MODELO Y DEFINICIÓN DE VARIABLES

Para contrastar la existencia de compra de opinión de auditoría estimaremos un modelo en el cual se relaciona la mejora de opinión, como variable independiente, con variables relacionadas con la dirección del cambio de auditor y con la mejora en las prácticas contables realizadas por la empresa. En concreto, las variables que hacen referencia a la dirección del cambio están relacionadas con determinados subrogados a través de los cuales pretendemos inferir el nivel de independencia tanto del auditor saliente como del auditor entrante, lo que nos permitirá obtener evidencia empírica de la relación existente. Una vez que se controla la variable mejora en las prácticas contables de la empresa, podremos determinar la relación existente entre mejora de opinión y reducción de la independencia del nuevo auditor contratado, aspecto éste que nos permitirá concluir sobre la existencia de compra de opinión de auditoría en nuestro país.

Para medir la independencia, hemos considerado una serie de subrogados de la misma ya que el nivel real de independencia del auditor resulta inobservable para terceros. Este proceder se justifica no sólo porque estos subrogados resultan más fáciles de medir, sino porque no es la independencia real la que emplearán los clientes en su decisión sobre cambiar o no de auditor, sino la percepción de independencia que posean las empresas de las distintas firmas de auditoría. El hecho de usar distintas medidas de la independencia también nos permitirá determinar cuál de ellas, de haberla, está más directamente relacionada con la compra de opinión, es decir, sobre qué aspecto o aspectos de la independencia han actuado las empresas que han obtenido éxito en su estrategia de compra de opinión de auditoría. En este sentido, el modelo que se pretende estimar tiene la siguiente forma funcional:

$$MO = a + b_1 \text{ DIRCONSER} + b_2 \text{ DIRTAMAUD} + b_3 \text{ DIRTAMCLI} + b_4 \text{ VARPROB}$$

donde:

MO: mejora de opinión de auditoría

DIRCONSER: dirección del nivel de conservadurismo del auditor en la emisión de informes calificados tras el cambio

DIRTAMAUD: dirección del tamaño del auditor tras el cambio

DIRTAMCLI: dirección del tamaño del cliente en la cartera del auditor tras el cambio

VARPROB: mejora en las prácticas contables de la empresa

Con respecto a la definición de las variables, *MO* va a ser la dependiente y representa si la empresa ha conseguido mejorar la opinión de auditoría tras el cambio. Como ya señalábamos anteriormente, el análisis empírico de la compra de opinión de auditoría requiere centrarse en empresas que muestren incentivos para obtener mejoras de opinión a través del cambio de auditor, por lo que sólo atendemos a aquellas empresas que han realizado cambios “sospechosos” de auditor, es decir, cambios de auditor tras la recepción de un informe calificado. Dado que todas las empresas que serán analizadas parten de un informe calificado, *MO* tomará valor 1 cuando la empresa obtenga un informe limpio tras el cambio y 0 cuando no lo obtenga.

Al objeto de contrastar la hipótesis 1 enunciada, introducimos en el modelo a estimar diversos subrogados para inferir el nivel de independencia del auditor. El procedimiento que vamos a seguir consistirá en calcular la diferencia que existe entre el nivel de independencia del auditor entrante y del auditor saliente. Es decir, para cada empresa que realiza cambios de auditor analizaremos la dirección del cambio que se realiza, la cual puede resultar en contratar un auditor que muestre un nivel de independencia superior al cesado, o por el contrario inferior. En lo que sigue justificaremos los distintos subrogados que serán utilizados para inferir el proceso de dirección del cambio respecto a la independencia del auditor.

Una de las características que pueden definir la independencia de un auditor es su actitud conservadora ante las prácticas contables que utiliza la empresa. Como se demuestra empíricamente, esta actitud es mayor cuanto mayor sea la exposición del auditor al riesgo de litigios [Geiger y Raghunandan, 2002]. Por tanto, se espera que

cuanto más conservador sea el auditor, más probable sea que determinadas incidencias de la empresa auditada sean objeto de mención en el informe de auditoría [Teoh, 1992; Krishnan, 1994; Krishnan *et al.*, 1996]. Esta actitud del auditor puede ser medida a través de la proporción de informes de auditoría calificados sobre el total de informes firmados por cada auditor [Chow y Rice, 1982]. La variable que captura la diferencia de actitud conservadora entre los dos auditores, *DIRCONSER*, se construye una vez que hemos calculado la propensión a emitir informes calificados de ambos auditores, tomando el porcentaje asignado al auditor entrante y restándole el calculado para el antiguo auditor. Así, 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 más conservadores. El valor esperado para el coeficiente de esta variable es negativo, es decir esperamos que la probabilidad de mejorar la opinión de auditoría será mayor para aquellas empresas que cambien hacia auditores menos conservadores.

