

**OS FATORES QUE INFLUENCIAM A ESCOLHA DAS EMPRESAS DE
AUDITORIA EM PORTUGAL**

Ana Cláudia Vieira dos Santos Ramos Caeiro

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Finanças

Orientador:

Professor Doutor Cláudio António Figueiredo Pais, ISCTE-IUL, Departamento de
Contabilidade

Coorientador:

Professor Doutor Paulo Alexandre Pereira Alves de Almeida, ISCTE-IUL, Departamento de
Sociologia

setembro 2018

Agradecimentos

Para a realização desta dissertação de mestrado foram imprescindíveis a colaboração e incentivo de algumas pessoas, às quais estarei eternamente grata.

Agradeço ao Professor Doutor Cláudio Pais, pelo seu apoio e orientação, pelos conhecimentos que transmitiu, pela sua total disponibilidade e pela colaboração para solucionar todas as questões que surgiram ao longo da realização deste trabalho.

Deixo também um agradecimento ao Professor Doutor Paulo Almeida, pelo seu importante contributo na formalização dos questionários para enviar às empresas.

Dirijo também uma palavra especial à minha família, à qual agradeço por ser modelo de coragem e superação, pelo apoio incondicional, pelo incentivo, amizade e pelas palavras de apoio nos momentos mais difíceis. O suporte que encontrei na minha família foi crucial e permitiu-me conciliar a vida profissional com a realização da tese, permitindo a sua concretização.

Um agradecimento ainda aos meus colegas e amigos pelo companheirismo, incentivo e apoio que sempre demonstraram ao longo deste trabalho e por me terem permitido crescer pessoal e profissionalmente.

Por último, agradeço aos colaboradores das empresas que participaram e responderam aos questionários, sem os quais não teria sido possível a realização desta dissertação.

A todas estas pessoas, muito obrigada!

Resumo

O objetivo deste estudo é verificar quais são os fatores determinantes para a escolha das firmas de auditoria em Portugal e ainda verificar se esses fatores influenciam positivamente a escolha das *big 4*¹, face às restantes empresas de auditoria ou não.

O presente estudo é justificado pela falta de estudos semelhantes aplicados à realidade portuguesa e pela necessidade crescente de as firmas de auditoria conhecerem os principais fatores que influenciam a sua escolha, de forma a adotarem estratégias que permitam captar e reter os seus clientes, num setor cada vez mais regulado e competitivo.

Assim, a contribuição deste estudo revela-se particularmente importante para as firmas de auditoria e para os reguladores deste setor em Portugal. Trata-se do primeiro estudo acerca dos fatores que influenciam a escolha das firmas de auditoria aplicado à realidade portuguesa, o qual incide sobre empresas não cotadas e baseia-se em questionários com um número significativo de respostas. O desenho de investigação também único visto usar uma regressão do comum uso de estatística descritiva.

A revisão de literatura tem como objetivo identificar quais os fatores que influenciam geralmente a escolha dos auditores pelos seus clientes, permitindo formular as hipóteses a testar neste estudo.

A amostra corresponde a 347 empresas portuguesas, com diferentes dimensões e pertencentes a vários setores de atividade.

Os resultados mostram que a proximidade geográfica da firma de auditoria, e o fator recomendação aumentam a probabilidade de seleção das *big 4*, face às restantes firmas de auditoria. Pelo contrário, a orientação para o cliente e a competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria, diminuem a probabilidade de seleção das *big 4* em relação às restantes firmas de auditoria.

A dimensão do cliente e um mau desempenho surgem como características do cliente que influenciam positivamente a seleção das *big 4*, relativamente aos restantes auditores, de acordo com os resultados obtidos.

¹As *big 4* referem-se às quatro maiores empresas de auditoria do mundo, constituídas pela Deloitte, PwC, EY e KPMG.

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

Palavras Chave: auditoria, big-4; escolha das firmas de auditoria; seleção das *big 4*.

Abstract

The purpose of this study is to verify the determining factors for audit firm's selection in Portugal and also to verify if these factors positively influence the choice of the big 4 rather than other audit firms.

The present study is justified by the lack of similar studies applied to the Portuguese reality and by the increasing need for audit firms to know the main factors that influence their choice, in order to adopt strategies to capture and retain their clients, in a growing regulated and competitive sector.

The contribution of this study proves to be particularly important for the audit firms and for the regulators of this sector in Portugal. This is the first study on the factors influencing the choice of audit firms applied to Portuguese reality, which focuses on unlisted companies and is based on questionnaires with a significant number of responses.

The literature review enables the identification of factors that generally influence the choice of auditors by their clients, allowing us to formulate the hypotheses to be tested in this study.

The random application of questionnaires aims to measure the degree of agreement with those factors, from the respondent's perspective.

From the responses of 347 Portuguese companies, with different dimensions and from various activity sectors, a *log-it* regression was developed in order to obtain the information to validate the hypotheses under investigation.

Thus, the results of this study point out that the geographical proximity of the audit firm and the recommendation factor, increase the likelihood of a *big 4* selection, compared to the other audit firms.

On the contrary, the client orientation and the technical competence of the audit firm's employees decrease the likelihood of selecting a *big 4* in relation to the other audit firms.

