

Cambio de auditor y compra de opinión: efectos del cambio de firma y del cambio de socio

Beatriz García Osma, Belén Gill-de-Albornoz y Elena de las Heras (*)

(*) Beatriz García Osma es profesora titular en el departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Carlos III de Madrid; Belén Gill-de-Albornoz es profesora titular en el departamento de Finanzas y Contabilidad de la Universitat Jaume I e investigadora asociada del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE), y Elena de las Heras es profesora contratada en el departamento de Contabilidad de la Universidad Autónoma de Madrid.

1 Introducción

Una de las dimensiones más controvertidas de la calidad de las auditorías se refiere a la rotación óptima del auditor. No existe acuerdo sobre si este aspecto debe regularse, ni sobre si, en su caso, es conveniente que sean las firmas de auditoría o los socios responsables y sus equipos quienes roten¹. La regulación a nivel internacional adopta soluciones diversas. En la Unión Europea, por ejemplo, se ha aprobado recientemente una norma de rotación obligatoria de la firma para entidades de interés público, fijándola en un máximo de diez años².

Regular la rotación a nivel del socio o hacerlo a nivel de la firma puede tener importantes consecuencias en la estructura del mercado de auditoría. Se han analizado fundamentalmente los efectos a nivel de la firma, con resultados poco concluyentes. Los beneficios de este tipo de rotación no están claros, y existen costes asociados a ella que quizás superen sus potenciales beneficios (Arruñada y Paz-Ares, 1997). Por eso, algunos organismos reguladores (General Accounting Office, 2003) consideran «más prudente» establecer la rotación a nivel del socio. Por ejemplo, la pérdida de competencia asociada a la rotación de la firma puede evitarse obligando solo a la rotación del socio. Sin embargo, los efectos económicos de la rotación a nivel del socio pueden ser diferentes cuando se comparan con los de la rotación de la firma (Bamber y Bamber, 2009). En consecuencia, tampoco hay consenso, ni teórico ni empírico, sobre los efectos que acarrearía regular la rotación obligatoria del socio.

En el presente trabajo se analizan las consecuencias de la rotación del auditor en España. En concreto, nos centramos en el fenómeno de la «compra de opinión». Las empresas que reciben informes con salvedades pueden tratar de cambiar de auditor para «comprar» una opinión limpia. Aunque algunos estudios previos ofrecen evidencia (indirecta) consistente con la existencia de este fenómeno de compra de opinión a nivel de la firma (así, por ejemplo, Chow y Rice, 1982 y Sánchez-Segura, 2003), los resultados de esta línea de investigación son poco concluyentes. En este trabajo se aporta evidencia sobre los efectos de la rotación del auditor en España, para lo que analizamos la relación de los cambios de la firma y del socio con los cambios en la opinión de la auditoría. Si existe compra de opinión, es esperable que

1 En adelante, nos referimos a la rotación del socio responsable y su equipo como rotación «del socio» o «a nivel del socio». Cuando rota la firma responsable del trabajo de auditoría, nos referimos a dicha rotación como «de la firma» o «a nivel de la firma».

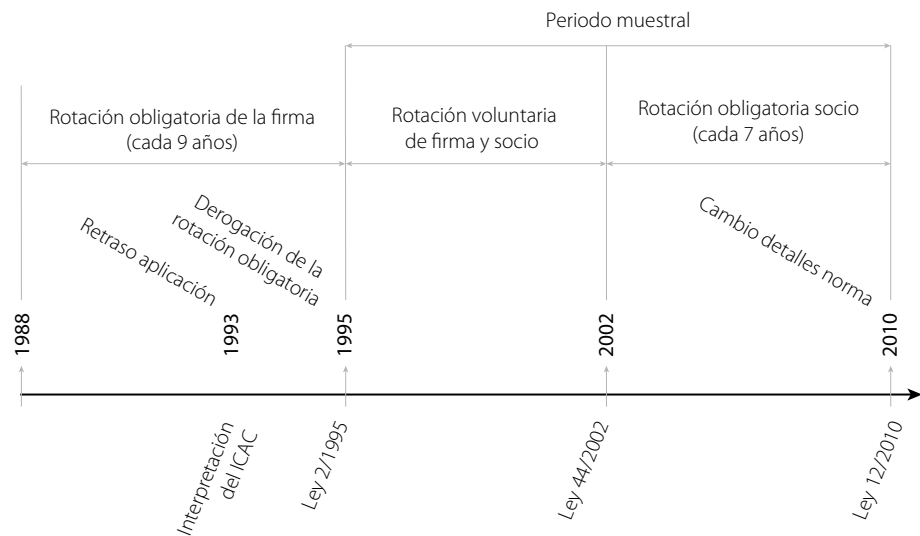
2 La última reforma del mercado de auditoría en la UE comenzó en 2010 con el documento titulado *Audit policy: Lessons from the crisis* (Comisión Europea, 2010). Este proceso ha resultado en la aprobación de la Directiva 2014/56/EC, que modifica la Directiva 2006/43/EC, y en el Reglamento n.º 537/2014, donde entre otras cuestiones se establece por primera vez a nivel Europeo la rotación obligatoria de la firma de auditoría.

