



Universia Business Review

ISSN: 1698-5117

ubr@universia.net

Portal Universia S.A.

España

Montoya-del-Corte, Javier; Fernández-Laviada, Ana; Martínez-García, Francisco Javier

Utilidad de la auditoría de cuentas: perspectiva de las PYMES en España

Universia Business Review, núm. 41, enero-marzo, 2014, pp. 80-97

Portal Universia S.A.

Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43330207005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Javier Montoya-del-Corte¹

Departamento de
Administración de
Empresas
Universidad de Cantabria



javier.montoya@unican.es

Utilidad de la auditoría de cuentas: perspectiva de las PYMES en España*

The usefulness of auditing: the Spanish SME perspective

80



Ana Fernández-Laviada

Departamento de
Administración de
Empresas
Universidad de Cantabria



ana.fernandez@unican.es

I. INTRODUCCIÓN

Los auditores tienen la misión de aportar fiabilidad a la información financiera de las empresas, debiendo cumplir con rigurosas disposiciones legales y normativas. No obstante, el mercado de auditoría se caracteriza por ser altamente competitivo, con presión de precios y escaso crecimiento. Por este motivo, los auditores tratan de desempeñar funciones adicionales a la que se les exige, luchando por ser percibidos como suministradores de un servicio de mayor utilidad para las empresas (Hellman, 2006).

A esta situación hay que unir, en el contexto de la Unión Europea, una serie de reformas orientadas a combatir la actual crisis económica. Entre las medidas con mayor impacto sobre la auditoría y su mercado, cabe destacar la eliminación de ciertas cargas administrativas para las empresas, en general, y las pequeñas, más en particular, a las que ahora se las exime de la obligación de auditar sus cuentas anuales (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2013).

En España, esta dispensa de auditoría obligatoria ya existe para empresas que no alcanzan determinadas cifras de activo, facturación



Francisco Javier Martínez-García

Departamento de
Administración de
Empresas
Universidad de Cantabria



francisco.martinez@unican.es

CÓDIGO JEL:
M42

Fecha de recepción y acuse de recibo: 6 de marzo de 2013. Fecha primera evaluación: 8 de abril de 2013. Fecha de aceptación: 10 de diciembre de 2013.



RESUMEN DEL ARTÍCULO

Este trabajo analiza si las Pymes perciben la auditoría como un servicio de utilidad para sus negocios. Mediante una encuesta a 400 directivos españoles, se identifican algunas ventajas específicas que pueden agruparse en varios factores relevantes relacionados con la posición de las empresas frente a determinados agentes evaluadores, su gestión interna y su valor e imagen frente a terceros. Además, los resultados sugieren que las pequeñas empresas, las que se auditan voluntariamente y las no familiares son las que más valoran la auditoría.

EXECUTIVE SUMMARY

This paper analyzes if SME perceive auditing as a useful service for their businesses. With a survey of 400 Spanish business managers, specific advantages are identified which can be grouped together based on several relevant factors related to the businesses' stance on some evaluating agents, their internal management and their value and image in the eyes of third parties. Furthermore, the findings suggest small businesses, those who voluntarily audit themselves and those which are non-family businesses, are the ones that value auditing the most.

***Junto con la
aportación de
credibilidad, en los
últimos años los
auditores parecen
haber asumido una
función más amplia,
tratando de reportar
otro tipo de beneficios
a las empresas que les
contratan***

y trabajadores. Ahora bien, los umbrales que la Unión Europea acaba de aprobar son más elevados². Si nuestro país aceptara estos nuevos niveles, se produciría un importante descenso en el número de empresas obligadas a auditarse (Montoya et al., 2012). Ante la posibilidad de que estas empresas decidan entonces dejar de auditarse, surge la necesidad de profundizar en el estudio del interés e importancia de la auditoría desde diferentes perspectivas.

Este trabajo, en concreto, se plantea con la finalidad de analizar si las Pymes perciben la auditoría como un servicio de utilidad para sus negocios. La elección de las Pymes como grupo de interés se justifica, principalmente, por la posibilidad que ofrecen de encontrar empresas obligadas y no obligadas a auditarse, que se considera puede enriquecer la interpretación de los resultados.

Mediante una encuesta a 400 directivos de Pymes españolas se obtiene, en primer lugar, que los aspectos más valorados son el aumento de la fiabilidad y credibilidad de la información financiera, el efecto positivo que para las agencias de calificación supone una opinión de auditoría favorable y la mejora en las relaciones con las entidades financieras. Además, se identifican varios factores relevantes a los que pueden asignarse el conjunto de variables consideradas en el estudio y que se relacionan con la posición de las empresas frente a agentes evaluadores, su gestión interna y su valor e imagen frente a terceros. Finalmente, los resultados obtenidos sugieren que las pequeñas empresas, las que se auditan voluntariamente y las no familiares son las que más valoran el servicio de auditoría.

