

Os fatores que influenciam a escolha das empresas de auditoria em Portugal

The factors that influence the choice of an audit firm in Portugal

Ana Caeiro

Departamento de Contabilidade, ISCTE-IUL
Lisboa, Portugal
ana_claudia_caeiro@iscte-iul.pt

Cláudio Pais

Departamento de Finanças, ISCTE-IUL

Lisboa, Portugal
cafps@iscte-iul.pt

Paulo Almeida

Fundação Don Cabral
Belo Horizonte, Brasil
paulo.almeida@fdc.org.br

Resumo — O objetivo do estudo é verificar os fatores que podem estar na escolha das firmas de auditoria, nomeadamente das *Big 4*. Apesar de este tema já ter sido estudado, ainda não o foi, tanto quanto sabemos, estudado em Portugal. Usando questionários estudamos 347 empresas através de uma regressão logística. Os resultados sugerem que a qualidade da auditoria, a dimensão da firma de auditoria e a prestação de serviços a nível internacional aumentam a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*, e que a competência técnica, a recomendação e a proximidade geográfica têm um efeito contrário. Sendo um estudo pioneiro em Portugal e tendo por base 347 empresas não cotadas contribui para o conhecimento dos possíveis fatores na escolha da firma de auditoria, sendo essa informação útil para as firmas de auditoria bem como para os organismos reguladores da auditoria.

Palavras Chave – Auditoria; *Big 4*; não *Big 4*; fatores de escolha.

Abstract — The objective of the study is to verify the factors that can influence the choice of the audit firms. In spite of this subject already being studied, it has not been studied yet in Portugal, as far as we know. Using questionnaires we study 347 unlisted companies through a logistic regression. The results suggest that the audit quality, dimension of the audit firm and providing international services increases the probability of chosen of a *Big 4* firm, and that the technical competence, recommendation and location of the firm offices have a contrary effect. Being a pioneer study in Portugal and being based in 347 companies contributes to the knowledge of the possible factors in choosing an audit firm, being that information useful for the audit firms and as well for the audit standard setters.

Keywords – Audit; *Big 4*; non *Big 4*; factors of choice.

I. INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo é ver quais são os fatores que importam na escolha das firmas de auditoria em Portugal, nomeadamente no que respeita a firma *Big 4*.

Apesar de ser um tema já estudado [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10] ainda não o foi em Portugal, tanto quanto sabemos.

As alterações na auditoria, despoletada principalmente pela crise de 2008, deram-se com a reforma da auditoria europeia, através da publicação da Diretiva 2014/56/EU, de 16 de abril e do Regulamento n.º 537/2014, de 16 de abril (transpostos para o direito interno pela Lei n.º 140/2015, de 7 de setembro e Lei n.º 148/2015, de 9 de setembro), que teve impacto na supervisão da auditoria (passou para a Comissão de Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) a partir de 2016), normas de auditoria a usar (as *International Standards on Audit (ISA)*) e, entre outras alterações, alteração na rotação dos auditores e alterações substanciais no relatório de auditoria.

Para determinar os fatores que podem determinar a escolha da firma de auditoria usamos questionários e depois uma regressão logística. A amostra corresponde a 347 empresas de empresas não cotadas. Com base na literatura são escolhidos os fatores que podem determinar a escolha da firma de auditoria e são esses que constam do questionário.

Os resultados mostram que os fatores, a qualidade da auditoria, a dimensão da firma de auditoria e a prestação de serviços a nível internacional, aumentam a probabilidade para a escolha de uma firma *Big 4*. Enquanto a competência técnica, a recomendação e a proximidade geográfica diminuem essa probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

O grande contributo deste estudo é conhecer, para as empresas portuguesas não cotadas, quais os fatores que estão na origem da escolha da firma de auditoria. Este estudo é um dos poucos estudos que analisa os fatores de escolha da firma de auditoria em Portugal. Isto é importante para as firmas de auditoria bem como para os organismos reguladores de auditoria.