La reputación es otra de las medidas para evaluar el diferencial de independencia entre el auditor entrante y el saliente. La reputación que posee el auditor puede crear estímulos para que mantenga una actitud independiente frente a los clientes. La existencia de una reputación diferencial en el mercado de auditoría tiene importantes beneficios para las firmas auditoras, dado que está positivamente relacionada con la capacidad de las firmas auditoras de obtener altos honorarios profesionales y atraer nuevos clientes [Craswell et al, 1995]. En este sentido, al objeto de mantener la reputación, y por tanto, las rentas económicas que se derivan de la misma, los auditores tienen incentivos económicos para actuar de forma independiente frente a sus clientes [DeAngelo, 1981a; Krishnan y Krishnan, 1996, Arruñada, 1997]. La reputación del auditor va a ser calculada a través del tamaño del auditor en el mercado de auditoría, es decir, a través de la cuota de mercado que absorbe cada firma auditora. Dado que uno de los principales atributos por los cuales las empresas eligen auditor es precisamente la reputación, la propia posición en el mercado de auditoría está determinando indirectamente el nivel diferencial de reputación con el que cuentan los distintos oferentes en el mercado. Dado que no contamos con la facturación de las firmas auditoras, se utilizará la cifra de ventas de sus clientes, puesto que investigaciones previas han determinado que honorarios profesionales y tamaño del cliente son variables que están estadísticamente relacionadas [Colbert y Murray, 1998]. Para

calcular *DIRTAMAUD*, partiremos de la cuota de mercado que posea el auditor entrante a la que restaremos la correspondiente al antiguo auditor. De esta forma, obtendremos una variable cuantitativa que tomará valores negativos cuando la reputación del auditor entrante sea menor que la del saliente y positivos en caso contrario. De nuevo, el signo esperado para esta variable es negativo, es decir, la probabilidad de mejorar la opinión de auditoría será mayor para aquellas empresas que tras el cambio disminuyan la reputación del auditor.

La última de las variables asociadas con la independencia es el tamaño de la empresa cliente. Dicha medida se justifica porque, si bien un número importante de clientes hace que el auditor tenga menos incentivos para actuar de forma oportunista con uno de ellos, también es cierto que esta actitud dependerá del tamaño de cada cliente [DeAngelo, 1981a]. El auditor será más dependiente de un cliente cuanto mayor sea la renta derivada del mismo [Paz-Ares, 1996]. Como medida del tamaño del cliente hemos considerado el porcentaje que, sobre la suma de la cifra de negocio de todos los clientes del auditor, representa la cifra de negocios de un cliente determinado. Si tomamos este porcentaje calculado para el nuevo auditor y le restamos el obtenido para el auditor anterior podemos analizar si la empresa ha conseguido aumentar o disminuir la importancia relativa que para el nuevo auditor supone contar en su cartera con el nuevo cliente. *DIRTAMCLI* tomará valores positivos cuando el nuevo auditor sea 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.

Al objeto de contrastar empíricamente la segunda hipótesis introduciremos en el modelo una variable relacionada con la situación económico-financiera de la empresa al objeto de capturar la mejora en las prácticas contables de la empresa. Esta variable trata de analizar si la mejora de la opinión de auditoría se debe al incremento de la calidad de su información contable de la empresa con independencia de la dirección del cambio de 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 calcular esta variable, hemos partido de una muestra empresas compuesta de 4.235 observaciones/año³, para la que hemos construido un modelo en el que la opinión de auditoría recibida por la empresa es explicada 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. Para ello, hemos utilizado una aproximación en dos etapas. En la primera, hemos realizado 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 calificado [Dopuch *et al.*, 1987; Bell y Tabor, 1991; Krishnan, 1994; Sánchez Segura, 1999; Lennox, 2000; Brandshaw *et al.*, 2001]. A continuación, dado que la variable dependiente es dicotómica, se ha aplicado 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 calificadas. En la segunda etapa, se ha construido un modelo logit multivariante en el que como variables independientes se han incluido todas aquéllas que han resultado ser significativas en el paso anterior. 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:

$$\begin{aligned}
 IPO = & -0,464 + 1,062PERD + 0,427EXTRAS - 0,199SECT - 0,946CCAT - 1,236TEAT \\
 & - 1,717BOAT - 0,627AÑO6 - 0,747AÑO7 - 1,063AÑO8 - 1,378AÑO9 - \\
 & 1,142AÑO0^4
 \end{aligned}$$

³ En un epígrafe posterior se describirá la muestra y el procedimiento de selección de empresas.

⁴ Donde *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. *EXTRAS* se define como el signo de los resultados extraordinarios netos obtenidos en el ejercicio (ingresos extraordinarios menos gastos extraordinarios), tomando valor 1 si se trata de resultados extraordinarios netos negativos y 0 si son positivos. *SECT* es una variable categórica que indica el sector al que pertenece la empresa considerando cuatro categorías: se asigna valor 1 a las empresas industriales, valor 2 al sector comercial y de servicios, valor 3 al resto de empresas no financieras y 4 a las compañías financieras. *CCAT* es una variable cuantitativa que representa el ratio capital circulante dividido por el activo total. *TEAT* es una variable cuantitativa que expresa el ratio tesorería entre total activo. *BOAT* igualmente es una variable cuantitativa obtenida de dividir el beneficio ordinario por el total activo de cada empresa. Por último, *AÑO6*, *AÑO7*, *AÑO8*, *AÑO9* y *AÑO0* son variables ficticias representativas de los años que van desde 1996 a 2000, ambos inclusive, para los que comprobamos que tenían valor informativo por la diferente frecuencia de opiniones no limpias a través de los años.

Una vez calculado este índice, se transformó en una probabilidad de obtener una opinión no limpia mediante la aplicación de una distribución logística estándar. De esta forma, obtuvimos para cada empresa 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 su situación económico-financiera. Finalmente, una vez obtenidas la probabilidad anterior para los años anterior y posterior al cambio, creamos la variable *VARPROB* que será la diferencia entre ambas probabilidades. 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 la empresa merece una mejora de opinión. En este sentido, se espera una relación inversa entre esta variable y la mejora de opinión.

4.2. MUESTRA

Para contrastar empíricamente la existencia de compra de opinión de auditoría vamos a partir de un conjunto de 691 empresas españolas⁵ contenidas en la base de datos elaborada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores. Para la realización del presente estudio se ha considerado un horizonte temporal de once años, desde 1990 a 2000, ambos incluidos, consistiendo la muestra en 4.235 observaciones/año. 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, lo que nos posibilitará detectar la existencia de cambios de auditor y si éstos vienen precedidos de informes calificados.

Dado que el grupo de empresas de interés en nuestro trabajo son aquéllas que tengan incentivos para comprar la opinión de su auditor, debemos seleccionar de las empresas anteriores aquéllas que cambien de auditor tras obtener un informe de auditoría no limpio. De esta forma, estaremos en línea con la investigación precedente que ha usado los cambios “sospechosos” de auditor como subrogados de la existencia de compra de opinión [Chow y Rice, 1982; McConnell, 1984; Schwartz y Menon, 1985; Citron y Taffler, 1992; Krishnan *et alt.*, 1996; Archambeault y DeZoort, 2001]. La clasificación de la muestra atendiendo a la existencia de cambio de auditor y al tipo de opinión de auditoría, se recoge en la Tabla I:

⁵ Con la finalidad de hacer más homogéneos los resultados que puedan derivarse de este estudio, hemos incluido en nuestra muestra sólo aquellas empresas que presentan su información contable siguiendo los formatos básicos establecidos en el Plan General de Contabilidad, es decir, hemos excluido empresas que presentan sus cuentas anuales adaptadas al sector bancario, de seguros y otras actividades financieras.