los cambios de auditor estén asociados con mejoras en la opinión (donde la mejora en la opinión se define como pasar de recibir un informe con salvedades a recibir un informe limpio).

El estudio del caso español es de particular interés, puesto que el nuestro es uno de los pocos países del mundo en los que es posible identificar al socio responsable de la auditoría. Además, desde que la auditoría se reguló en España por primera vez en 1988, se han sucedido diversos contextos normativos en relación a la rotación del auditor, tal y como queda reflejado en el gráfico 1.

Regulación sobre rotación del auditor en España

GRÁFICO 1



La Ley 19/1988, de Auditoría de Cuentas, obligaba a la rotación de la firma cada nueve años (artículo 8.4); sin embargo, tras mucha controversia, la Ley 2/1995, de Sociedades de Responsabilidad Limitada, derogó esta norma y no llegó a producirse rotación obligatoria *de facto* (Carrera, Gómez-Aguilar, Humphrey y Ruiz-Barbadillo, 2007). Posteriormente, la rotación del auditor en España fue voluntaria, hasta que la Ley 44/2002, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, estableció de nuevo la rotación obligatoria, pero esta vez a nivel de socio, que junto con su equipo de auditoría debía rotar cada siete años (artículo 51). La Ley 12/2010, que modificó la Ley 19/1998, cambió ligeramente la norma, estableciéndose que únicamente el socio y no el equipo estaba obligado a rotar cada siete años³. En el trabajo se contemplan, por lo tanto, dos periodos regulatorios claramente distintos: 1995-2002 y 2003-2010.

3 La nueva Ley de Auditoría (Ley 22/2015, de 20 de julio) ha modificado de nuevo las normas al recoger los requerimientos del Reglamento de la UE n.º 537/2014. Así, se incorpora la rotación obligatoria de la firma cada diez años. Esta norma también obliga a la rotación del socio y del equipo responsable de la auditoría cada cinco años (artículo 40).

2 La compra de opinión: hipótesis de trabajo

Los estados financieros son el resultado de una negociación entre empresa y auditor. Los errores detectados por el auditor pueden ser corregidos, mejorándose así la calidad de la información. Si los errores no se corrigen, el auditor debe informar de ellos en su informe, señalizando así tanto su competencia (al detectar problemas) como su independencia (al informar sobre ellos). En tal caso, el auditor emitirá un informe con salvedades.

Los informes de auditoría con salvedades tienen consecuencias negativas para la empresa (véase Kausar, Taffler y Tan, 2009), por lo que es razonable que se produzca un proceso de negociación entre empresa y auditor para tratar de lograr un informe limpio. Si no hay acuerdo, la empresa puede tratar de cambiar de auditor (véase Lennox, 1998). De producirse, la compra de opinión sería un caso evidente de pérdida de independencia del auditor. Por eso este fenómeno es una preocupación constante de los organismos reguladores (véanse Comisión Europea, 2010 y Public Company Accounting Oversight Board, 2011).