Este estudo encontra-se organizado após esta introdução da forma que se apresenta. Na seção II fazemos a revisão da literatura e desenvolvemos as hipóteses de investigação. Na seção III apresentamos a metodologia usada, nomeadamente a amostra e desenho de investigação. Na seção IV apresentamos

os resultados e sua análise. Na seção V e última apresentamos as conclusões.

II. REVISÃO DA LITERATURA E DESENVOLVIMENTO DAS HIPÓTESES

São vários os fatores que influenciam a escolha das firmas de auditoria a saber: (a) a reputação; (b) a competência técnica dos colaboradores; (c) a qualidade da auditoria; (d) a especialização na indústria; (e) o preço; (f) a recomendação; (g) a preferência da gestão; (h) as relações interpessoais; (i) a diversidade de serviços disponibilizados; (j) a existência de antigos trabalhadores da firma de auditoria no potencial cliente; (k) a proximidade geográfica; (l) a dimensão; (m) a orientação para o cliente; (n) a prestação de serviços a nível internacional.

A. A reputação

A reputação da firma de auditoria permite atrair novos clientes, reter os clientes existentes, atrair melhores colaboradores e aumentar os honorários [11]. Este é um dos fatores importantes na seleção da firma de auditoria [3, 4, 12]. Referências [13, 14] afirmam que as *Big 8* (agora *Big 4*) têm uma marca e reputação, e por isso mais incentivos para fazer auditorias de qualidade de forma a preservar a reputação. Por isso definimos a primeira hipótese (H1) da forma abaixo:

H1: A reputação aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

B. A competência técnica

A competência técnica refere-se aos conhecimentos técnicos e às capacidades dos auditores [8]. Este fator também é considerado como sendo importante na escolha da firma de auditoria sendo inclusivamente considerado como o dominante juntamente com a reputação [1, 3, 8, 10, 12]. Contudo, este fator pode assumir particular importância para os clientes de maior dimensão [12]. Assim surge a segunda hipótese (H2):

H2: A competência técnica aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

C. A qualidade da auditoria

A qualidade de auditoria é a probabilidade conjunta do auditor descobrir e reportar erros materiais nas demonstrações financeiras [13].

A qualidade de auditoria aparece sempre como um dos fatores mais importantes na escolha das firmas de auditoria o que acontece nomeadamente em empresas cotadas [4, 7, 8]. Também a escolha de uma *Big 4* pode estar relacionada com a perceção de que estas têm maior qualidade de auditoria do que uma não *Big 4* [15, 16]. Para além de que quanto maior for a firma de auditoria mais tem a perder em termos de reputação e por isso podem estar dispostos a prestar serviços de mais qualidade [13]. Assim definimos a terceira hipótese (H3):

H3: A qualidade da auditoria aumenta a probabilidade de escolha de uma *Big 4*.

D. A especialização na indústria

Sendo especialista numa indústria significa que tem conhecimento dessa indústria o que lhe permite ter mais qualidade de auditoria do que não especialistas [17]. Contudo, a especialização é mais importante numas indústrias (seguros e

instituições financeiras) do que noutras [18, 19, 20, 21]. Apesar de nalguns estudos ser considerado como um fator importante [1, 2, 10, 6], nalguns estudos não o é [4, 8]. Assim, definimos a quarta hipótese (H4):

H4: A especialização na indústria aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

E. O preço

Alguns estudos concluem que o preço é um fator importante na escolha da firma de auditoria [2, 6, 8, 9] enquanto outros concluem o contrário especialmente no caso de grandes clientes [12, 14].

O preço pode ser um fator importante na escolha da firma de auditoria essencialmente nas empresas mais pequenas [22]. Quanto maior a empresa menor o impacto do preço na escolha da firma de auditoria [22]. Na medida em as *Big 4* têm clientes de maiores dimensões definimos a seguinte quinta hipótese (H5):

H5: O preço diminuiu a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

F. A recomendação

A recomendação por parte de um amigo ou contacto noutra empresa influencia a escolha da firma de auditoria [1, 9]. Assim, surge a seguinte sexta hipótese (H6):

H6: A recomendação por terceiros aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