Este estudio contribuye a la literatura aportando evidencia adicional sobre la utilidad de la auditoría y las variables que podrían determinar su contratación voluntaria en España, tema sobre el que existen pocas investigaciones realizadas en países como Australia, Finlandia y Reino Unido. Además, recoge un amplio número de variables obtenidas de la literatura y de entrevistas con expertos, que son clasificadas según las respuestas de las Pymes encuestadas, algo que no se ha hecho en la literatura previa. Esto permite identificar distintas vertientes asociadas a la utilidad del servicio de auditoría, valorar su importancia y hacer comparaciones atendiendo a ciertos atributos de las Pymes, a efectos de poder disponer de nuevos elementos de juicio sobre el tema.

Finalmente, cabe señalar que este estudio tiene implicaciones para diferentes colectivos. Puede interesar a organismos reguladores como el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, al decidir si se elevan en España los límites de auditoría obligatoria hasta los niveles recientemente establecidos, con carácter general, para el conjunto de Estados miembros de la Unión Europea. También puede ser relevante para las pequeñas empresas, al poner sobre la mesa ciertas variables y factores que pueden ayudarlas a decidir si contratar la auditoría de forma voluntaria. Por último, puede repercutir sobre los auditores y sociedades de auditoría, ayudándoles a conocer qué funciones adicionales podrían desarrollar para las empresas a fin de ganar cuota de mercado mediante auditorías voluntarias.

PALABRAS CLAVE

Auditoría de cuentas, Pequeñas y medianas empresas (Pymes), Auditoría voluntaria, Empresa familiar, Unión Europea

KEY WORDS

Auditing, Small and Medium Enterprises (SMEs), Voluntary audit, Family business, European Union

2. LA UTILIDAD DE LA AUDITORÍA Y SU CONTRATACIÓN VOLUNTARIA

La contratación de la auditoría de forma voluntaria supone un elemento de control a las asimetrías de información y conflictos de intereses entre principales y agentes. En concreto, el auditor es definido como un agente que informa a los propietarios de las empresas sobre la fiabilidad de la información financiera elaborada por los administradores a los que han cedido la gestión de su negocio. Ahora bien, el resultado de la auditoría también trasciende al exterior de las empresas, convirtiéndose en una señal que se lanza al mercado con impacto directo sobre la confianza de un amplio número de stakeholders (Willenborg, 1999).

A partir de esta premisa, numerosos estudios evidencian las ventajas de la auditoría voluntaria para las empresas frente a distintos grupos de interés. Uno de los colectivos más estudiado son las entidades financieras, poniéndose de manifiesto que la auditoría voluntaria facilita el acceso a financiación bancaria, favoreciendo incluso la obtención de un tipo de interés más reducido (Carey et al., 2000; Senkov et al., 2001; Pitman y Fortin, 2004; Kim et al., 2011; Minnis, 2011; Collis, 2012). Otras investigaciones concluyen que las empresas que se auditan voluntariamente logran alcanzar una mayor puntuación por parte de las agencias de calificación (Collis, 2008; Lennox y Pittman, 2011; Dedman y Kausar, 2012). Con relación a la utilidad de la auditoría voluntaria frente a otros grupos, como pueden ser los proveedores, acreedores y clientes, los resultados disponibles son contrapuestos, en función del ámbito territorial en que se estudien (Collis, 2010).



Junto con la aportación de credibilidad, en los últimos años los auditores parecen haber asumido una función más amplia, tratando de reportar otro tipo de beneficios a las empresas que les contratan. Esta situación se debe, fundamentalmente, al elevado precio de los trabajos de revisión de la información financiera, que hace que las empresas esperen alguna contribución adicional por parte de los auditores (Hellman, 2006). Algunos estudios ponen de manifiesto que la auditoría es útil porque conlleva mejoras en la efectividad de los procesos y ayuda al cumplimiento de la regulación por parte de las empresas (Knechel et al., 2008). Además, las empresas que se auditan de forma voluntaria perciben como ventaja la revisión y comprobación de su sistema y registros contables por un experto independiente, que puede asesorarles a partir de su experiencia en otras compañías (Collis et al., 2004; Collis, 2008; Niemi et al., 2012). A esto se une, también, la contribución de los auditores a la mejora del sistema de control interno de las empresas (Abdel-Khalik, 1993; Collis, 2008).

Con relación al precio de la auditoría aludido en el párrafo anterior, autores como Johnson y Lys (1990) lo revelan como un factor clave al decidir si contratar el servicio, con independencia de la utilidad que se le atribuya. Acerca de la relación coste-beneficio, algunos trabajos previos destacan que la auditoría no es percibida como un servicio sustancialmente caro en comparación con las ventajas que proporciona (Collis, 2010). Así, tanto para los auditores como para las empresas la auditoría aporta beneficios que superan el coste en el que se incurre (Chung y Narasimhan, 2001; Collis et al., 2004). No obstante, otros estudios han obtenido el resultado contrario, poniendo de manifiesto que en opinión de las empresas el coste de la auditoría es superior a los beneficios que ésta reporta (Collis, 2008). Es preciso subrayar que algunas de estas investigaciones han examinado las posibles diferencias en la percepción de la utilidad de la auditoría al considerar determinados atributos relacionados con las empresas. Así, por ejemplo, varios trabajos obtienen resultados que sugieren que la dimensión de las empresas influye positivamente en la demanda voluntaria del servicio de auditoría, de tal manera que existe una mayor probabilidad de contratación a medida que aumenta su tamaño (Collis et al., 2004; Collis, 2012; Niemi et al., 2012). Otros autores, en cambio, no obtienen diferencias significativas en la demanda voluntaria de la auditoría entre empresas de distinto tamaño (Senkov et al., 2001). Al diferenciar empresas auditadas