A pesar de la preocupación por parte de los reguladores, no hay evidencia clara de hasta qué punto las empresas logran comprar la opinión de los auditores. Diversos trabajos observan que existe una asociación positiva entre la recepción de un informe con salvedades y el cambio de auditor. Sin embargo, la compra de opinión no se acepta como explicación de dicha asociación. En el contexto norteamericano, ningún trabajo ha podido proporcionar evidencia de la existencia de una relación entre el cambio de auditor y la mejora de opinión, y por ejemplo DeFond y Subramanyam (1998) sugieren que los cambios de auditor tras un informe con salvedades reflejan tan solo diferencias en el nivel de conservadurismo de los auditores. En otros contextos, si bien tampoco existe evidencia directa de compra de opinión, los resultados sugieren que efectivamente esta se produce. Por ejemplo, Lennox (2000) aporta evidencia en el Reino Unido de que, tras un cambio de auditor, se reduce la probabilidad de recibir una peor opinión. Asimismo, se ha observado que en contextos en los que la protección al inversor es baja, como China o España, las empresas contratan a firmas de auditoría locales o pequeñas para evitar recibir una opinión con salvedades (véase, por ejemplo, Chan, Lin y Mo, 2006 y Gómez-Aguilar y Ruiz-Barbadillo, 2003).

En cualquier caso, la evidencia a nivel de la firma no puede extrapolarse directamente al caso de los cambios de socio, puesto que los incentivos para la compra de opinión tanto del cliente como del auditor son diferentes a este nivel. Desde el punto de vista del cliente, solicitar un cambio de socio dentro de una misma firma puede ser una opción a considerar, puesto que el cambio de socio es más opaco que el cambio de firma, y con ello se evitarían las consecuencias negativas de un cambio de firma. Incluso si no se busca activamente un cambio de socio, cuando este se produce por motivos varios (como pueden ser la jubilación del socio o la aplicación de la normativa internacional de rotación en el caso de empresas cotizadas en varios mercados), es posible que el cliente pueda influir en el proceso y aprovechar la oportunidad para buscar un socio más permisivo. Desde el punto de vista del auditor, el cambio de opinión asociado al cambio de socio parece poco probable, pero podría explicarse si la firma tiene una dependencia alta del cliente (Bamber y Bamber, 2009). Esa dependencia podría generar incentivos para que el nuevo socio tuviera una postura menos conservadora, y así retener al cliente.

La investigación sobre los efectos de la rotación del socio en la calidad de la auditoría es escasa y poco concluyente⁴. Esto se debe fundamentalmente a que son pocos los países en los que el socio firma el informe con su nombre. Los estudios que analizan datos a nivel del socio se han realizado en países como Australia o Taiwán, muy diferentes de los Estados miembros de la UE por lo que se refiere al marco legal, el gobierno corporativo o los sistemas contables. En nuestro estudio, examinamos el fenómeno de la compra de opinión a ambos niveles, el de la firma y el del socio. No son mutuamente excluyentes, por lo que podrían, en teoría, coexistir, si bien parece razonable pensar que los impedimentos a la compra de opinión serán mayores a nivel del socio. Primero porque es de esperar una cierta monitorización entre los socios dentro de las firmas. Y segundo porque la probabilidad de encontrar un socio dispuesto a cambiar de opinión dentro de una misma firma debe de ser menor que entre el resto de socios del mercado.

Si el cambio de auditor responde a un intento de compra de opinión, es esperable que esté asociado con un cambio en la opinión. En concreto, con una mejora en la opinión (que pasará de presentar salvedades a estar limpia). Por otro lado, el efecto contrario no debería observarse, y el cambio de auditor no debería estar asociado a un empeoramiento en la opinión (que pasaría de estar limpia a presentar salvedades). Por lo tanto, se plantean las siguientes hipótesis:

H1: *El cambio de auditor está positivamente asociado con la probabilidad de una mejora en la opinión de la auditoría.*

H2: *El cambio de auditor no está asociado con la probabilidad de un empeoramiento en la opinión de la auditoría.*

3 Muestra y análisis descriptivo

Para analizar la relación entre el cambio de auditor y el cambio de opinión hemos recopilado de los registros oficiales de la Comisión Nacional del Mercado de Valores los datos de auditoría de las empresas españolas no financieras cotizadas entre 1990 y 2010. No obstante, los análisis se centran en el periodo 1995-2010, puesto que es necesario desechar los primeros años para calcular adecuadamente algunas de las variables del análisis. Disponemos de una muestra de 2176 observaciones empresa-año. Estas observaciones se clasifican en tres categorías excluyentes entre sí: (i) no cambia ni el socio ni la firma; (ii) cambia el socio pero no la firma, y (iii) cambia tanto al socio como la firma⁵. Como muestra el cuadro 1, el 20,5 % de las observaciones de la muestra presentan algún cambio de auditor, siendo más frecuente el cam-