Customer size and a poor performance, translated as a negative net result, appear as customer characteristics that positively influence the selection of a *big 4*, relative to the other auditors, according to obtained results.

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

Key words: audit, *big-4*; auditor's choice; *big 4* selection.

Lista de abreviaturas

CMVM- Comissão de Mercado de Valores Mobiliários

IAASB – *International Auditing and Accounting Standards Board*

ISA – *Internacional Standard on Accounting*

Leverage Ratio – Rácio de alavancagem financeira

OROC – Ordem dos Revisores Oficiais de Contas

PCAOB- *Public Company Accounting Oversight Board*

PME's – Pequenas e médias empresas

ROA – Retorno sobre o ativo

SEC – *Securities and Exchange Commission*

Sic Code – *Standard Industrial Classification Code*

Índice

Agradecimentos	I
Resumo	II
Abstract.....	IV
Lista de abreviaturas	VI
1. Introdução	1
2. Revisão de literatura e desenvolvimento das hipóteses	4
2.1 Reputação	7
2.2 Competência técnica	8
2.3 Preferência da gestão.....	9
2.4 Existência de elementos na empresa auditada que já pertenceram à firma de auditoria.....	9
2.5 Existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e colaboradores/sócios da firma de auditoria	10
2.6 Preço.....	11
2.7 Variedade de serviços disponibilizados pela firma de auditoria	12
2.8 Prestação de serviços ao nível internacional	13
2.9 Proximidade geográfica.....	13
2.10 Orientação para o cliente.....	14
2.11 Especialização na indústria	15
2.12 Qualidade da auditoria	17
2.13 Dimensão da firma de auditoria	18
2.14 Recomendação	19
3. Metodologia	21
3.1 Amostra	21
3.2 Hipóteses de investigação	23
3.3 Elaboração dos questionários e procedimentos adotados	24
3.4 Desenho de investigação	25
4. Resultados	31
4.1 Estatística descritiva.....	31
4.2 Estatística Multivariada.....	32
5. Conclusão.....	37
Bibliografia	39
Anexos	44

1. Introdução

Após a falência da Enron em 2001 e com o conseqüente colapso da Arthur Andersen em 2002, começaram a surgir críticas às firmas de auditoria e à qualidade dos seus serviços, sobretudo no que diz respeito às *big 4*. Assim surgiram algumas alterações legais nos Estados Unidos da América (EUA) e a regulação da atividade de auditoria nesse país passou a ser efetuada por uma agência Independente: *Public Company Accounting Oversight Board* (PCAOB).

Também depois da crise financeira de 2008, com impacto a nível mundial, os organismos reguladores focaram-se em estabelecer medidas que permitissem melhorar a qualidade da auditoria e reforçar a independência real e percebida das firmas de auditoria.

Em Portugal e na atualidade, depois do escândalo financeiro de algumas empresas de elevada dimensão, nomeadamente na área da Banca, e após a exposição pública destes casos, levantaram-se algumas questões relacionadas com o impacto da auditoria nas empresas, colocando em causa a qualidade dos serviços prestados pelas firmas de auditoria e a responsabilidade e independência dos auditores.

Neste contexto, foi criada em Portugal, a Lei n.º 148/2015 que aprovou o novo regime jurídico de supervisão de auditoria, transpondo a diretiva 2014/56/EU do Parlamento Europeu e do Conselho e introduzindo algumas mudanças neste sector.

De acordo com esta legislação que entrou em vigor no início de 2016, a Comissão de Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) passou a ser a autoridade competente para a regulação e supervisão da atividade de auditoria em Portugal, existiu agravamento das coimas aplicadas às firmas de auditoria, e foi introduzida a rotação obrigatória dos auditores em determinadas situações, entre outras alterações decretadas.

A obrigação da rotatividade das auditoras em Portugal, faz com que as empresas tenham que seleccionar os seus auditores com maior frequência.

Desta forma, num mundo cada vez mais global e competitivo, consideramos que se torna uma necessidade crescente para as firmas de auditoria o conhecimento dos principais fatores que levam à sua seleção, permitindo-lhes desenvolver vantagens competitivas e a construírem

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

uma estratégia adequada, tendo em vista a retenção dos seus clientes e a captação de novos clientes.

A falta de estudos acerca dos principais fatores que influenciam a escolha das empresas de auditoria para o caso português e a importância do conhecimento desses fatores não só para as empresas de auditoria em Portugal, mas também para os seus reguladores, constituem as principais motivações deste estudo.

Em Portugal, o organismo regulador da atividade de auditoria é a Comissão de Mercado e Valores Mobiliários e os auditores são certificados pela Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC), organismo responsável por supervisionar todos os aspetos relacionados com a profissão de auditor.

Assim, este estudo tem como objetivo a contribuição para a literatura, no que diz respeito aos fatores que influenciam a escolha das firmas de auditoria no caso específico de Portugal, revelando-se útil sobretudo para as firmas de auditoria no geral e para os organismos reguladores deste setor. O presente estudo verifica se os fatores geralmente aceites como influenciando a escolha das firmas de auditoria são os mesmos na realidade portuguesa, onde predominam as pequenas e médias empresas. Trata-se do primeiro estudo acerca dos fatores que influenciam a escolha das empresas de auditoria aplicado à realidade portuguesa, incidindo sobre empresas não cotadas

A metodologia utilizada neste estudo consiste na aplicação de questionários com o objetivo de medir as variáveis utilizadas no modelo econométrico adotado (regressão *logit*), permitindo assim validar as hipóteses em investigação, justificadas na revisão da literatura.