TABLA I: RELACIÓN ENTRE OPINIÓN DE AUDITORÍA Y CAMBIO DE AUDITOR

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

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 calificado es mayor, concretamente el 6,1%, lo cual pone de manifiesto una mayor propensión a cambiar de auditor en las empresas que reciben un informe de auditoría no limpio⁶. Según se aprecia en la Tabla I, son 72 los cambios efectuados tras una opinión no limpia, 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 calificado, por lo que podemos suponer que estos cambios han sido el resultado del deseo del cliente de evitar este coste en el futuro. Si analizamos la opinión recibida en el año siguiente, se obtiene que 37 empresas han conseguido mejorar la opinión de auditoría tras realizar un cambio de auditor.

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. ANÁLISIS UNIVARIANTE

Al objeto de analizar la existencia de comportamientos distintos respecto a las variables del modelo entre las empresas que mejoran la opinión de auditoría tras el cambio de auditor y las empresas que no la mejoran, se ha realizado un estudio de diferencias de medias entre ambas muestras de empresas. En la Tabla II se recoge frente a los estadísticos descriptivos, el estadístico t- Student para verificar si el comportamiento medio de ambas muestras respecto a las variables independientes es estadísticamente diferente.

⁶ La existencia de esta relación viene avalada por los resultados obtenidos del test χ^2 de Pearson, el cual rechaza la hipótesis de independencia entre las dos variables.

TABLA II: ANÁLISIS UNIVARIANTE DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS CLASIFICADAS SEGÚN LA EXISTENCIA O NO DE MEJORA DE OPINIÓN

VARIABLES	MEDIA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR		Estadístico t (valor p)
	No Mejora (35 observaciones)	Mejora (37 observaciones)	No Mejora (35 observaciones)	Mejora (37 observaciones)	
DIRCONSER	0,082	-0,190	0,418	0,371	2,927 (0,005)
DIRTAMAUD	0,056	-0,104	0,379	0,367	1,830 (0,071)
DIRTAMCLI	0,379	0,139	1,421	0,839	0,876 (0,383)
VARPROB	-0,045	-0,081	0,123	0,234	0,811 (0,420)

La Tabla II pone de manifiesto que las variables *DIRCONSER* y *DIRTAMAUD* muestran diferencias significativas entre las empresas que mejoran y no mejoran de opinión. Es decir, las empresas que han obtenido mejoras de opinión son las que con más frecuencia han cambiado hacia auditores con menor propensión a la emisión de informes calificados. La variable *DIRTAMAUD* ofrece resultados significativos al 10% y el signo esperado, poniendo de relieve que 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. Por su parte, 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, siendo curiosamente esta elección más frecuente en las empresas que finalmente obtienen un informe calificado que en las que consiguen mejorar la opinión.

En lo que se refiere al cambio de las prácticas contables de las empresas tras el cambio de auditor, vemos que las empresas que mejoran la opinión han sufrido una disminución mayor en la probabilidad de recibir informes de auditoría calificados que las que no mejoran. Dicho resultado es el esperado, pero no alcanza significado estadístico.

Los resultados obtenidos a nivel univariante están generando evidencia de que la mejora de opinión sólo viene relacionada con variables que hacen referencia al cambio de auditor. Dado que la mejora en las prácticas contables de la empresa no presenta comportamientos distintos entre ambas muestras, la mejora de opinión, al menos con la

evidencia obtenida a nivel univariante, viene relacionada con cambios intencionados hacia auditores de menor independencia.

5.2. ANÁLISIS MULTIVARIANTE

Al objeto de analizar cómo afectan de forma conjunta la dirección del cambio de auditor y la mejora en las prácticas contables a la mejora de la opinión de auditoría de las empresas que cambian de auditor, hemos procedido a estimar el modelo de regresión logística descrito en un apartado anterior. En la Tabla III se recogen los resultados obtenidos en la estimación del modelo junto con diferentes medidas de la bondad del ajuste alcanzado. El estadístico χ^2 del modelo alcanza un valor de 14,031 ($p=0,007$), indicando que la hipótesis nula de la no existencia de relación estadística puede ser rechazada. El Pseudo R^2 , que sirve de indicador del poder explicativo del modelo, es de aproximadamente un 24%, indicando por tanto un buen ajuste. El porcentaje de clasificación correcta es de aproximadamente un 69%, lo que en suma revela la bondad del ajuste realizado.