4 Algunos estudios encuentran evidencia de que un cambio de socio aumenta la calidad de la auditoría (por ejemplo, Firth, Rui y Wu, 2012), mientras que otros concluyen lo contrario (así, Daugherty, Dickins, Hatfield y Higgs, 2012).

5 La cuarta categoría posible (se mantiene el socio y cambia la firma) no se considera. Solo observamos este caso cuando se producen fusiones entre firmas, como en la adquisición de Arthur Andersen por Deloitte en 2002 y en la fusión de PriceWaterhouse con Coopers & Lybrand en 1998. Estas observaciones no están incluidas en el presente análisis porque la rotación del auditor en estos casos se debe a motivos exógenos.

bio del socio que el de la firma: hay 122 casos de cambio de la firma y el socio (5,6 %), y 325 en los que rota solo el socio (14,9 %).

El cuadro 1 también ofrece evidencia descriptiva de la relación entre los cambios de auditor y los cambios de opinión. Si las empresas intentaran comprar opiniones limpias cambiando de auditor debería observarse una mayor proporción de informes con salvedades en el año previo en las categorías en las que hay cambio de auditor que en las que no lo hay. Esta evidencia solo se observa en el caso de la rotación de la firma. La proporción de opiniones con salvedades es del 20,3 % en el grupo sin cambios, mientras que el 34,4 % de las observaciones con cambio de la firma y del socio tenían una opinión con salvedades en el año previo al cambio. Estas diferencias son estadísticamente significativas. Sin embargo, la proporción de observaciones con salvedades en el año previo que se observa en el grupo con cambio solo del socio (un 17,5 %) no es significativamente distinta de la que se observa en la categoría en que no hay cambio de auditor. Estos resultados sugieren que entre las empresas que reciben un informe con salvedades es más probable que se realice un cambio de la firma que un cambio del socio.

Cambio de auditor y compra de opinión. Análisis descriptivo

CUADRO 1

Este cuadro muestra la proporción de empresas que reciben informes con salvedades en $t-1$ (columna 1) en cada categoría de cambio de auditor: (i) sin cambio; (ii) cambio solo del socio, y (iii) cambio del socio y de la firma. También se presenta para cada categoría la proporción de empresas que entre $t-1$ y t experimentan una mejora de opinión (columna 2), o un empeoramiento de opinión (columna 3). Las cuatro filas inferiores muestran los resultados de los tests de proporciones donde la hipótesis nula es que las proporciones en las categorías comparadas son iguales. La significatividad estadística se indica con * para p -value $< 0,10$; ** para p -value $< 0,05$, y *** para p -value $< 0,01$.

Categoría de cambio de auditor	N	Cambio de opinión entre $t-1$ y t		
		(1) Opinión con salvedades en $t-1$	(2) Mejora opinión	(3) Empeora opinión
Todas	2176	450	153	124
%		20,7 %	7,0 %	5,7 %
(i) Sin cambio	1729	351	117	94
%		20,3 %	6,8 %	5,4 %
(ii) Cambio solo del socio	325	57	19	19
%		17,5 %	5,8 %	5,8 %
(iii) Cambio del socio y de la firma	122	42	17	11
%		34,4 %	13,9 %	9,0 %
Tests diferencias proporciones (Z-statistics):				
(i) vs (iii)		-3,69***	-2,95***	-1,65*
(ii) vs (iii)		-3,83***	-2,79***	-1,19
(i) vs (ii)		1,14	0,61	-0,29

Los resultados de la columna 2 ofrecen evidencia inicial sobre el fenómeno de la compra de opinión. La proporción de mejoras de opinión en el grupo sin cambios es del 6,8 %, mientras que en el grupo con cambios de la firma es del 13,9 %, una diferencia estadísticamente significativa. Por su parte, en el grupo que cambia de socio este porcentaje es tan solo del 5,8 %, significativamente inferior al del grupo con

cambios de la firma y no significativamente distinto al del grupo sin cambios. Esta evidencia es consistente con la hipótesis de trabajo H1, pero solo para el caso de cambio de la firma, y no para el caso de cambio del socio. La columna 3 del cuadro 1 muestra la proporción de empeoramientos de opinión en cada grupo; esto es, casos que pasan de tener opiniones limpias a tener salvedades. En este caso, no se observan diferencias significativas entre los tres grupos.