Esta tese investiga a importância dos seguintes fatores, já estudados anteriormente, mas desta vez aplicados ao caso português: a reputação (Management Analysis Center, 1977; Deloitte Haskins & Sells, 1978; Almer, Philbrick & Rupley, 2014); a competência técnica (Williams, 1988; Addams & Allred, 2002; Sands & McPhail, 2003); a preferência da gestão (Almer, Philbrick & Rupley, 2014); a existência de ex-elementos da firma de auditoria no potencial cliente (Addams & Davis, 1994; Fisher & Quick, 2004; Almer, Philbrick & Rupley, 2014); a existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e sócios/colaboradores da firma de auditoria (Addams & Davis, 1994; Addams & Allred, 2002; Almer, Philbrick & Rupley, 2014); o preço (Management Analysis Center, 1977; Addams & Davis, 1994; Sands & McPhail, 2003); a variedade de serviços disponibilizados pela firma de auditoria (Addams & Davis, 1994; Beattie & Fearnley, 1995; Stanny, Anderson & Nowak,

2000); a internacionalização da firma de auditoria (Addams & Davis, 1994; Addams & Allred, 2002; Almer, Philbrick & Rupley, 2014); a proximidade geográfica (Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002; Almer, Philbrick & Rupley, 2014); a orientação para o cliente (Rummel, Davidson & Acton, 1999; Sands & Mc Phail, 2003; Almer, Philbrick & Rupley, 2014); a especialização na indústria (Williams, 1988; Addams & Davis, 1994; Beattie & Fearnley, 1995); a qualidade da auditoria (Beattie & Fearnley, 1995; Sands e Huang, 2002; Sands & McPhail, 2003); a dimensão da firma de auditoria (Addams & Davis, 1994; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002); e a recomendação (Addams & Davis 1994; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002).

A amostra utilizada neste estudo é constituída por 347 empresas portuguesas de diversas formas jurídicas, com dimensões variadas e pertencentes a vários setores de atividade, incluindo empresas auditadas por *big-4* e por não *big-4*.

As empresas que constituem a amostra, incluem 26 micro entidades (7%), 161 pequenas entidades (46%), 115 médias entidades (33%) e 45 grandes entidades (13%), refletindo por isso o tecido empresarial português caracterizado pelas pequenas e médias empresas (PME's).

A amostra utilizada é representativa do tecido empresarial português. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), as PME's representavam 99,9% da totalidade das empresas em 2010, sendo responsáveis por 60,9% do volume de negócios. Já as grandes empresas representavam 0,1% do total e eram responsáveis por 39,4% do volume de negócios.²

A presente tese é composta por cinco capítulos. Após a introdução, no segundo capítulo é efetuada a revisão de literatura e são formuladas as hipóteses de investigação. Seguidamente e no segundo capítulo, é apresentada a metodologia adotada, a descrição dos procedimentos utilizados nos questionários, a caracterização da amostra e a descrição do modelo e das variáveis utilizadas neste estudo. No quarto capítulo são analisados os resultados do estudo estatístico desenvolvido. Por fim e no quinto capítulo, são apresentadas as principais conclusões resultantes do estudo estatístico efetuado, as limitações do mesmo, bem como algumas sugestões para trabalhos futuros.

²https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/ine_pme_representavam_999_do_tecido_empresarial_portugues_em_2010.

2. Revisão de literatura e desenvolvimento das hipóteses

De acordo com a ISA 200³, o auditor deve verificar se as demonstrações financeiras, como um todo, estão livres de distorção materialmente relevante, devido a erro ou fraude, e se as mesmas se encontram preparadas conforme os princípios contabilísticos aplicáveis. O objetivo do auditor é expressar uma opinião acerca das demonstrações financeiras e comunicá-la conforme requerido pelas *ISAs* e de acordo com as suas conclusões.

A procura por auditorias de qualidade está relacionada com a existência de custos de agência e assimetrias de informação, provocadas pela separação entre quem faz o controlo e quem detém a empresa (Dopuch & Simunic 1982; Beattie & Fearnley 1995). Estes custos são mitigados por demonstrações financeiras credíveis (Jensen & Meckling 1976).

Para Abbott e Parker (2000) os serviços de auditoria aumentam a credibilidade e a fiabilidade das demonstrações financeiras, funcionando como ferramenta de monitorização.

O recurso às firmas de auditoria também pode ter uma motivação legal. Em Portugal, estão sujeitas à revisão legal de contas as sociedades anónimas (conforme artigo n.º 278 do Código das Sociedades Comerciais), as entidades do sector público com autonomia administrativa e financeira, os fundos de investimento mobiliário e imobiliário, os fundos autónomos do Estado, bem como as sociedades por quotas que ultrapassem os limites estabelecidos pelo artigo n.º 262 do Código das Sociedades Comerciais.

A Revisão Legal de Contas constitui uma competência exclusiva dos ROC, atribuída pelo Estatuto da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (EOROC), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 487/99, de 16 de novembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 224/2008, de 20 de novembro.