obligatoria y voluntariamente, Kim et al. (2011) obtienen que la información financiera de las que se auditan de forma voluntaria se percibe como más fiable por el mercado. Por último, con relación a la naturaleza familiar de las empresas, Carey et al. (2000) evidencian que en aquellas con una mayor proporción de administradores y directivos familiares es menos frecuente la auditoría voluntaria, al existir un menor grado de separación entre propiedad y control. En esta misma línea, Collis et al. (2004) y Collis (2012) encuentran que en las empresas familiares es menos probable la contratación voluntaria del servicio de auditoría. No obstante, en un trabajo más reciente, Niemi et al. (2012) no encuentran diferencias significativas a este respecto entre empresas familiares y no familiares.

De la revisión de la literatura realizada, se desprende la necesidad de generar evidencia adicional sobre la utilidad de la auditoría para el caso concreto de España, en un momento de crisis económica en el que se podría reducir el número de empresas obligadas a auditarse. Para conseguirlo, el presente trabajo plantea las siguientes dos preguntas de investigación:

- 1ª) ¿Qué utilidad perciben las Pymes en el servicio de auditoría?
- 2ª) ¿Depende esta percepción del tamaño de las empresas, del tipo de auditoría y de su naturaleza familiar?

De acuerdo con los resultados de los trabajos integrados en este apartado, se esperan encontrar determinadas utilidades específicas relacionadas con la posición de las empresas frente a terceros, como entidades financieras y agencias de calificación, así como determinadas ventajas para su gestión interna. Por otra, se espera que las medianas empresas, las que se auditan voluntariamente y las no familiares perciban una mayor utilidad en el servicio de auditoría.

3. UN ESTUDIO SOBRE LA UTILIDAD DE LA AUDITORÍA PARA LAS PYMES ESPAÑOLAS

Tras revisar los estudios previos sobre el tema, se realizó una investigación cualitativa consistente en varias entrevistas en profundidad a expertos en la materia, tanto auditores como directivos de Pymes. Esto permitió completar la relación de variables asociadas a la utilidad de la auditoría obtenidas de trabajos empíricos previos. Estas variables fueron sometidas a una prueba piloto con varios expertos, cuya retroalimentación llevó a introducir algunas modificaciones en su redacción para garantizar en mayor medida la comprensión de las mismas.

Seguidamente, se desarrolló una investigación cuantitativa dirigida a las Pymes, como empresas receptoras y potencialmente receptoras del servicio de auditoría. La recogida de información, efectuada en el ámbito de España entre abril y julio de 2011, se realizó a través de un cuestionario estructurado, administrado de forma personal a los directivos de las Pymes. Así, se pudo recabar su opinión sobre las diecisiete variables relacionadas con la utilidad de la auditoría que integran el estudio y algunas características de las Pymes en las que trabajan.

Para seleccionar y contactar a las empresas se utilizó la base de datos SABI. La selección de la muestra se efectuó mediante un procedimiento aleatorio en dos estratos diferentes: medianas empresas (obligadas a auditarse) y pequeñas empresas (no obligadas a auditarse). En total, en la encuesta participaron 400 Pymes que, sobre las 151.336 que conformaban la población, supone un error muestral de $\pm 4,89\%$ para un nivel de confianza del 95%.

Como se justifica en el apartado de introducción, las Pymes encuestadas se clasifican según su tamaño, tipo de auditoría y naturaleza familiar. La elección de estos tres atributos se debe a que la literatura previa las identifica como relevantes a la hora de explicar diferencias en la utilidad de la auditoría. En este trabajo el 53,3% de las empresas encuestadas son medianas (51-250 trabajadores) y, por tanto, están obligadas a auditarse, mientras que el 46,7% son pequeñas (10-50 trabajadores) y no tienen esta obligación. Entre estas últimas, el 65,2% no auditan sus cuentas anuales y el 34,8% las auditan de forma voluntaria. Por último, el 47% son empresas familiares y el 53% no familiares.

Con el fin de examinar las posibles interrelaciones existentes entre las diecisiete variables consideradas en el estudio, se efectúa un análisis factorial exploratorio de componentes principales. Como se verá más adelante, el análisis realizado permite identificar cuatro factores que, dentro de ciertos parámetros de validez estadística, explican el 60,7% de la varianza contenida en el conjunto de dichas variables iniciales. Esto permite simplificar la información obtenida sobre la utilidad de la auditoría para las Pymes, construyendo dimensiones más genéricas que son objeto de interpretación en el análisis de resultados. Esta técnica de reducción de datos es novedosa en el tema objeto de estudio, si bien ha sido empleada con éxito en otras investigaciones recientes sobre la percepción de directivos dentro de la disciplina auditora (Martínez y Olmedo, 2012).