G. A preferência da gestão

A preferência da gestão também pode ser um fator de escolha de auditores embora de importância reduzida [3]. Contudo, como Portugal é visto como sendo um país corrupto (ficou no lugar 61 em 2023 no índice de perceção de corrupção do Transparency International) definimos a seguinte sétima hipótese (H7):

H7: A preferência da gestão aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

H. As relações interpessoais

As relações interpessoais entre elementos importantes da firma de auditoria e dos clientes podem afetar a escolha da firma de auditoria [1, 2, 23]. Contudo, [3] conclui que essa relação diminuiu a probabilidade de escolha da firma de auditoria e assim definimos a oitava hipótese (H8):

H8: A existência de relações interpessoais entre membros importantes da firma de auditoria e do cliente aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

I. A diversidade de serviços disponibilizados

A capacidade da firma de auditoria em prestar serviços adicionais aos serviços de auditoria é um fator importante de escolha da firma de auditoria [1, 2, 8, 9], especialmente se forem serviços de fiscalidade [4]. A possibilidade de prestação de vários serviços é uma das características das *Big 4*. Contudo, [3] conclui que a disponibilização de serviços adicionais tem um impacto reduzido. Assim, definimos a nona hipótese (H9):

H9. A variedade de serviços disponibilizados aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

J. A existência de antigos trabalhadores da firma de auditoria na empresa auditada

Referência [5] refere que o Accountancy's Annual Survey revelou que 18 empresas pertencentes ao FTSE 100 eram auditadas pela firma de auditoria onde pertencera um dos seus diretores executivos. No entanto, [2] e [3] concluem que a existência de elementos na empresa auditada que pertenceram à firma de auditoria diminui a probabilidade de escolha da firma de auditoria. Assim, definimos a décima hipótese (H10):

H10. A existência de ex-elementos da firma de auditoria na empresa auditada aumenta a probabilidade de escolha uma firma *Big 4*.

K. A proximidade geográfica

A proximidade entre o escritório da firma de auditoria e o do cliente é um fator importante na escolha da firma de auditoria [1, 9]. No entanto, noutros estudos a localização do escritório da firma de auditoria tem uma importância reduzida [2, 4, 7, 8]. As *Big 4* têm escritórios nas principais cidades portuguesas e assim definimos a décima primeira hipótese (H11):

H11. A proximidade do escritório da firma de auditoria do cliente aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

L. A dimensão

A dimensão da firma de auditoria pode ser importante [9], relativamente importante [1] ou pouco importante [24] na escolha da firma de auditoria. Na medida em que as *Big 4* são firmas de auditoria grandes definimos a décima segunda hipótese (H12) abaixo:

H12. A dimensão da empresa de auditoria aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

M. A orientação para o cliente

O foco das firmas de auditoria nas necessidades e problemas do cliente, o cumprimento dos prazos, a acessibilidade do sócio e a sua capacidade para responder atempadamente aos problemas da cliente são aspetos importantes para a escolha e retenção da firma de auditoria [3, 6, 8].

As firmas de auditoria mais pequenas, como têm menos clientes, têm uma maior orientação para o cliente e por isso definimos a décima terceira hipótese (H13):

H13. A orientação para o cliente diminui a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

N. A prestação de serviços a nível internacional

Apesar da disponibilização de serviços a nível internacional ser um fator de reduzida importância na escolha da firma de auditoria [1, 2, 3] definimos a décima quarta e última hipótese (H14):

H14. A disponibilização de serviços ao nível internacional aumenta a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4*.

III. METODOLOGIA

A. Amostra e recolha de dados

A amostra é constituída por 347 empresas portuguesas. Das 391,738 empresas da base de dados Orbis Europe são selecionados de forma aleatória 26,920 empresas e das 385 respostas recebidas são de 347 as respostas válidas. Das 347 empresas, 78% são auditadas por não *Big 4* e 22% são auditadas por *Big 4*. Os dados das empresas auditadas são obtidos também da Orbis Europe a 2016.