De acordo com Beasley e Petroni (2001) é geralmente assumido que a decisão da escolha dos auditores é efetuada pela gestão. Também para Almer, Philbrick & Rupley (2014), a gestão continua a desempenhar um papel significativo na escolha dos auditores.

Para Jensen (1982) e Leddy (1982) os acionistas e a administração são importantes para a escolha das empresas de auditoria.

³ As *ISAs* (International Standards on Accounting) são normas internacionais de auditoria emitidas pelo IAASB (*International Audit and Assurance Standards Board*).

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

Em Portugal e no caso das sociedades anónimas, cabe ao conselho de administração ou a uma comissão eleita pelo mesmo a escolha dos auditores. Nas sociedades por quotas, compete aos sócios deliberar a designação do revisor oficial de contas, sendo aplicável, na falta de designação, o disposto nos artigos 416.º a 418.º do Código das Sociedades Comerciais.

Para Beattie e Fearnley (1995) as características das empresas auditadas e da envolvente contribuem para a escolha das empresas de auditoria. De igual modo alterações significativas em uma ou mais destas dimensões podem conduzir à mudança da empresa de auditoria.

Efetivamente, são vários os fatores considerados na literatura como critérios importantes utilizados pelas empresas na seleção dos auditores. A reputação das firmas de auditoria ((Management Analysis Center, 1977; Deloitte Haskins & Sells, 1978; Almer, Philbrick & Rupley, 2014), a competência técnica dos seus colaboradores (Williams, 1988; Addams & Allred, 2002; Sands & McPhail, 2003), a qualidade da auditoria (Beattie & Fearnley, 1995; Sands e Huang, 2002; Sands & McPhail, 2003), a especialização na indústria (Williams, 1988; Addams & Davis, 1994; Beattie & Fearnley, 1995), a diversidade de serviços disponibilizados (Addams & Davis, 1994; Beattie & Fearnley, 1995; Stanny, Anderson & Nowak, 2000), e a orientação para o cliente (Rummel, Davidson & Acton, 1999; Sands & McPhail, 2003; Almer, Philbrick & Rupley, 2014) são geralmente defendidos entre os autores como critérios influenciadores no processo de seleção dos auditores.

A dimensão da firma de auditoria (Addams & Davis, 1994; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002), a proximidade geográfica (Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002; Almer, Philbrick & Rupley, 2014), a existência de relações interpessoais entre membros da firma de auditoria e da firma auditada (Addams & Davis, 1994; Addams & Allred, 2002; Almer, Philbrick & Rupley, 2014), a existência de ex-elementos da firma de auditoria no potencial cliente (Addams & Davis, 1994; Fisher & Quick, 2004; Almer, Philbrick & Rupley, 2014), a preferência da gestão, bem como o fator recomendação (Addams & Davis 1994; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred 2002) são também defendidos em alguns estudos ainda que assumam menor destaque.

Já a importância do fator preço para a escolha dos auditores não é consensual entre os autores estudados.

Hermanson, Plunkett e Turner (1994) defendem, num estudo realizado nos EUA, que a reputação e as características dos colaboradores das firmas de auditoria são os principais

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

determinantes no processo de seleção dos auditores, embora estes fatores sejam mais significativos para os clientes de maior dimensão.

Para Addams e Davis (1994) a existência de relações interpessoais entre elementos chave da firma de auditoria e elementos chave do potencial cliente, bem como a competência técnica são os principais fatores no que diz respeito à seleção dos auditores. Seguem-se outros fatores como o preço proposto, o conhecimento na indústria, a qualidade da proposta apresentada, a variedade dos serviços disponibilizados, a dimensão da firma de auditoria, a recomendação de um amigo ou contacto na organização, a contratação de um elemento da firma de auditoria para o comité de auditoria ou para desempenhar uma função importante no potencial cliente e a localização da firma de auditoria. A disponibilização de serviços ao nível internacional parece ser praticamente irrelevante na seleção dos auditores, de acordo com este estudo.

De acordo com um estudo efetuado em 210 empresas cotadas no Reino Unido (RU), a competência técnica, a reputação das firmas de auditoria e a qualidade das relações estabelecidas com os sócios das firmas de auditoria, surgem como fatores dominantes no processo de escolha dos auditores (Beattie & Fearnley, 1995).

Addams e Allred (2002) destacam a competência técnica, a existência de relações interpessoais entre membros chave da firma de auditoria e colaboradores chave do potencial cliente, bem como a especialização na indústria como principais fatores no que diz respeito à seleção das firmas de auditoria.

Para Rummel, Davidson e Acton (1999) a integridade dos colaboradores, o cumprimento dos prazos estabelecidos, o conhecimento da indústria, a atenção disponibilizada ao cliente, bem como o custo dos serviços encontram-se entre os principais fatores a considerar na escolha dos auditores.

Stanny, Anderson e Nowak (2000) mostram, no seu estudo, que a competência técnica, o conhecimento da indústria, a dimensão da firma de auditoria, o fator recomendação, o custo dos serviços, a localização e o leque de serviços disponíveis, estão entre os principais critérios utilizados no processo inicial de seleção dos auditores, num estudo realizado nos Estados Unidos.