Además, se realiza un análisis de la varianza a fin de examinar las posibles diferencias que existen en la importancia atribuida a los factores identificados según el tamaño de las empresas, el tipo de auditoría y su naturaleza familiar.

4. RESULTADOS

La **Tabla 1** recoge las diecisiete variables relacionadas con la utilidad de la auditoría que integran el estudio, ordenadas de mayor a menor promedio obtenido según una escala Likert de 5 puntos (1 = “Totalmente en desacuerdo”; 5 = “Totalmente de acuerdo”).

Tabla 1. **Utilidad de la auditoría para las Pymes**

VARIABLES	Nº OBSERV.	MEDIA	DESV. TÍPICA	MÁX.	MÍN.
Aumenta la fiabilidad y credibilidad	400	4,18	0,931	5	1
Efecto positivo - opinión favorable ante agencias de calificación	400	4,04	0,907	5	1
Favorece las relaciones con las entidades financieras	399	3,94	1,008	5	1
Efecto negativo - opinión no favorable ante agencias de calificación	395	3,86	1,039	5	1
Favorece el control de los sistemas de información contable	400	3,80	1,042	5	1
Contribuye a prevenir/detectar fraudes internos	400	3,77	1,157	5	1
Mejora la imagen de las empresas	398	3,76	1,020	5	1
Mejora la eficacia y eficiencia del sistema de control interno	399	3,69	1,051	5	1
Mejora la eficacia y eficiencia de la gestión de riesgos	400	3,50	1,142	5	1
Favorece las relaciones con las Administraciones Públicas	400	3,40	1,228	5	1
Aporta mayor valor añadido a las empresas	396	3,37	1,127	5	1
Mejora la eficacia y eficiencia de los procesos de dirección	400	3,31	1,169	5	1
Tiene un impacto positivo en las políticas de RSC	396	3,13	1,127	5	1
Ayuda a que los empleados trabajen mejor	399	2,88	1,386	5	1
Favorece las relaciones con los proveedores de las empresas	399	2,74	1,175	5	1
Favorece las relaciones con los clientes de las empresas	400	2,68	1,168	5	1
Conlleva un coste inferior al beneficio que genera	398	2,68	1,169	5	1

Como puede observarse, las Pymes opinan que la auditoría, principalmente, aumenta la fiabilidad y credibilidad de la información financiera, lo cual es coherente con el cometido legal de esta actividad profesional y con los resultados de investigaciones recientes que evidencian que la probabilidad de que unas cuentas anuales contengan errores se reduce a la mitad si éstas son auditadas voluntariamente (Clatworthy y Peel, 2013). Las Pymes consideran que esto, a su vez, tiene un efecto positivo en la evaluación y calificación de las empresas que facilitan información financiera, crediticia y de riesgos a terceros si la opinión del auditor es favorable, que es consistente con los resultados de Collis (2008), Lennox y Pittman (2011) y Dedman y Kausar (2012). Además, estiman que la auditoría también favorece las relaciones con las entidades financieras, que está en la línea de los hallazgos de Carey et al. (2000), Senkov et al. (2001), Pitman y Fortin (2004), Kim et al. (2011), Minnis (2011) y Collis (2012).

Aunque en menor medida que las anteriores, las Pymes también aprecian en la auditoría otras ventajas consistentes con la literatura previa, como que favorece el control de los sistemas de información contable de las empresas (Collis et al., 2004; Collis, 2008; Niemi et al., 2012), mejora la eficacia y eficiencia de su sistema de control interno (Abdel-Khalik, 1993; Collis, 2008) y de sus procesos de gestión de riesgos (Knechel et al., 2008). Además, consideran que la auditoría contribuye a mejorar la imagen de las empresas, así como a prevenir y/o detectar la comisión de fraudes internos. Esto último está en la línea del *gap* de expectativas por el que tradicionalmente se ha atribuido a los auditores la función de detectores de fraudes (García Benau, 1995).

Con relación a otras variables que han pasado más desapercibidas en la literatura previa, cabe señalar que las Pymes muestran cierta indiferencia respecto a que la auditoría favorezca las relaciones con las Administraciones Públicas, aporte mayor valor añadido a las empresas, mejore la eficacia y eficiencia de sus procesos de dirección y tenga un impacto positivo en sus políticas de responsabilidad social corporativa. Además, están en desacuerdo con que la auditoría ayude a que los empleados trabajen mejor y con mayor rigurosidad, favorezca las relaciones con los proveedores y los clientes de las empresas y conlleve un coste inferior al beneficio que genera. Este último resultado es consistente con Collis (2008), en oposición a estudios anteriores como los de Chung y Narasimhan