Pela Tabela I das 347 empresas, 26 são micro entidades (7,5%), 161 são pequenas entidades (46,4%), 115 são médias entidades (33,1%) e 45 são grandes entidades (13,0%).¹

TABELA 1 AMOSTRA POR TIPO DE ENTIDADE

	Observações	%
Micro-entidades	26	7,5
Pequenas entidades	161	46,4
Médias entidades	115	33,1
Grandes entidades	45	13,0
Total	347	100

De acordo com a Tabela II dos 347 respondentes, 73 são técnicos de contabilidade, 170 são diretores financeiros e os restantes desempenham outra função na empresa.

TABELA 2 FUNÇÃO DOS RESPONDENTES

	Observações	%
Técnico de contabilidade	73	21,0
Diretor financeiro	170	49,0
Outra função	104	30,0
Total	347	100,0

Para responder às questões de investigação usamos questionários para aferir da importância dos fatores na escolha da firma de auditoria tal como nos estudos de [2], [3], [4], [8] e [9]. Os questionários estão baseados numa escala tipo Likert, com 7 pontos (1 (discordo fortemente), 2 (discordo na maioria das vezes), 3 (discordo), 4 (neutro), 5 (concordo), 6 (concordo na maioria das vezes) e 7 (concordo fortemente)).

Os questionários são construídos usando o Google Docs, enviados por e-mail e endereçados para o departamento financeiro o que ocorreu em junho de 2018.

B. Desenho de investigação

Na medida em que a variável dependente é dicotómica, ou seja, é *Big 4* ou não *Big 4*, usamos uma regressão logística para testar as hipóteses tal como no estudo de [25] que abaixo se apresenta:

$$AUD_i = \beta_0 + \beta_1 REP_i + \beta_2 COMP_i + \beta_3 QUA_i + \beta_4 INDSP_i + \beta_5 PRICE_i + \beta_6 REC_i + \beta_7 PRE_i + \beta_8 REL_i + \beta_9 SER_i + \beta_{10} ALU_i + \beta_{11} LOC_i + \beta_{12} DIM_i + \beta_{13} CLOR_i + \beta_{14} INT_i + \beta_{15} SIZE_i + \beta_{16} LEV_i + \beta_{17} ROA_i + \beta_{18} LOSS_i + \epsilon_i \quad (1)$$

em que AUD é a variável independente e assume o valor de 1 quando a firma de auditoria é uma *Big 4* e 0 quando não é uma *Big 4*. As variáveis REP, COMP, QUA, INDSP, PRICE, REC, PRE, REL, SER, ALU, LOC, DIM, CLOR e INT são as variáveis de interesse e correspondem aos fatores de escolha da

¹ Classificação das empresas com base no sistema de normalização contabilística (aprovado pelo Decreto-Lei n.º 158/09, de 13 de Julho e alterado pelo Decreto-lei n.º 98/2015 de 2 de junho).

firma de auditoria. Estas variáveis são medidas numa escala entre 1 (discordo fortemente), 4 (não concordo nem discordo) e 7 (concordo fortemente).

As restantes variáveis, LEV, ROA e LOSS são variáveis de controlo. As variáveis estão definidas na Tabela III.

TABELA 3 MENSURAÇÃO DAS VARIÁVEIS

Panel A: variável dependente

Variável	Descrição e mensuração
AUD	Firma de auditoria. Assume o valor de 1 quando a firma de auditoria é <i>Big 4</i> e 0 quando não é <i>Big 4</i> .

Panel B: variáveis independentes

Variável	Descrição/mensuração	Sinal
REP	Reputação. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
COMP	Competência técnica. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
QUA	Qualidade da auditoria. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
INDSP	Especialização na indústria. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
PRICE	Preço. Mensurado numa escala de 1 a 7.	-
REC	Recomendação. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
PRE	Preferência da gestão. Mensurado numa escala de 1 a 7.	+
REL	Relações interpessoais. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
SER	Diversidade de serviços disponibilizados. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
ALU	Existência de antigos trabalhadores da firma de auditoria na empresa auditada. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
LOC	Proximidade geográfica. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
DIM	Dimensão. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
CLOR	Orientação para o cliente. Mensurada numa escala de 1 a 7.	-
INT	Prestação de serviços a nível internacional. Mensurada numa escala de 1 a 7.	+
SIZE	Dimensão da empresa auditada. Logaritmo natural do ativo.	+
LEV	Alavanca financeira da firma auditada. Quociente entre o passivo e o ativo.	+
ROA	Retorno dos ativos da empresa auditada. Quociente entre o resultado líquido e o total do ativo.	+
LOSS	Prejuízos. Assume o valor 1 se o resultado líquido da empresa for negativo ou 0 em caso contrário.	+