Para Almer Philbrick e Rupley (2014) a competência técnica e a especialização na indústria influenciam positivamente a escolha dos auditores enquanto que a existência de relações

interpessoais e a existência de antigos colaboradores da firma de auditoria no comité de auditoria do potencial cliente diminuem a probabilidade de seleção da firma de auditoria.

Sands e Mc Phail (2003) salientam que a competência técnica e a orientação para o cliente são os principais critérios utilizados no processo de seleção dos auditores.

De acordo com a generalidade da literatura, o fator preço representa um papel relativamente importante na seleção do auditor, embora as pequenas empresas sejam mais sensíveis a este fator, pelo que o mesmo se torna praticamente irrelevante entre as grandes empresas (Addams & Davis, 1994; Hermanson et al., 1994; Addams & Allred, 2002; Almer Philbrick & Rupley, 2014).

Também Francis (2004) salienta que as maiores empresas estão dispostas a pagar um preço mais elevado pela auditoria, relativamente às empresas de menores dimensões.

2.1 Reputação

De acordo com Carcello, Hermanson & McGrath (1992) uma boa reputação traz benefícios para o auditor, incluindo a capacidade de atrair novos clientes, reter os clientes já existentes, atrair os melhores colaboradores, permitindo também o aumento dos honorários.

A reputação surge na literatura, ao longo do tempo e em variados estudos, como fator consensual no que diz respeito à importância que este fator desempenha no processo de seleção das firmas de auditoria.

Estudos realizados por Berlin e Walsh (1972), pelo Management Analysis Center (1977), por Deloitte Haskins & Sells (1978) e por Hermanson Plunkett & Turner (1994), defendem a importância da reputação das firmas de auditoria no processo de seleção dos auditores pelos seus clientes. De igual modo, Beattie e Fearnley (1995) salientam a relevância da reputação, apresentando-a como um dos fatores dominantes no processo de seleção dos auditores. Neste estudo, a reputação surge em quarto lugar, num conjunto de vinte e nove características analisadas e ordenadas por grau decrescente de importância.

Num estudo mais recente, Almer, Philbrick e Rupley (2014) defendem mesmo que a reputação da firma de auditoria influencia positiva e significativamente a seleção dos auditores.

Considerando os estudos referidos nos parágrafos anteriores e assumindo que as *big 4* têm uma reputação superior às restantes firmas de auditoria, conforme sugerem DeAngelo (1981), Simunic & Stein (1987) e Francis & Wilson (1988), ao afirmarem que as *big 8*⁴ estabeleceram uma marca e reputação e por isso têm mais incentivos para desenvolver auditorias de qualidade de forma a proteger o seu prestígio, a primeira hipótese (H1) deste estudo é a seguinte:

H1: A reputação aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

2.2 Competência técnica

A competência técnica refere-se aos conhecimentos técnicos e às capacidades dos auditores, as quais possibilitam a realização da auditoria (Sands & McPhail, 2003).

Este fator é defendido como o mais importante critério no que diz respeito à seleção das firmas de auditoria, em estudos de diversos autores, como por exemplo, Deloitte, Haskins & Sells (1978), Williams (1988), Addams & Allred (2002) e Sands & McPhail (2003).

Hermanson, Plunkett e Turner (1994) salientam que os colaboradores da firma de auditoria, em conjunto com a reputação da mesma, constituem os fatores dominantes considerados no processo de seleção dos auditores. Para os mesmos autores, estes dois fatores aplicam-se à generalidade dos clientes, embora assumam particular importância para os clientes de maiores dimensões.

De igual modo, Addams & Davis (1994), Beattie & Fearnley (1995) e Stanny, Anderson & Nowak (2000) destacam a importância significativa da competência técnica da equipa de auditoria no processo de seleção dos auditores.

Mais recentemente, Almer, Philbrick e Rupley (2014) mostram no seu estudo, que a competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria aumenta significativamente a probabilidade da contratação da mesma pelos seus clientes.

No entanto, Eichenseher e Shields (1983), não consideram que a competência técnica seja a base para a distinção entre auditores selecionados e auditores não reeleitos, embora reconheçam a importância deste atributo no processo de avaliação da firma de auditoria. Este

⁴ As *big 8* referem-se às principais firmas de auditoria durante grande parte do séc. XX. As *big 8* eram compostas pela Arthur Adersen, Arthur Young, Coopers & Lybrand, Ernst & Whinney, Deloitte Haskin & Sells, Peat Marwick Mitchell (mais tarde Peat Marwick e depois KPMG), Price Waterhouse e Touche Ross.

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

argumento baseia-se na premissa de que as empresas não estão dispostas a contratar firmas de auditoria que não sejam tecnicamente competentes.

Após revisão da literatura, considerando que as *Big 4* têm mais competência, conforme sugerido por DeAngelo (1981), e que possuem mais recursos para formar os seus colaboradores e uma elevada rede de contactos a nível mundial, a segunda hipótese (H2) deste estudo é a seguinte:

H2. A competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

2.3 Preferência da gestão

A preferência da gestão surge também como critério utilizado no processo de escolha dos auditories, num estudo de Almer, Philbrick & Rupley (2014), embora lhe seja atribuída uma importância reduzida.