4 Análisis de regresión: cambios de auditor y cambio de opinión

La decisión de cambiar de auditor puede estar relacionada con cambios en las características del cliente y/o del auditor, que a su vez expliquen el cambio en la opinión. Por ello, para obtener conclusiones válidas sobre la relación entre cambio de auditor y cambio de opinión es necesario realizar un análisis multivariante en el que se pueda controlar el efecto de otros factores sobre el cambio de opinión. En concreto, estimamos los modelos de regresión logística 1 y 2, donde la probabilidad de mejora y empeoramiento en la opinión se expresan, respectivamente, en función del cambio de auditor, tanto a nivel de la firma como del socio, y de una serie de características del cliente y del auditor.

$$\begin{aligned} \text{Mejora_OP}_{i,t} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{Cambio_Socio}_{i,t} + \alpha_2 \text{Cambio_Firma}_{i,t} \\ & + \beta \sum \Delta \text{Determinantes}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} \text{Empeora_OP}_{i,t} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{Cambio_Socio}_{i,t} + \alpha_2 \text{Cambio_Firma}_{i,t} \\ & + \beta \sum \Delta \text{Determinantes}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned} \quad (2)$$

Las variables dependientes de los modelos 1 y 2 captan la dirección del cambio en la opinión del auditor. En concreto, *Mejora_OP_{i,t}* es una variable dicotómica que toma el valor 1 si la empresa *i* recibe una opinión con salvedades en el año *t-1* y una opinión limpia en el año *t*, y 0 en caso contrario; y *Empeora_OP_{i,t}* es una variable dicotómica que toma el valor 1 si la empresa *i* recibe una opinión limpia en el año *t-1* y una opinión con salvedades en el año *t*, y 0 en caso contrario. *Cambio_Socio_{i,t}* es una variable dicotómica que toma el valor 1 si la empresa *i* cambia el socio pero no la firma en el año *t*, y 0 en caso contrario; y *Cambio_Firma_{i,t}* es una variable dicotómica que toma el valor 1 si la empresa *i* cambia el socio y la firma en el año *t*, y 0 en caso contrario. El grupo de referencia es por lo tanto el que no cambia ni de socio ni de firma. Un coeficiente α positivo en el modelo *Mejora_OP_{i,t}* sería consistente con la hipótesis H1. Un coeficiente α no significativo en el modelo *Empeora_OP_{i,t}* sería consistente con la hipótesis H2. Las variables que miden cambios en las características del cliente y factores relacionados con las características del auditor están recogidas en *Determinantes*. Todas las variables de control incorporadas se basan en trabajos de la línea de investigación sobre los determinantes de la opinión del auditor. El apéndice recoge la definición de todas las variables consideradas⁶.

6 Obviamos los detalles metodológicos de la estimación de los modelos. Los lectores interesados pueden solicitar la versión completa del trabajo a las autoras, en la que se proporcionan los detalles de la metodología empírica.

La información financiera de las empresas (obtenida de la base de datos SABI) y de los auditores (obtenida de los registros del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas) no está disponible para toda la muestra de auditores descrita previamente. Por ello, el análisis de regresión se lleva a cabo en una muestra reducida, compuesta por 1374 observaciones empresa-año. El análisis descriptivo de esta muestra ofrece resultados similares a los presentados en el cuadro 1, lo que sugiere que es representativa de la muestra total.