IV. RESULTADOS

A. Estatística descritiva

Na opinião dos inquiridos, a competência técnica (COMP), a qualidade da auditoria (QUA), a orientação para o cliente (CLOR), a reputação (REP) e a diversidade de serviços disponibilizados são os fatores que mais influenciam a seleção das firmas de auditoria (Tabela IV).

A preferência da gestão (PRE), a especialização na indústria (INDSP), a prestação de se serviços internacionais (INT), a dimensão da firma de auditoria (DIM), a proximidade geográfica (LOC), o preço (PRICE) e a recomendação (REC)

têm um impacto mais reduzido na escolha da firma de auditoria (média entre 4 e 5).

A generalidade dos inquiridos discorda que a existência de relações interpessoais (REL) e a existência de antigos trabalhadores da firma de auditoria na empresa auditada (ALU) influenciam a escolha da firma de auditoria (média inferior a 3,5).

TABELA 4 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Amostra de empresas auditadas por <i>Big 4</i> e não <i>Big 4</i> (n = 347)			
Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
<i>Dependente</i>			
AUD	0,222	0,000	0,416
<i>Independentes</i>			
REP	5,450	5,000	1.122
COMP	5,988	6,000	0.988
QUA	5,769	6,000	0.973
INDSP	4,879	5,000	1.327
PRICE	4,378	4,000	1.349
REC	4,337	5,000	1.357
PRE	4,899	5,000	1.145
REL	3,360	4,000	1.705
SER	5,049	5,000	1.293
ALU	3,320	4,000	1.578
LOC	4,472	4,000	1.337
DIM	4,490	4,000	1.113
CLOR	5,473	5,000	1.161
INT	4,712	5,000	1.325
SIZE	15,621	15,510	1.741
LEV	0,608	0,268	0.268
ROA	0,038	0,081	0.081
LOSS	0,187	0,000	0.391

Todas as variáveis definidas na Tabela III.

B. Correlações

A Tabela V mostra as correlações de Pearson (variáveis quantitativas) e de Spearman (variáveis qualitativas). O Painel A mostra o sinal esperado das correlações entre a variável firma de auditoria (AUD) e reputação (REP), preço (PRICE), dimensão (DIM), prestação de serviços a nível internacional (INT), dimensão da empresa auditada (SIZE) e prejuízos (LOSS) e estatisticamente significativos a pelo menos 5%. Contudo, o sinal esperado é o contrário nas correlações entre a variável firma de auditoria (AUD), e recomendação (REC) e proximidade geográfica (LOC) e estatisticamente significativos a 1%. As correlações dos outras variáveis dependentes com a variável dependente (AUD) não são estatisticamente significativos a pelo menos 10%. Também usamos esta matriz de correlações para examinar se a multicolinearidade é um potencial problema, mas todas as correlações estão abaixo de 0,80. Para confirmar que a colinearidade não afeta os nossos resultados, corremos um teste de multicolinearidade e todos os variance inflation factors (VIF) estão abaixo do nível aceitável de três [26].

TABELA 5 CORRELAÇÕES PEARSON E SPEARMAN

Painel A: variável dependente e variáveis independentes REP, COMP, QUA, INDSP e PRICE