TABLA III: 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	?	-0,209 (0,528)	0,467
DIRCONSER	-	-2,176 (6,683)	0,010
DIRTAMAUD	-	-1,408 (4,013)	0,045
DIRTAMCLI	+	0,089 (0,125)	0,724
VARPROB	-	-1,610 (1,276)	0,259
<i>Pseudo R²</i>			0,236
<i>Estadístico χ^2 (4 g.l.)</i>			14,031
<i>Valor p</i>			(0,007)
<i>% Clasificado correctamente</i>			69,4

Como ocurría a nivel univariante, sólo resultan ser estadísticamente significativas las variables *DIRCONSER* y *DIRTAMAUD*, mostrando, además, los signos pronosticados anteriormente.

La variable *DIRCONSER* muestra el signo esperado, es decir, los cambios hacia auditores de menor conservadurismo están relacionados con mejoras de opinión. Esto quiere decir que si la empresa quiere evitar futuras opiniones no limpias, debe tener en cuenta la propensión a calificar del auditor antes de tomar la decisión de a qué firma contratar. 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, queda demostrado que cuanto menor es el auditor menos reacio será a emitir informes calificados 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.

Por tanto, las variables representativas de la independencia que han resultado significativas son *DIRCONSER*, que es una medida de la presión que el riesgo de litigios tiene sobre el auditor, y *DIRTAMAUD*, que 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.

El resto de las variables, es decir, *DIRTAMCLI* y *VARPROB* no adquieren significado estadístico lo que revela que la mejora de la opinión de auditoría tras el cambio no está relacionada con el mayor peso específico que el cliente obtiene en la cartera de clientes del auditor, ni con la mejora en las prácticas contables de la empresa, resultado especialmente importante éste dado que permite concluir sobre la existencia de compra de opinión de auditoría en nuestro país.

6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio ha sido analizar si las empresas que cambian de auditor tras la recepción de un informe calificado consiguen obtener mejoras de opinión de auditoría alterando las condiciones del nuevo auditor contratado, fenómeno conocido en la literatura especializada como compra de opinión de auditoría. Este fenómeno ha

sido estudiado en el contexto internacional de forma intensiva debido a los efectos negativos que tiene sobre la calidad de la información contable que las empresas divulgan a los mercados, y en particular al mercado financiero. Por el contrario, en nuestro país el fenómeno de la compra de opinión no ha adquirido excesiva atención, aun cuando las características del mercado de auditoría, en especial su concentración, y el laxo régimen de garantías de la independencia del auditor y la transparencia de los cambios de auditor, pueden generar las condiciones oportunas para que la compra de opinión de auditoría se produzca.

Al objeto de contrastar la existencia de compra de opinión de auditoría, hemos realizado un estudio empírico donde hemos analizado las razones por las cuales las empresas que cambian de auditor pueden mejorar la opinión de auditoría, en particular la mejora en las prácticas contables de la empresa y la alteración de determinados atributos del auditor que hacen referencia a su independencia. Los resultados obtenidos revelan que la mejora de opinión de auditoría para una muestra de empresas españolas está relacionada únicamente con el cambio de auditor, por lo que puede hablarse de la existencia de compra de opinión en nuestro entorno. En particular, se ha detectado que aquellas empresas que contratan tras el cambio auditores menos conservadores y de menor tamaño, aumentan la probabilidad de obtener mejoras de opinión con independencia de la calidad de sus prácticas contables.

La evidencia obtenida en este estudio es consistente con el interés del legislador español en incrementar, a través de diversas salvaguardas, la independencia del auditor y reducir de esta forma la posibilidad de que las empresas inicien cambios oportunistas de auditor al objeto de mejorar su opinión de auditoría. En este sentido, debemos mencionar que tanto la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero (2002) como el recientemente aprobado Código Unificado de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (2006) han ido incluyendo medidas y recomendaciones que reflejan la preocupación del sistema regulador nacional por este tipo de comportamientos oportunistas en las empresas. Así, en la Ley Financiera han sido previstas una serie de salvaguardas como la revelación de honorarios de auditoría, el cambio de socio y equipo de auditoría cada siete años, la creación obligatoria de comités de auditoría por las empresas que cotizan en bolsa, etc., que pueden afectar positivamente a la capacidad de los auditores de resistir las presiones de sus clientes.