La empresa media de la muestra tiene un activo de 3205 millones de euros y una rentabilidad sobre el activo (*RoA*) media de 4,7 %; el endeudamiento (*Leverage*) medio es el 52,9 %, y el ratio de liquidez (*Liquid*) medio es 1,719. En relación a las características del auditor: los socios de la muestra tienen amplia experiencia (*Age*), el 81,7 % de ellos está registrado en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas (ROAC) desde 1991; el 4,7 % de las empresas son auditadas por un socio experto en la industria en la que opera el cliente (*PEXPER*), y el 88,1 % de la muestra es auditada por una firma de auditoría multinacional (*Big*); finalmente, la media de años de auditoría consecutiva del socio (*SAños*) es de 3,8 y en el caso de la firma (*FAños*) de 6,9 años.

El cuadro 2 presenta los resultados del análisis de regresión. Reportamos únicamente los coeficientes y los cocientes de probabilidades (*odd ratios*) de las variables experimentales, *Cambio_Firma* y *Cambio_Socio*⁷. Los cocientes *odds* indican el incremento o decremento en la probabilidad de un cambio en la opinión cuando la variable correspondiente pasa de 0 a 1, manteniéndose el resto de variables constantes.

Cambios de auditor y cambios de opinión. Análisis de regresión

CUADRO 2

Este cuadro muestra los resultados de la regresión logística que modeliza el cambio de opinión del auditor, bien *Mejora_OP* o bien *Empeora_OP*, sobre las variables de cambio de auditor (*Cambio_Socio* y *Cambio_Firma*) y otros determinantes relacionados con las características de la empresa y del auditor. La significatividad estadística se indica con * para p-value < 0,10; ** p-value < 0,05, y *** p-value < 0,01. El apéndice contiene la definición de todas las variables consideradas.

Variables	Mejora_OP		Empeora_OP	
	Coef.	Odds (Q1-Q3)	Coef.	Odds (Q1-Q3)
Constante	-2,154*** [-5,22]		-1,993*** [-4,01]	
<i>Cambio_Socio</i>	-0,663*** [-3,09]	0,52	-0,013 [-0,07]	0,99
<i>Cambio_Firma</i>	0,844*** [2,92]	2,33	0,339 [0,73]	1,40
<i>Determinantes</i>	Incluye		Incluye	
Wald c2	54,95***		31,71**	
Pseudo R ²	0,072		0,043	
N.º observaciones	1374		1374	

Los resultados confirman la evidencia observada en el cuadro 1. Por un lado, la probabilidad de una mejora de opinión está positiva y significativamente asociada al

7 Las tablas con los resultados completos están disponibles en la versión completa de este trabajo.

cambio de la firma de auditoría (el coeficiente de *Cambio_Firma* es positivo y estadísticamente significativo en el modelo en el que la variable dependiente es *Mejora_OP*); mientras que en el caso de cambios del socio se observa el resultado opuesto (el coeficiente de *Cambio_Socio* es negativo y significativo). Cuando se produce un cambio del socio, el nuevo socio es menos propenso que la media a dar una opinión sin salvedades cuando el socio anterior había emitido un informe con salvedades. Por otro lado, ni el cambio del socio ni el cambio de la firma están significativamente asociados a un empeoramiento en la opinión (los coeficientes de *Cambio_Socio* y *Cambio_Firma* no son significativamente distintos de cero en el modelo en el que la variable dependiente es *Empeora_OP*). Los resultados de las variables de control (no presentados) son consistentes con los observados en trabajos previos.

5 Otros análisis

Intentos de compra de opinión a nivel de socio

La evidencia presentada sugiere que las rotaciones de socio no dan lugar a compra de opinión. Aun así, es posible que la intención de algunos clientes al solicitar un cambio del socio sí sea la de conseguir un cambio de opinión. Para tratar de entender si se producen intentos de compra de opinión a nivel del socio, modelizamos la probabilidad de que cambie la firma (*Cambio_Firma*) en función de un cambio previo del socio, condicionado a que no haya cambios de opinión. Los resultados de este análisis revelan que la probabilidad de que se produzca una rotación de la firma es significativamente mayor cuando se ha producido un cambio del socio en los tres años anteriores y dicho cambio no ha ido acompañado de un cambio en la opinión. Cuando se analiza esta evidencia por tipos de opinión se aprecia que es la submuestra en la que la opinión tiene salvedades la que determina este resultado. Esto sugiere que las empresas tratan de comprar la opinión cambiando de socio, y que cuando esto falla, cambian de firma.