Esperamos que em Portugal este fator tenha influência na seleção da firma de auditoria, uma vez que este país é visto como mais corrupto do que a média europeia, de acordo com o Índice de Perceção da Corrupção divulgado pela organização não governamental *Transparency International* em Fevereiro de 2018. Dos 180 países e territórios avaliados de acordo com a perceção dos seus níveis de corrupção, Portugal fica em 29.º lugar, com a Nova Zelândia em 1.º e a Dinamarca em 2.º.⁵ Para estes autores, a preferência da gestão é um fator relativamente neutro no que respeita à seleção da empresa de auditoria. Contudo, face ao contexto português onde são por diversas vezes noticiadas situações de corrupção e tráfico de influências, defino a seguinte Hipótese (H3) de investigação:

H3. A preferência da gestão influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

2.4 Existência de elementos na empresa auditada que já pertenceram à firma de auditoria

Fisher e Quick (2004) referem que o Accountancy's Annual Survey revelou que 18 empresas pertencentes ao FTSE 100⁶ eram auditadas pela firma de auditoria onde pertencera um dos

⁵ <https://eco.pt/2018/02/21/portugal-visto-como-um-pais-mais-corrupto-que-media-europeia/>

⁶ Trata-se de um índice composto por 100 ações de diferentes empresas, representativas da bolsa de valores de Londres, com o objetivo de detetar os movimentos de subida e descidas das cotações. O índice é calculado pela *FTSE The Index Company*.

seus diretores executivos. Este estudo sugere a eventual relação positiva entre a existência de ex-elementos da firma de auditoria na empresa auditada e a seleção dos auditores.

No entanto, um estudo mais recente de Almer, Philbrick & Rupley (2014), conclui que a existência de elementos na empresa auditada que pertenceram à firma de auditoria diminui a probabilidade de seleção desses auditores, conclusão similar ao do estudo de Addams & Davis (1994).

Face aos resultados contraditórios, vou verificar se a existência de ex-colaboradores da firma de auditoria nos potenciais clientes influenciam positivamente a seleção dos auditores, formulando assim a quarta hipótese (H4) deste estudo:

H4. A existência de ex-elementos da firma de auditoria na empresa auditada, influencia positivamente a seleção das firmas de auditoria em Portugal.

2.5 Existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e colaboradores/sócios da firma de auditoria

Para Addams e Davis (1994) as relações interpessoais entre elementos chave das empresas de auditoria e dos seus potenciais clientes têm impacto na escolha dos auditores. Num estudo realizado por estes autores em 500 empresas nos EUA, este fator aparece como o mais importante, num conjunto de doze fatores estudados. De igual modo, outros estudos também salientam a importância deste fator para a seleção das firmas de auditoria (Reinstein & Weirich, 1996; Addams & Allred, 2002).

Pelo contrário, um estudo de Almer, Philbrick & Rupley (2014) mostra que a existência de relações interpessoais entre elementos da gestão financeira da empresa auditada e elementos da firma de auditoria diminui a probabilidade de seleção desses auditores. Assim, estes autores identificam uma relação negativa entre a existência de relações interpessoais entre membros da firma de auditoria e da empresa auditada e a escolha dos auditores.

Face aos resultados contraditórios defino abaixo a quinta hipótese (H5) deste estudo:

H5. A existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e sócios/colaboradores da firma de auditoria influencia positivamente a seleção das firmas de auditoria em Portugal.

2.6 Preço

O preço é defendido por alguns autores como critério utilizado na seleção das firmas de auditoria, embora a sua importância não seja consensual na generalidade dos estudos analisados.

Estudos mais antigos mostram resultados contraditórios no que diz respeito à importância do preço para a seleção dos auditores. O preço é importante de acordo com um estudo do Management Analysis Center (1977), embora este fator se revele insignificante para a escolha dos auditores noutros estudos (Wood e Ball, 1978; Deloitte Haskins & Sells, 1978).

Efetivamente, a importância do fator preço, como critério utilizado no processo de escolha dos auditores para a generalidade das empresas é defendida em vários estudos de diferentes autores (Addams & Davis, 1994; Rummel, Davidson & Acton, 1999; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Sands & McPhail, 2003).

Outros autores defendem a importância relativa deste fator para os clientes de menores dimensões, concordando que o mesmo se torna praticamente irrelevante para os maiores clientes (Francis, 2004), especialmente quando comparado com outros fatores como a reputação (Hermanson, Plunkett & Turner, 1994).

Francis (2004) defende que o preço assume um papel importante na seleção das firmas de auditoria, embora as empresas mais pequenas sejam mais sensíveis a este fator. O autor argumenta que à medida que a dimensão das empresas aumenta é expectável que o fator preço tenha um impacto menor na escolha da empresa de auditoria, uma vez que a percentagem dos honorários de auditoria em função das vendas diminui, à medida que a empresa se torna maior e atinge maior volume de vendas. De acordo com o mesmo autor, para as dez empresas mais pequenas, os honorários de auditoria podem representar 2 por cento das vendas, enquanto que para as dez maiores representam menos de 1/100 de um por cento das vendas.

No entanto, para outros autores o preço tem uma importância reduzida ou mesmo nula no que diz respeito à escolha das firmas de auditoria (Beattie & Fearnley, 1995; Addams & Allred, 2002; Almer, Philbrick & Rupley, 2014).