Por otra parte, el Código Unificado incluye un conjunto de recomendaciones bastante interesantes que mejoran la transparencia de los cambios de auditor y la

comunicación de los auditores con los accionistas. Con respecto a la transparencia del cambio, el comité de auditoría debería informar como hecho relevante a la CNMV los cambios de auditor⁷ y la existencia de posibles desacuerdos de la empresa con el auditor saliente (recomendación 50). Para facilitar la comunicación del auditor saliente con los accionistas, se prevé que el Presidente del comité de auditoría junto con los auditores externos deberían explicar a la Junta General de Accionistas el contenido y alcance de las salvedades contenidas en el informe de auditoría (recomendación 53).

La nueva Octava Directiva (2006/43/CE) redonda también en estos mecanismos, incluyéndose medidas que pueden ser interesantes en cuanto a su efecto en la compra de opinión. Así, por ejemplo, se obliga a los auditores y las empresas auditadas a informar sobre las causas de los cambios de auditor y se determina que los auditores sólo podrán ser cesados cuando exista causa justificada, añadiendo que la divergencia sobre tratamientos contables o procedimientos de auditoría no serán consideradas causas justificadas. Al igual que hace la Ley Financiera, no se incluye rotación de firmas de auditoría pero sí de socio, el cual deberá cambiarse cada siete años (no se dice nada del equipo de auditoría).

Como podemos ver, estas medidas no harán sino dificultar la realización o evitar el éxito de comportamientos del tipo analizado en este trabajo, por lo que en nuestra opinión tendrán un efecto positivo en el desarrollo de la auditoría en nuestro país. Sería interesante, por tanto, una vez que estas medidas hayan tenido un período de vigencia suficiente, volver a analizar la existencia de compras de opinión para ver el efecto real que dichas medidas hayan tenido en el comportamiento de las empresas y los auditores, siendo ésta una posible extensión futura de nuestro trabajo.

No obstante, hemos de resaltar que la evidencia empírica que se deriva de este trabajo puede estar sujeta a una serie de limitaciones. En primer lugar, en el análisis de la dirección del cambio sólo hemos tenido en consideración determinados atributos que hacen referencia a la independencia del auditor, siendo igualmente posible que las empresas cambien hacia auditores que muestren menor conocimiento o especialización que el saliente al objeto de no detectar los problemas resaltados por el auditor saliente, aspecto éste que no ha sido controlado en este trabajo. Además, hemos de resaltar que han sido utilizado diversos atributos para referirnos a la diferencia entre la

⁷ También debería informar en caso de renuncia del auditor.

independencia del auditor saliente y el entrante, proceso éste basado en una serie de subrogados cuyo cálculo puede estar sujeto a error.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARCHAMBEAULT, D. y DEZOORT, F.T. [2001]: “Auditor opinion shopping and the audit committee: An analysis of suspicious auditor switches”, *International Journal of Auditing*, vol.5: 33-52.

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

ASHTON, R.H.; WILLINGHAM, J.J. y ELLIOT, R.K. [1987]: “An empirical analysis of audit delay”, *Journal of Accounting Research*, vol.25, otoño: 275-292.

BELL, T.B. y TABOR, R.H. [1991]: “Empirical analysis of audit uncertainty qualifications”, *Journal of Accounting Research*, vol.29, núm.2: 350-370.

BRANDSHAW, M.T.; RICHARDSON, S.A. y SLOAN, R.G. [2001]: “Do analysts and auditors use information in accruals?”, *Journal of Accounting Research*, vol.39, núm.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*, vol.27: 129-170.

CAÑIBANO, L. y CASTRILLO, L. [1999]: “La independencia de los auditores: Un nuevo enfoque”, *Actualidad Financiera*, tercer trimestre: 21-39.

CASO, C.; GARCÍA, J.; LÓPEZ, A. y MARTÍNEZ, A. [2003]: “Estudio de la incidencia de ciertos factores en el informe de auditoría”, *Revista de Contabilidad*, vol.6: 57-86.