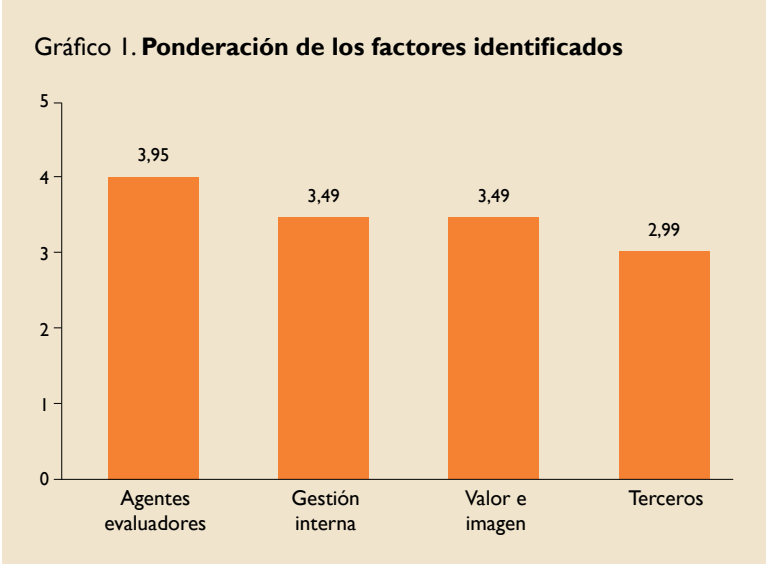


(2001) y Collis et al. (2004). Esto puede significar que a las Pymes, en la actual situación de crisis, les parece elevada la suma de los costes derivados de prepararse para recibir y relacionarse con el auditor y los honorarios que éste cobra (Carey et al., 2013), en comparación con los beneficios que el servicio les reporta. Para analizar las posibles interrelaciones entre estas variables y poder encontrar dimensiones subyacentes a la utilidad del servicio de auditoría, se efectúa un análisis factorial del que resultan cuatro factores diferentes (**Tabla 2**).

Tabla 2. Factores identificados

VARIABLES	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4
Mejora la eficacia y eficiencia del sistema de control interno	0,801			
Mejora la eficacia y eficiencia de la gestión de riesgos	0,784			
Mejora la eficacia y eficiencia de los procesos de dirección	0,711			
Favorece el control de los sistemas de información contable	0,701			
Contribuye a prevenir/detectar fraudes internos	0,637			
Ayuda a que los empleados trabajen mejor	0,530			
Favorece las relaciones con los clientes de las empresas		0,828		
Favorece las relaciones con los proveedores de las empresas		0,776		
Favorece las relaciones con las Administraciones Públicas		0,648		
Tiene un impacto positivo en las políticas de RSC		0,607		
Mejora la imagen de las empresas			0,650	
Conlleva un coste inferior al beneficio que genera			0,637	
Aumenta la fiabilidad y credibilidad			0,563	
Aporta mayor valor añadido a las empresas			0,477	
Efecto negativo - opinión no favorable ante agencias de calificación				0,851
Efecto positivo - opinión favorable ante agencias de calificación				0,764
Favorece las relaciones con las entidades financieras				0,438
% de varianza explicada por cada factor	20,8	17,5	11,5	10,9
% de varianza acumulada	20,8	38,3	49,8	60,7

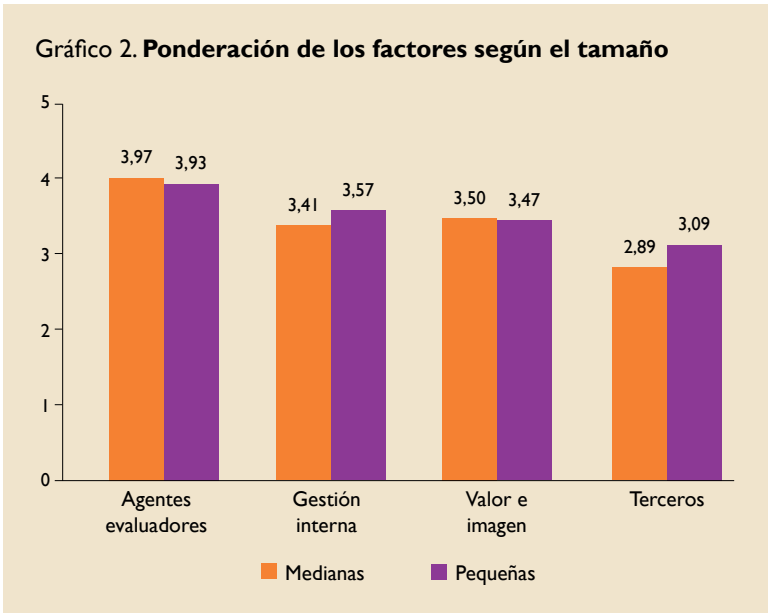
El “Factor 1” agrupa seis utilidades específicas que la auditoría puede aportar hacia el interior de las empresas, de tal manera que representa el provecho que éstas pueden sacar de la contratación del servicio para mejorar su “Gestión interna”. El “Factor 2” incluye cuatro utilidades específicas de la auditoría de cara a mejorar el vínculo de las empresas con determinados grupos de interés y la sociedad en general, por lo que representa las ventajas que se pueden conseguir al enriquecerse las relaciones con “Terceros”. El “Factor 3” está integrado por otras cuatro utilidades específicas de la auditoría asociadas a distintos aspectos relativos a la generación de valor en las empresas y cómo éstas son percibidas por la sociedad, de tal modo que representa el beneficio que pueden obtener de la auditoría para incrementar su “Valor e imagen”. Por último, el “Factor 4” lo componen tres utilidades específicas de la auditoría relacionadas con su importancia para la toma de decisiones de determinadas instituciones de información y financiación, de tal forma que representa el fruto que las empresas pueden sacar de auditarse frente al escrutinio de estos “Agentes evaluadores”. Estos cuatro factores fueron calculados a partir del promedio de las utilidades específicas de la auditoría incluidas en cada uno de ellos, mostrándose los resultados en el **Gráfico 1**.