Segundo Ferguson, Francis & Stokes (2003) e Francis Reichelt & Wang (2005), as auditoras líderes na indústria estão dispostas a cobrar preços mais elevados aos seus clientes.

De acordo com a literatura analisada, baseando-nos nos autores que defendem a importância do fator preço na seleção das *big 4*, considerando que as *big 4* cobram honorários mais elevados e tendo em conta que a maioria das empresas que constitui a nossa amostra tem reduzidas dimensões, a sexta hipótese (H6) é a seguinte:

H6. O preço influencia negativamente a seleção das *big 4* em Portugal.

2.7 Variedade de serviços disponibilizados pela firma de auditoria

A variedade de serviços disponibilizados pela firma de auditoria, pressupõe a disponibilização de serviços adicionais tais como serviços de consultoria, fiscalidade e contabilidade.

O leque de serviços disponibilizados aparece como critério utilizado na escolha dos auditores, em vários estudos.

Beattie e Fearnley (1995) defendem que a capacidade de firma de auditoria em prestar serviços adicionais ao nível fiscal, é um fator importante para a seleção dos auditores. Este fator surge em décimo terceiro lugar, entre vinte e nove características estudadas e ordenadas de forma decrescente de acordo com o respetivo grau de importância. Já a disponibilização de serviços de consultoria e de contabilidade revelam uma importância reduzida para o processo de escolha dos auditores, surgindo neste estudo em vigésimo quinto e vigésimo sexto lugares, respetivamente.

Outros estudos apresentam conclusões semelhantes, destacando a importância da variedade de serviços disponibilizados pelas firmas de auditoria no processo de seleção dos auditores (Addams & Davis, 1994; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002 e Sands & McPhail, 2003).

No entanto, um estudo de Almer, Philbrick & Rupley (2014) conclui que a oferta de serviços adicionais por parte da firma de auditoria, tem um impacto muito reduzido, ainda que positivo, na escolha dos auditores.

As *Big 4* prestam um conjunto alargado de serviços além da realização de auditorias, devido à sua maior dimensão e aos facto de terem mais recursos disponíveis, pelo que podem auxiliar os seus clientes noutras áreas como por exemplo ao nível do planeamento fiscal e na optimização de processos. Desta forma, ao optarem por uma *big 4* para a realização da

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

auditoria, os clientes podem ainda recorrer a outros serviços prestados pelo mesmo fornecedor, beneficiando do conhecimento que a firma já possui acerca do seu negócio e das suas necessidades.

Assim, esperamos que a variedade de serviços disponibilizados favoreça a seleção das *big 4* comparativamente às restantes firmas de auditoria de menores dimensões. Para validar esta relação, vou formular a sétima hipótese (H7) deste estudo:

H7. A variedade de serviços disponibilizados influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

2.8 Prestação de serviços ao nível internacional

Addams e Davis (1994) concluem no seu estudo que a disponibilização de serviços a nível internacional tem importância muito reduzida no processo de seleção dos auditores, sendo o fator menos importante, entre os doze analisados.

Também Addams e Allred (2002) mostram no seu estudo, que a existência de serviços internacionais na firma de auditoria assume uma importância reduzida na seleção dos auditores. Este fator surge em último lugar num conjunto de doze fatores analisados e ordenados de forma decrescente de acordo com a sua importância.

Do mesmo modo, outro estudo mais recente, desenvolvido por Almer, Philbrick & Rupley (2014), conclui que a disponibilização de serviços a nível internacional tem um impacto reduzido na escolha da empresa de auditoria.

Tendo como objetivo a generalidade da literatura e o estudo deste fator no caso português, a oitava hipótese (H8) é:

H8. A disponibilização de serviços ao nível internacional, influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

2.9 Proximidade geográfica

A proximidade geográfica foca-se na localização da firma de auditoria face à localização dos escritórios do cliente. Para Mersha & Adlakha (1991) e Stokes (1992) a proximidade

geográfica das empresas prestadoras de serviços, constituem um fator influenciador da escolha dos seus clientes.

Este fator é aceite como um critério importante utilizado no processo de seleção das firmas de auditoria, de acordo com estudos de Stanny, Anderson & Nowak, (2000), Addams & Allred (2002) e ainda num estudo de Almer, Philbrick & Rupley (2014) que conclui que a regionalidade da firma de auditoria pode diminuir ligeiramente a probabilidade de seleção da mesma pelos seus clientes.

No entanto, noutros estudos a proximidade geográfica assume uma importância reduzida para a seleção das firmas de auditoria, surgindo nos últimos lugares num conjunto de vários fatores analisados (Addams & Davis, 1994; Beattie & Fearnley, 1995; Sands e Huang, 2002; Sands & McPhail, 2003).

Apesar de estarem sediadas apenas em Lisboa e no Porto, no território português, as *big 4* possuem uma vasta rede de escritórios a nível mundial e têm uma estrutura que permite a deslocação dos seus colaboradores aos clientes espalhados pelo país. Além disso, grande parte das sedes das empresas portuguesas e de grupos internacionais localizam-se perto destas cidades. Assim, esperamos que a proximidade geográfica favoreça a escolha das *big 4* comparativamente às restantes firmas de auditoria.