CASTRILLO, L.; LÓPEZ DE FORONDA, O. y NAVAZO, J. [2000]: “Qualified audit opinions and stock prices: The Spanish case”, *23th Annual Congress of the European Accounting Association*, Munich (Alemania).

CITRON, D. y TAFFLER, R. [1992]: “The Audit Report under Going Concern Uncertainties: An Empirical Analysis”, *Accounting and Business Research*, vol.88: 337-345.

COLBERT, G. y MURRAY, D. [1998]: “The association between auditor quality and auditor size: An analysis of small CPA firms”, *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, vol.13: 135-150.

CRASWELL, A. T. [1988]: “The association between qualified opinions and auditor switches”, *Accounting and Business Research*, invierno: 23-31.

CRASWELL, A. T. [1988]: “The association between qualified opinions and auditor switches”, *Accounting and Business Research*, invierno: 23-31.

CRASWELL, A., FRANCIS, J. y TAYLOR, S. [1995]: “Auditor Brand Name Reputations and Industry Specializations”, *Journal of Accounting and Economics*, vol.20: 297-322.

CHOW, C. W. y RICE, S. J. [1982]: “Qualified audit opinions and auditor switching”, *The Accounting Review*, vol.57, núm.2: 326-335.

DEANGELO, L. E. [1981a]: “Auditor size and audit quality”, *Journal of Accounting & Economics*, vol.3: 183-199.

DEANGELO, L. E. [1981b]: “Auditor independence, 'low balling', and disclosure regulation”, *Journal of Accounting & Economics*, vol.3: 113-127.

DEANGELO, L. E. [1982]: “Mandated successful efforts and auditor choice”, *Journal of Accounting & Economics*, vol.4: 171-203.

DOPUCH, N.; HOLTHAUSEN, R. y LEFTWICH, R. [1986]: “Abnormal Stock Returns Associated with Media Disclosures of ‘Subject to’ Qualified Audit Opinions”, *Journal of Accounting and Economics*, vol.1: 93-117.

DOPUCH, N.; HOLTHAUSEN, R. W. y LEFTWICH, R. W. [1987]: “Predicting audit qualifications with financial and market variables”, *The Accounting Review*, vol.62, núm.3: 431-454.

DYE, R. A. [1991]: “Informationally motivated auditor replacement”, *Journal of Accounting and Economics*, vol.14: 347-374.

FARMER, T.A.; RITTENBERG, L.E. y TROMPETER, G.M. [1987]: “An investigation of the impact of economic and organizational factors on auditor independence”, *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol.7, núm.1: 1-14.

FRANCIS, J.R. y KRISHNAN, J. [1999]: “Accounting Accruals and auditor reporting conservatism”, *Contemporary Accounting Research*, vol.16, núm.1: 135-165.

GARCÍA BENAÚ, M.A.; RUIZ BARBADILLO, E. y 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.; GARRIDO, P.; VICO MARTÍNEZ, A.; MOIZER, P. y HUMPHREY, C. [1999]: “La calidad del servicio de auditoría: los auditores vistos por sus ‘clientes’”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.28, núm.102.