Este análisis pone de manifiesto que, según las Pymes, la auditoría es especialmente útil para mejorar la posición de las empresas frente

al escrutinio de los “Agentes evaluadores”. A continuación, destaca su utilidad para mejorar la “Gestión interna” y el “Valor e imagen” de las empresas, que son valorados con la misma importancia. Por último, los datos son indicativos de la indiferencia de las Pymes respecto a que la auditoría sea un servicio útil para mejorar las relaciones de las empresas con “Terceros”.

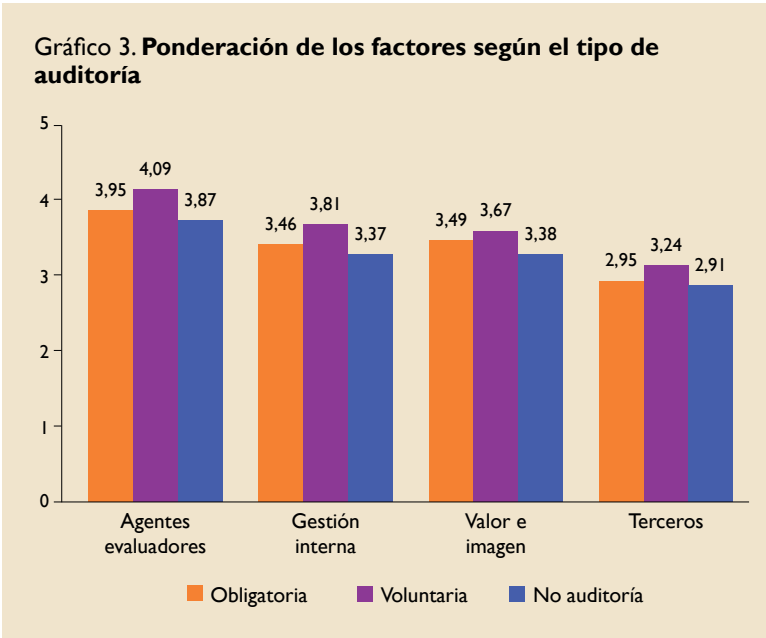
Una vez identificados los factores que subyacen a la utilidad de la auditoría, se analizan las posibles diferencias en la importancia atribuida a cada factor al tomar en consideración el tamaño, el tipo de auditoría y la naturaleza familiar de las Pymes. Los resultados obtenidos se presentan en los **Gráficos 2, 3 y 4**.



Respecto al tamaño, se obtienen diferencias estadísticamente significativas para los factores “Gestión interna” y “Terceros”. De esta manera, puede afirmarse que las pequeñas empresas perciben un mayor grado de utilidad de la auditoría con relación al conjunto de variables asociadas a estos dos factores. Este resultado es contrario a lo esperado sobre la base de la literatura previa (Collis et al., 2004; Collis, 2012; Niemi et al., 2012), si bien puede explicarse porque estas investigaciones consideran solamente pequeñas empresas de distinta dimensión. En el presente trabajo, aproximadamente una tercera parte de las pequeñas empresas se auditan voluntariamente

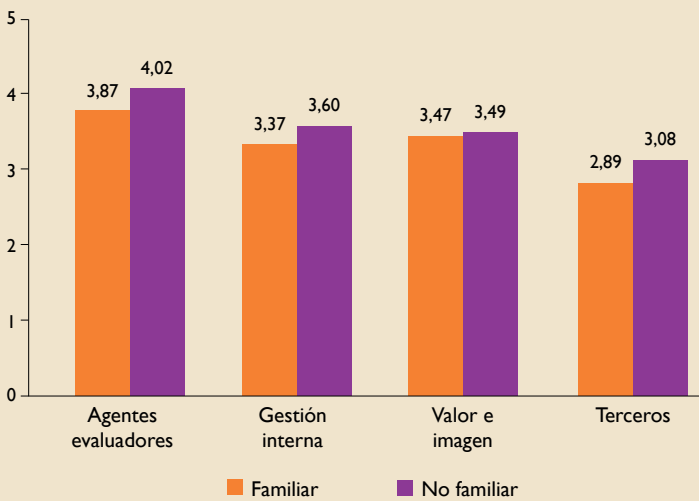


y, como se ve a continuación, este grupo es el que más valora todos los factores identificados.