	AUD	REP	COMP	QUA	INDSP	PRICE
AUD	1					
REP	0,234***	1				
COMP	0,020	0,377***	1			
QUA	0,067	0,320***	0,574***	1		

INDSP	-0,039	0,178***	0,330***	0,390***	1	
PRICE	-0,080	-0,006	0,064	0,080	0,221***	1
REC	-0,246***	-0,037	0,022	-0,009	0,114**	0,161***
PRE	0,084	0,269***	0,040	0,070	0,072	0,017
REL	-0,060	-0,068	-0,130**	-0,143***	0,024	0,216***
SER	-0,048	0,035	0,024***	0,207***	0,202***	0,153***
ALU	0,069	0,043	-0,081	-0,046	0,036	0,129***
LOC	-0,230***	0,058	0,054	0,084	0,148**	0,106**
DIM	0,350***	0,339***	0,034	0,075	0,079	0,097*
CLOR	-0,051	0,187***	0,471***	0,519***	0,557***	0,216***
INT	0,339***	0,181***	0,099*	0,121**	0,131**	-0,101**
SIZE	0,284***	0,176***	0,171***	0,132**	0,122**	-0,049
LEV	0,054	-0,027	-0,037	-0,042	-0,001	-0,054
ROA	0,047	0,070	0,052	0,028	0,125**	0,011
LOSS	0,117**	-0,032	-0,067	-0,088	-0,079	0,005

Painel B: variáveis independentes REC, PRE, REL, SER, ALU e LOC

	REC	PRE	REL	SER	ALU	LOC
REC	1					
PRE	0,182***	1				
REL	0,414***	0,219***	1			
SER	0,145***	0,124**	0,073	1		
ALU	0,168***	0,205***	0,457***	0,023	1	
LOC	0,217***	0,054	0,179***	0,221***	0,093*	1
DIM	-0,041	0,214***	0,047	-0,051	0,185***	0,093*
CLOR	0,159***	0,073	0,026	0,366***	-0,024	0,209***
INT	0,014	0,093*	-0,060	0,270***	0,170***	0,066
SIZE	0,226***	0,003	-0,171***	0,037	-0,100*	-0,120**
LEV	0,003	0,068	0,026	-0,003	0,046	-0,092*
ROA	-0,005	-0,056	-0,046	0,018	0,005	-0,036
LOSS	-0,037	0,071	0,000	-0,047	-0,002	-0,049

Painel C: variáveis dependentes DIM, CLOR, INT, SIZE, LEV, ROA e LOSS

	DIM	CLOR	INT	SIZE	LEV	ROA	LOSS
DIM	1						
CLOR	0,006	1					
INT	0,372***	0,125**	1				
SIZE	0,167***	0,082	0,107**	1			
LEV	-0,021	0,002	0,019	-0,023	1		
ROA	0,047	0,076	0,030	0,05*	-0,357***	1	
LOSS	0,001	-0,102*	0,013	-0,040	0,210***	0,676***	1

Painel A mostra as correlações para a variável dependente e variáveis independentes REP, COMP, QUA, INDSP e PRICE. Painel B mostra as correlações para as variáveis independentes REC, PRE, REL, SER, ALU e LOC. Painel C mostra as correlações para as variáveis dependentes DIM, CLOR, INT, SIZE, LEV, ROA e LOSS. Todas as variáveis definidas na Tabela III. A Tabela mostra as correlações de R de Pearson (variáveis quantitativas) e de Spearman (variáveis qualitativas). ***, ** e * indicam o nível de significância a 1%, 5% e 10%, respectivamente.

C. Regressão

O resultado do modelo apresentado na Tabela VI mostra que a probabilidade de uma empresa escolher uma firma de auditoria Big 4 é de 44,1% (pseudo R² de 0,441).

Dos coeficientes das variáveis de interesse apresentados na Tabela VI, os que são estatisticamente significativos a pelo menos 10%, são a competência técnica (COMP), a qualidade da auditoria (QUA), a recomendação (REC), a proximidade geográfica (LOC), a dimensão (DIM) e a prestação de serviços a nível internacional (INT).

A qualidade da auditoria, a dimensão e a prestação de serviços a nível internacional aumentam a probabilidade de escolha de uma firma Big 4, o que confirma as hipóteses H3, H12 e H14. Pelo contrário, a competência técnica, a recomendação e a proximidade geográfica diminuem a probabilidade de escolha de uma firma Big 4. Assim, são rejeitadas as hipóteses H2, H6 e H11.