- GEIGER, M.A. y RAGHUNANDAN, K. [2002]: "Going-concern opinions in the "New" legal environment", *Accounting Horizons*, vol.16, núm.1:17-26.
- GÓMEZ AGUILAR, M. N. y RUIZ BARBADILLO, E. [2000]: "Un estudio empírico sobre la relación entre informe de auditoría y cambio de auditor", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.XXIX, núm.105: 705-741.
- GÓMEZ AGUILAR, M. N. y RUIZ BARBADILLO, E. [2003]: "Do Spanish firms change auditor to avoid a qualified audit report?", *International Journal of Auditing*, vol. 7, núm.1: 37-54.
- GONZALO, J.A. [1995]: "La auditoría, una profesión en la encrucijada de los noventa", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.XXIV, núm.84: 595-629.
- 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. y WILLIAMS, D. [1990]: "A Contingent Model of Intra-Big Eight Auditor Changes", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol.3: 55-74.
- JONES, F.L. [1996]: "The information content of the auditor's going concern evaluation", *Journal of Accounting and Public Policy*, vol.15: 1-27.
- KLUGER, B. y SHIELDS, D. [1989]: "Auditor Changes, Information Quality and Bankruptcy Prediction", *Managerial and Decision Economics*, vol.4: 275-282.
- KRISHNAN, J. [1994]: "Auditor switching and conservatism", *The Accounting Review*, vol.69, núm.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*, vol.21, núm.1: 29-46.
- KRISHNAN, J. y KRISHNAN, J. [1996]: "The role of economic trade-offs in the audit opinion decision: An empirical analysis", *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, vol.11, núm.4: 565-586.
- KRISHNAN, J. y STEPHENS, R.G. [1995]: "Evidence on Opinion Shopping from audit opinion conservatism", *Journal of Accounting and Public Policy*, vol.14: 179-201.
- KRISHNAN, J.; KRISHNAN, J. y STEPHENS, R. G. [1996]: "The simultaneous relation between auditor switching and audit opinion: an empirical analysis", *Accounting and Business Research*, vol.26, núm.3: 224-236.
- LENNOX, C. [2000]: "Do companies successfully engage in opinion-shopping? Evidence from the UK", *Journal of Accounting and Economics*, vol.29: 321-337.

- LENNOX, C. [2002]: *Opinion Shopping and audit committees*, Center of Economic Institutions, Working Paper Series, N. 2002-12.
- MARTIN, D.M. [1988]: “An effort to deter opinion shopping”, *The Journal of Corporation Law*, invierno: 419-441.
- MATSUMURA, E. M.; SUBRAMANYAM, K. R. y TUCKER, R. R. [1997]: “Strategic auditor behaviour and going concern decisions”, *Journal of Business, Finance and Accounting*, vol.24, núm.6: 727-758.
- MCCONNELL, D. K. [1984]: “Auditor changes and related disagreements”, *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol.3, núm.2: 44-56.
- PAZ-ARES, C. [1996]: *La ley, el mercado y la independencia del auditor*, 1ª Ed., Editorial Civitas, S.A., Madrid
- PRADO LORENZO, J.M.; GONZALO BRAVO, I. y MARTÍN JIMÉNEZ, D. [1995]: “La situación de la auditoría en España desde la perspectiva de los auditores”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.24, núm.84: 631-666.
- PUCHETA, C. [2002]: *Evidencia empírica del contenido informativo del informe de auditoría*, Tesis Doctoral, Universidad de Valencia.
- REYNOLDS, J.K. y FRANCIS, J.R. [2001]: “Does size matter? The influence of large clients on office-level auditor reporting decisions”, *Journal of Accounting and Economics*, vol.30: 375-400.
- RUIZ BARBADILLO, E. y GÓMEZ AGUILAR, N. [2003]: “Evidencia empírica sobre inductores del cambio de auditor: Especial referencia a la situación financiera de la empresa”, *Revista de Contabilidad*, vol.6: 139-167.
- RUIZ BARBADILLO, E.; GÓMEZ AGUILAR, N. y GUIRAL CONTRERAS, A. [2003]: “Una comparación intersectorial y por tamaño de la calidad de la información contable a través del análisis del informe de auditoría”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.XXXI, núm.112: 545-5810.
- 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*, vol.XXXII, núm.119: 983-1012.
- SARHAN, M.H.; FRANK, G.B. y FISHER, S.A. [1991]: “Switching independent auditors: An empirical investigation”, *Akron Business and Economic Review*, vol.22, núm.2: 173-183.

SCHWARTZ, K. B. y MENON, K. [1985]: “Auditor switches by failing firms”, *The Accounting Review*, vol.60, núm.2: 248-261.

SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION, SEC [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.

SHOCKLEY, R.A. [1982]: “Perceptions of audit independence: A conceptual model”, *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, vol.5: 126-143.

SMITH, D. B. [1986]: “Auditor 'subject to' opinions, disclaimers, and auditor changes”, *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, vol.6, núm.1: 95-108.

TEOH, S. H. [1992]: “Auditor independence, dismissal threats, and the market reaction to auditor switches”, *Journal of Accounting Research*, vol.30, núm.1: 1-23.