Al considerar el tipo de auditoría que reciben, se obtienen diferencias estadísticamente significativas para los factores “*Gestión interna*”, “*Valor e imagen*” y “*Terceros*”. En este caso, esta disparidad viene principalmente motivada por el mayor grado de utilidad que las Pymes que se auditan voluntariamente perciben respecto al conjunto de variables asociadas a estos tres factores, lo cual a su vez se relaciona con la mayor fiabilidad que tiene para el mercado la información financiera auditada de forma voluntaria (Kim et al., 2011). Además, es interesante destacar que, salvo para el factor “*Valor e imagen*”, las empresas obligadas a auditarse tienen percepciones que no difieren significativamente de las no auditadas, por lo que si el aumento de los límites de auditoría obligatoria se produjera cabría esperar que las afectadas dejaran de auditarse. Finalmente, al clasificar a las Pymes según su naturaleza familiar, resultan diferencias estadísticamente significativas para los factores “*Gestión interna*”, “*Terceros*” y “*Agentes evaluadores*”. De este modo, la evidencia obtenida es indicativa de que las empresas no familiares atribuyen un mayor grado de utilidad a la auditoría en lo referente al

Gráfico 4. Ponderación de los factores según la naturaleza familiar



conjunto de variables asociadas a estos tres factores. Este resultado se corresponde con lo esperado sobre la base de la literatura previa, siendo indicativo de una menor necesidad de supervisión en las empresas familiares, al existir un menor distanciamiento entre los propietarios y las acciones de los administradores (Collis et al., 2004; Collis, 2012).

5. CONCLUSIONES

Los resultados de este trabajo destacan el importante papel de la auditoría y su gran utilidad para el logro de un mejor desarrollo económico y empresarial por parte de las Pymes. Éstas perciben diferentes ventajas derivadas de la contratación del servicio de auditoría, en especial la fiabilidad que aporta a la información financiera y su efecto positivo en la relación con las entidades de crédito y las agencias de calificación. Además, consideran que la auditoría es un servicio útil porque les ayuda a mejorar su gestión interna y su valor e imagen frente a terceros. En consecuencia, los responsables de las empresas, en general, y de las Pymes, más en particular, no deben entender la contratación del servicio de auditoría como un gasto, sino como una inversión en transparencia empresarial, que redunda en una serie de ventajas competitivas,

como por ejemplo estar en una mejor disposición para poder acceder al crédito bancario.

Ahora bien, los resultados obtenidos también ponen de manifiesto que las Pymes consideran que el coste de la auditoría en la actualidad es elevado. Esta circunstancia obliga a las sociedades de auditoría, así como a los auditores que ejercen la actividad de manera individual, a concienciarse de que a ese precio es muy complicado que las Pymes les contraten si no están obligadas a ello, máxime en una situación de crisis económica como la que se está viviendo, por lo que deben ofrecerles un servicio más completo y diversificado que les anime a hacerlo de forma voluntaria.

Por último, es preciso subrayar que los resultados de este trabajo deben servir a los organismos reguladores de la auditoría en los Estados miembros de la Unión Europea, como es el caso del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas en España, como elemento de juicio al decidir si se elevan los límites cuantitativos que obligan a las empresas a auditar sus estados financieros por motivo de su tamaño, en los términos actualmente previstos en la Directiva 2013/34/UE. Las aportaciones de este estudio, por tanto, se unen a las voces de alarma que ya han alertado sobre las graves consecuencias que tal decisión traería consigo. Entre otras, cabe mencionar la pérdida de credibilidad de la información financiera, el incremento de la opacidad y del fraude empresarial y una mayor concentración del mercado de auditoría en poder de las grandes firmas multinacionales (ICJCE, 2012).

La interpretación de los resultados debe hacerse con las debidas cautelas, al existir algunas limitaciones que se indican a continuación. La muestra de empresas utilizada puede no ser totalmente representativa de la población de Pymes, que suponen un porcentaje muy elevado del total de empresas y poseen características muy diferentes en función de su sector de actividad, antigüedad y otros atributos no considerados. Por otra parte, la investigación se lleva a cabo en España en un momento de grave crisis, por lo que los resultados deben ser considerados asumiendo este contexto geográfico y coyuntural. Además, la utilidad de la auditoría ha sido medida a través de un conjunto determinado de variables que, si bien ofrece la debida fiabilidad al haber sido obtenida de la revisión de los estudios previos y de una investigación cualitativa, deja fuera otras variables que también podrían haber sido estudiadas. Futuros trabajos que se desarrollen en esta misma línea podrían tomar en cuenta otros colectivos, como los propios auditores, los