A competência técnica ser um fator que influencia negativamente a escolha de firma Big 4 pode ser explicado pelo facto da competência técnica dos trabalhadores das Big 4 não ser igual em todos os escritórios [27], bem como os clientes puderem perceberem que a competência dos trabalhadores das firmas não Big 4 é maior porque lidam com os sócios ou elementos mais seniores.

A recomendação influencia negativamente a escolha da firma Big 4 talvez porque no caso das pequenas e médias empresas estas preferem lidar diretamente com o sócio da não Big 4 e não com os colaboradores das Big 4 e o relacionamento com as primeiras ser talvez mais informal e estes estarem mais receptivos a esclarecer dúvidas.

A proximidade geográfica é um fator que influencia negativamente a escolha de firma Big 4, pois as Big 4 não têm escritórios em todas as partes do país.

Quanto às variáveis de controlo, a dimensão do cliente (SIZE) e empresas com prejuízos são as têm coeficientes estatisticamente significativos e com o sinal esperado. Quanto maior o cliente, maior a probabilidade de escolher uma firma Big 4 como também, quanto pior for o seu desempenho. A amostra confirma esses resultados, pois 83% das pequenas empresas são auditadas por não Big 4 e 60% das grandes empresas são auditadas por Big 4.

Como os coeficientes das variáveis reputação (REP), especialização na indústria (INDSP), preço (PRICE), preferência da gestão (PRE), relações interpessoais (REL), diversidade de serviços prestados (SER), existência de antigos trabalhadores da firma de auditoria na empresa auditada (ALU) e orientação para o cliente (CLOR) não são estatisticamente significativos nada se pode concluir acerca da probabilidade destes fatores influenciarem a escolha da firma Big 4.

TABELA 6 REGRESSÃO LOGÍSTICA DOS FATORES QUE INFLUENCIAM A ESCOLHA DA FIRMA DE AUDITORIA

Variáveis	Sinal	Big 4
REP	+	0,307 (1,534)
COMP	+	-0,558 (-2,686)**
QUA	+	0,358 (1,654)*
INDSP	+	-0,240 (-1,541)
PRICE	-	0,198 (1,409)
REC	+	-0,362 (-2,883)***
PRE	+	-0,051 (-0,310)
REL	+	0,084 (0,716)
SER	+	-0,165 (-1,069)
ALU	+	0,144 (1,295)
LOC	+	-0,698 (-3,978)***
DIM	+	0,940 (3,823)***
CLOR	+	-0,022 (-0,125)

INT	+	0,891 (4,175)***
SIZE	+	0,422 (3,105)***
LEV	+	0,713 (0,815)
ROA	+	5,229 (1,607)
LOSS	+	1,701 (3,249)***
Efeitos fixos indústria		Incluídos
Observações		347
Pseudo R ²		0,441***

Esta tabela mostra os coeficientes e estatística z (entre parênteses) dos fatores que influenciam a escolha das firmas de auditoria. Todas as variáveis definidas na Tabela III. ***, ** e * indicam o nível de significância a 1%, 5% e 10%, respetivamente.

V. CONCLUSÕES

O objetivo é verificar os fatores que determinam a escolha das firmas de auditoria em Portugal, nomeadamente na escolha da firma *Big 4*.

Com base na revisão da literatura definimos as hipóteses de investigação que relacionam os possíveis fatores de escolha com a probabilidade escolha da firma de auditoria.

Os resultados sugerem que a probabilidade de escolha de uma firma *Big 4* é maior no fator qualidade da auditoria, dimensão e prestação de serviços a nível internacional sendo inferior no caso da competência técnica, da recomendação e da proximidade geográfica.