Rotación de socio obligatoria versus voluntaria

Un último análisis llevado a cabo se centra en la relación entre el cambio de socio y el cambio de opinión distinguiendo entre cambios de socio voluntarios y obligatorios. En la muestra identificamos setenta cambios de socio obligatorios, que tienen lugar tras la promulgación de la Ley 44/2002. Se observa que la rotación obligatoria del socio está vinculada a una mayor probabilidad de mejora de opinión que la rotación voluntaria. Estos resultados, sin embargo, deben ser interpretados con cierta cautela, dado el número reducido de rotaciones de carácter obligatorio analizadas.

6 Conclusión

Este trabajo presenta evidencia empírica del fenómeno de compra de opinión, a nivel de la firma y del socio. Para ello, se analiza la relación entre el cambio de auditor y los cambios en la opinión de auditoría. Los resultados revelan que los cambios de

la firma de auditoría están asociados con mayor probabilidad de mejoras en la opinión (recibir un informe limpio cuando el auditor saliente había emitido salvedades), lo que sugiere la existencia de compra de opinión. En cambio, a nivel del socio los cambios de auditor están asociados a menor probabilidad de mejoras en la opinión. Los nuevos socios son más conservadores y menos propensos a firmar un informe limpio cuando el informe del socio saliente tenía salvedades.

En general, estos resultados confirman la tesis de que la evidencia a nivel de la firma no puede extrapolarse al nivel del socio. Se observan efectos opuestos. Este resultado es de especial trascendencia para los organismos reguladores, que en muchas ocasiones consideran la rotación a nivel del socio como medida alternativa a la rotación de la firma, confiando en evitar los costes esperados de esta última y a la vez mantener sus beneficios. Además, los resultados son consistentes con la tesis de que los efectos a nivel del socio son de segundo orden cuando se comparan con los efectos a nivel de la firma, puesto que los efectos del cambio de firma son económicamente mayores en todos nuestros modelos.

Los análisis adicionales sugieren que: (1) los cambios de firma están asociados a intentos fallidos de compra de opinión a nivel del socio, y (2) la rotación obligatoria del socio está asociada a una mayor probabilidad de mejora en la opinión que la rotación no obligatoria, lo que sugiere que en un contexto de rotación obligatoria del socio los incentivos de las empresas y/o los auditores para incurrir en compra de opinión a nivel del socio son mayores que en un contexto de rotación voluntaria. No obstante, este resultado debe considerarse con cautela, dado que el número de cambios de socio obligatorios identificados en la muestra es reducido.

Referencias

ARRUÑADA, B. y C. PAZ-ARES (1997). «Mandatory rotation of company auditors: A critical examination», *International Review of Law and Economics* 17 (1), 31-61.

BAMBER, E. M. y L. S. BAMBER (2009). «Discussion of: Mandatory audit-partner rotation, audit quality and market perception: Evidence from Taiwan», *Contemporary Accounting Research* 26 (2), 393-492.

CARRERA, N., N. GÓMEZ-AGUILAR, C. HUMPHREY y E. RUIZ-BARBADILLO (2007). «Mandatory audit firm rotation in Spain: A policy that was never applied», *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 20 (5), 671-701.

CHAN, H. K., K. Z. LIN y P. L. MO (2006). «A political-economic analysis of auditor reporting and auditor switches», *Review of Accounting Studies* 11 (1), 21-48.

CHOW, C. W. y J. RICE (1982). «Qualified audit opinions and auditor switching», *The Accounting Review* 57 (2), 326-335.

Comisión Europea (CE, 2006). Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council of 17 May 2006 on statutory audits of annual accounts and consolidated accounts, amending Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC and repealing Council Directive 84/253/EEC. Bruselas, Boletín Oficial de la Unión Europea L157/87.

Comisión Europea (CE, 2010). *Audit policy: Lessons from the crisis*. Bruselas, Green Paper, octubre de 2013.

DAUGHERTY, B., D. DICKINS, R. HATFIELD y J. HIGGS (2012). «An examination of partner perceptions of partner rotation: Direct and indirect consequences to audit quality», *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 31 (1), 97-114.

DECHOW, P. M. e I. DICHEV (2002). «The quality of accruals and earnings: The role of accrual estimation errors», *The Accounting Review* 77 (Supplement), 35-39.