organismos de supervisión y algún grupo concreto de usuarios de la información financiera, como las entidades financieras y las agencias de calificación. Además, sería interesante, en orden a poder generalizar los resultados obtenidos, contrastar la consistencia de los mismos en otros contextos diferentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdel-Khalik, A. R. (1993): "Why do private companies demand auditing? A case for organizational loss of control", *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, Vol. 8, No. 1, pp. 31-52.
- Carey, P., Simnett, R. y Tanewski, G. (2000): "Voluntary demand form internal and external auditing by family businesses", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 19, Supplement, pp. 37-51.
- Carey, P., Knechel, W. R. y Tanewski, G. (2013): "Costs and benefits of mandatory auditing of for-profit private and not-for-profit companies in Australia", *Australian Accounting Review*, Vol. 23, No. 64, pp. 43-53.
- Chung, S. y Narasimhan, R. (2001): "Perceived value of mandatory audits of small companies", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 16, No. 3, pp. 120-123.
- Collis, J. (2010): "Audit Exemption and the Demand for Voluntary Audit: A Comparative Study of the UK and Denmark", *International Journal of Auditing*, Vol. 14, No. 2, pp. 211-231.
- Collis, J. (2012): "Determinants of voluntary audit and voluntary full accounts in micro- and non-micro small companies in the UK", *Accounting and Business Research*, Vol. 42, No. 4, pp. 441-468.

- Collis, J., Jarvis, R., y Skerratt, L. (2004): "The demand for the audit in small companies in the UK", *Accounting and Business Research*, Vol. 34, No. 2, pp. 87-100.
- Dedman, E. y Kausar, A. (2012): "The impact of voluntary audit on credit ratings: Evidence from UK private firms", *Accounting and Business Research*, Vol. 42, No. 4, pp. 397-418.
- García Benau, M^a. A. (1995): Pronunciamientos internacionales de auditoría relativos al fraude, Instituto de Censores Jurados de Cuentas, Madrid.
- Hellman, N. (2006): "Auditor-client interaction and client usefulness: A Swedish case study", *International Journal of Auditing*, Vol. 10, No. 2, pp. 99-124.
- Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (2012): Posicionamiento referente a la Propuesta de Directiva sobre los estados financieros anuales, estados financieros consolidados y otros tipos de informes de ciertos tipos de empresas (2011/0308)", ICJCE, 25 de enero.
- Johnson, W. B. y Lys, T. (1990): "The market for audit services: Evidence from voluntary auditor changes", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 12, No. 1-3, pp. 281-308.
- Kim, J. B., Simunic, D. A., Stein, M. T. y Yi, C. H. (2011): "Voluntary audits and the cost of debt capital for privately held firms: Korean evidence", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 28, No. 2, pp. 585-615.
- Knechel, W. R., Niemi, L. y Sundgren, S. (2008): "Determinants of auditor choice: Evidence from a small client market", *International Journal of Auditing*, Vol. 12, No. 1, pp. 65-88.
- Lennox, C. S. y Pittman, J. A. (2011): "Voluntary Audits versus Mandatory Audits", *The Accounting Review*, Vol. 86, No. 5, pp. 1655-1678.
- Martínez-León, I. M. y Olmedo-Cifuentes, I. (2012): "Reputación percibida por los directivos de auditoras de cuentas españolas", *Universia Business Review*, No. 35, pp. 94-113.
- Minnis, M. (2011): "The value of financial statement verification in debt financing: evidence from private U.S. firms", *Journal of Accounting Research*, Vol. 49, No. 2, pp. 457-506.
- Montoya del Corte, J., Fernández-Laviada, A. y Martínez García, F. J. (2012): La auditoría de cuentas en las Pymes españolas: la opinión de los miembros del ECIF, Consejo General de Colegios de Economistas de España, Madrid.
- Niemi, L., Kinnunen, J., Ojala, H. y Troberg, P. (2012): "Drivers of voluntary audit in Finland: to be or not to be audited?", *Accounting and Business Review*, Vol. 42, No. 2, pp. 169-196.
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea (2013): Directiva 2013/34/UE sobre los estados financieros anuales, los estados financieros consolidados y otros informes afines de ciertos tipos de empresas, Bruselas, 26 junio.
- Pitman, J. A. y Fortin, S. (2004): "Auditor choice and the cost of debt capital for newly public firms", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 37, No. 1, pp. 113-136.
- Senkov, D. W., Rennie, M. D., Rennie, R. D. y Wong, J. W. (2001): "The audit retention decision in the face of deregulation: evidence from large private Canadian corporations", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 20, No. 2, pp. 101-113.
- Willenborg, M. (1999): "Empirical analysis of the economic demand for auditing in the initial public offerings market", *Journal of Accounting Research*, Vol. 37, No. 1, pp. 225-238.

NOTAS

* Agradecimientos: Este estudio forma parte de las actividades de la Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria (<http://www.catedrapyme.es>), que cuenta con el patrocinio del Banco Santander y de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria. Este trabajo ha sido subvencionado por la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria. Además, los autores agradecen los comentarios y observaciones realizados por los revisores anónimos de la revista, que sin duda han contribuido a la mejora sustancial de este artículo.

1. Autor de contacto: Universidad de Cantabria; Facultad de CC. EE. y Empresariales; Departamento de Administración de Empresas; Avda. de los Castros S/N, 39005 Santander (Cantabria), España.

2. Las cifras que actualmente están vigentes en España son: 2.850.000 euros de activo, 5.70.000 euros de facturación y 50 trabajadores; mientras que las aprobadas recientemente por la Unión Europea son: 4.000.000 euros de activo, 8.000.000 euros de facturación y 50 trabajadores.