Apesar da taxa de resposta ser de aproximadamente de 1% (e representarem 0,1% das empresas portuguesas) as respostas válidas são de 347 o que significa que a amostra não é pequena.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- [1] Addams, H., Allred, A., & Colson, R. (2002). Why the fastest-growing companies hire and fire their auditors. *CPA Journal*, 72(5), 62-63.
- [2] Addams, L., Davis, B., & Mano, R. (1994). Publicly and privately held companies report reasons for selecting and switching auditors. *The CPA Journal*, 66(4), 74-75.
- [3] Almer, E., Philbrick, D., & Rupley, K. (2014). What drives auditor selection? *Current Issues in Auditing*, 8(1).
- [4] Beattie, V., & Fearnley, S. (1995). The Importance of audit firm characteristics and the drivers of auditor change in UK listed companies. *Accounting and Business Research*, 25(100), 227-239.
- [5] Fisher, L., & Quick, C. (2004). The Big Four old boys' club. *Accountancy*, 133(1327), 29.
- [6] Rummel, A., Davidson, S., & Acton, D. (1999). Getting new clients and keeping old clients. *The CPA Journal*, 69, 56-57.
- [7] Sands, J., & Huang, A. (2002). An empirical investigation into auditor switching: A two stage decision process. *Accounting Research Journal*, 15 (2), 167-185.
- [8] Sands, J., & J. McPhail. (2003). Choice criteria of listed Australian public companies for selecting an auditor: An exploratory study. *International Journal of Business Studies*, 11 (1), 109-133.
- [9] Stanny, E., Anderson, S., & Nowak, L. (2000). Contributing factors in the selection and retention of local accounting firms. *The National Public Accountant*, 45(4), 19-21.
- [10] Williams, D. (1988). The potential determinants of auditor change. *Journal of Business Finance & Accounting*, 15(2), 243-261.
- [11] Carcello, J., Hermanson, R., & McGrath, N. (1992). Audit quality attributes: The perceptions of audit partners, preparers, and financial statement users. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11(1), 1-15.
- [12] Hermanson, R., Plunkett, L. & Turner, D. (1994). A study of the importance of certain attributes to clients' initial selections of audit firms: A longitudinal and stratified approach. *Journal of Applied Business Research*, 10(1), 101-117.
- [13] DeAngelo, L. (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183-199.
- [14] Francis, J., & Wilson, E. (1988). Auditor changes: A joint test of theory relating to agency costs and auditor differentiation. *Accounting Review*, 63(4), 663-680.
- [15] Teoh, S., & Wong, T. (1993). Perceived auditor quality and the earnings response coefficient. *The Accounting Review*, 68(2), 346-366.
- [16] Lennox, C. (1999). Are large auditors more accurate than small auditors? *Accounting and Business Research*, 29(3), 217-227.
- [17] Solomon, I., Shields, M., & Whittington, O. (1999). What do industry-specialist auditors know? *Journal of Accounting Research*, 37(1), 191-208.
- [18] Craswell, A., Francis, J., & Taylor, S. (1995). Auditor brand name reputations and industry specializations. *Journal of Accounting and Economics*, 20(3), 297-322.
- [19] Eichenseher, J., & Danos, P. (1981). The analysis of industry-specific auditor concentration: Towards an explanatory model. *Accounting Review*, 56(3), 479-492.
- [20] Pearson, T., & Trompeter, G. (1994). Competition in the market for audit services: The effect of supplier concentration on audit fees. *Contemporary Accounting Research*, 11(1), 115-135.
- [21] Shockley, R., & Holt, R. (1983). A behavioral investigation of supplier differentiation in the market for audit services. *Journal of Accounting Research*, 21(2), 545-564.
- [22] Francis, J. (2004). What do we know about audit quality? *British Accounting Review*, 36(4), 345-368.
- [23] Reinstein, A., & Weirich, T. R. (1996). Testing for bias in the audit committee. *Managerial Auditing Journal*, 11(2), 28-35.
- [24] Arnett, H., & P. Danos (1979). *CPA firm viability: A study of major environmental factors affecting firms of various sizes and characteristics*. University of Michigan, Ann Arbor, MI.
- [25] Firth, M. (1999). Company takeovers and the auditor choice decision. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 8(2), 197-214.
- [26] Judge, G., Hill, R., Griffiths, W., Lutkepohl, H. & Lee, T. (1988). *Introduction to the theory and practice of econometrics*. New York, Wiley.
- [27] Vera-Muñoz, S., Ho, J., & Chow, C. (2006). Enhancing knowledge sharing in public accounting firms. *Accounting Horizons*, 20(2), 133-155.