DEFOND, M. L. y K. SUBRAMANYAM (1998). «Auditor changes and discretionary accruals», *Journal of Accounting and Economics* 25 (1), 35-68.

FIRTH, M., O. M. RUI y X. WU (2012). «How do various forms of auditor rotation affect audit quality? Evidence from China», *The International Journal of Accounting* 47 (1), 109-138.

General Accounting Office (GAO, 2003). *Public accounting firms: Required study on the potential effects of mandatory audit firm rotation*. Washington D. C.: Report GAO-04-216.

GÓMEZ-AGUILAR, N. y E. RUIZ-BARBADILLO (2003). «Do Spanish firms change auditor to avoid a qualified report?», *International Journal of Auditing* 7, 37-53.

KAUSAR, A., R. TAFFLER y C. TAN (2009). «The going-concern market anomaly», *Journal of Accounting Research* 47 (1), 213-239.

LENNOX, C. S. (1998). «Audit quality and auditor switching: Some lessons for policy makers», working paper, Bristol University.

LENNOX, C. S. (2000). «Do companies successfully engage in opinion-shopping? Evidence from the UK», *Journal of Accounting and Economics* 29, 321-337.

Ley 19/1988 de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas.

Ley 2/1995 de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Ley 44/2002 de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.

Ley 12/2010 de 30 de junio, por la que se modifica la Ley 19/1988 de Auditoría de Cuentas.

Ley 22/2015 de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas.

Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB, 2011). *Concept release on auditor independence and audit firm rotation*. PCAOB Release No. 2011-006. 16 de agosto de 2011.

SÁNCHEZ-SEGURA, A. (2003). «Salvedades y cambio de auditor», *Revista Española de Financiación y Contabilidad* 32 (119), 983-1012.

Apéndice: Definición de las variables incluidas en los modelos de regresión

VARIABLES DEPENDIENTES:

Mejora_OP Variable dicotómica: 1 si mejora la opinión, o en caso contrario.

Empeora_OP Variable dicotómica: 1 si empeora la opinión, o en caso contrario.

VARIABLES EXPERIMENTALES:

Cambio_Socio Variable dicotómica: 1 si cambia el socio pero no la firma, o en caso contrario.

Cambio_Firma Variable dicotómica: 1 si cambian el socio y la firma, o en caso contrario.

OTROS DETERMINANTES:

$\Delta|DDI|$ Cambio entre $t-1$ y t en el valor absoluto ajustes por devengo anormales según el modelo de Dechow y Dichev (2002).

$\Delta Size$ Cambio entre $t-1$ y t en el logaritmo del activo total.

$\Delta Leverage$ Cambio entre $t-1$ y t en el ratio deuda total sobre activo total.

ΔRoa Cambio entre $t-1$ y t en la rentabilidad económica (Roa), calculada como beneficio neto sobre activo total medio.

$\Delta Liquid$ Cambio entre $t-1$ y t en el ratio de liquidez, calculado como activo corriente sobre pasivo corriente.

$\Delta Invest$ Cambio entre $t-1$ y t en el ratio activo corriente menos deudores e inventario sobre activo total.

Age Variable dicotómica: 1 si el socio es un auditor experimentado, o en caso contrario. Un auditor se considera experimentado si está registrado en el ROAC desde su creación en 1991.

Lag_Age Primer retardo de la variable Age.

PExper Variable dicotómica: 1 si el socio es un experto en la industria en la que opera la empresa, o en caso contrario. Un socio es experto si audita más de una empresa en dicha industria y es el socio que audita una mayor proporción de dicha industria, medido por las ventas de las empresas que audita.

Lag_PExper Primer retardo de la variable PExper.

Big Variable dicotómica: 1 si el auditor es una gran firma de auditoría, o en caso contrario.

Lag_Big Primer retardo de la variable Big.

Lag_SAños Primer retardo de la variable SAños, que mide el número de años del socio auditando ese cliente.

Lag_FAños Primer retardo de la variable FAños, que mide el número de años de la firma auditando ese cliente.

Do210 Variable dicotómica: 1 en los años 2002 a 2010, durante los que existe una norma de rotación obligatoria a nivel de socio, o en otros años.