Desta forma e após revisão de literatura efetuada, a nona hipótese (H9) deste estudo é a seguinte:

H9. A proximidade geográfica aumenta a probabilidade de seleção das *big 4*, em relação as restantes empresas de auditoria em Portugal.

2.10 Orientação para o cliente

A orientação para o cliente reflete a proatividade da firma de auditoria e o seu foco nas necessidades e problemas do cliente, surgindo na literatura mais recente. O cumprimento dos prazos e a atenção disponibilizada surgem como critérios importantes a considerar na seleção e retenção das firmas de auditoria num estudo de Rummel, Davidson & Acton (1999).

Também Sands e Mc Phail (2003) revelam a importância significativa da orientação para o cliente na escolha da firma de auditoria. Este fator encontra-se em segundo lugar neste estudo, num conjunto de nove critérios analisados.

Recentemente, Almer, Philbrick e Rupley (2014) defendem no seu estudo que a acessibilidade do sócio da firma de auditoria e a sua capacidade para responder atempadamente aos assuntos do cliente aumentam a probabilidade da seleção dessa firma de auditoria.

Estes resultados são consistentes com a opinião de Carcello *et al.* (1992) que defende que este critério deve ser considerado pelas firmas de auditoria na procura de novos clientes, implicando que as empresas se focam no mesmo aquando da seleção dos seus auditores.

Consideramos que as firmas de auditoria de menores dimensões, por terem menos clientes e menos colaboradores, conseguem estabelecer relações de maior proximidade com os seus clientes. Nestes casos, os sócios da firma de auditoria conseguem estabelecer maior contacto com cada um dos seus clientes, mostrando maior disponibilidade e focando-se nas necessidades específicas e individuais de cada um. Assim, assumimos que a orientação para o cliente é superior nas firmas de auditoria mais pequenas relativamente às *big 4*. Desta forma, a décima hipótese (H10) deste estudo é a seguinte:

H10. A orientação para o cliente diminui a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

2.11 Especialização na indústria

A especialização na indústria é um fator estudado diversas vezes na literatura, no que respeita ao processo de seleção dos auditores. Segundo Sands & McPhail (2003) a especialização na indústria agrupa vários fatores: (1) a firma de auditoria é considerada especialista na área de negócio do cliente; (2) a firma de auditoria tem uma especialização na área de negócio do cliente; (3) a firma de auditoria tem elevada quota de mercado entre empresas que operam no mesmo negócio do cliente, no que diz respeito à prestação de serviços de auditoria e; (4) a firma de auditoria tem grandes empresas cotadas, como seus clientes.

Para Solomon, Shields e Whittington (1999), os especialistas nas indústria têm um conhecimento mais profundo do que os não especialistas, devido a maior experiência no mercado, o que lhes permite desenvolver opiniões de auditoria mais correctas e precisas.

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

A especialização dos auditores é muito importante para as empresas que operam na área de seguros e nas instituições financeiras em geral (Shockley & Holt, 1983; Craswell, Francis & Taylor, 1995; Eichenseher & Danos, 1981; Pearson & Trompeter, 1994), onde o mercado de auditoria é mais concentrado e regulado. Este argumento sugere que o fator referido não apresenta igual importância para as empresas dos diversos setores de atividade, no que diz respeito à seleção dos seus auditores.

Craswell *et al.* (1995) concluem que os auditores especializados e reconhecidos no mercado recebem um prémio de 34 por cento face aos auditores não especialistas, num estudo realizado na Austrália nos setores de negócio especializados, incluindo as instituições financeiras.

A especialização na indústria surge como um dos fatores mais importantes utilizado como critério na decisão de seleção e retenção das firmas de auditoria em diversos estudos (Williams, 1988; Addams & Davis, 1994; Rummel, Davidson & Acton, 1999; Stanny, Anderson & Nowak, 2000; Addams & Allred, 2002).

Apesar de ser considerado um fator influente no processo de seleção das firmas de auditoria, estudos de Beattie & Fearnley (1995) e de Sands & McPhail (2003) concluem que esse fator se encontra entre os menos importantes.

Abbott e Parker (2000) defendem que os auditores que se especializam no negócio do cliente prestam serviços de qualidade superior aos não especialistas. De igual modo, um estudo mais recente de Almer, Philbrick & Rupley (2014), reconhece que a especialização na indústria está positivamente relacionada com a seleção dos auditores.

Contudo, podem existir motivos que levem os clientes a optar por uma firma de auditoria que não seja especialista no seu negócio, de acordo com a literatura analisada. O cliente pode optar por um auditor que compactue com este e permita a gestão de resultados, tendo simultaneamente credibilidade suficiente junto dos investidores (Williams 1988), ou por motivo de ordem económica não está disposto a pagar um preço superior associado à maior especialização da auditora na indústria (Firth, 1999).

Culvenor e Godfrey's (1998) reconhecem que a especialização na indústria existe quer nas *big 4*, quer nas restantes firmas de auditoria que não sejam *big 4*, enquanto Hogan & Jeter

(1997) defendem que as auditoras especialistas no mercado (*big 6*⁷) têm mais sucesso na atração de novos clientes do que as suas concorrentes.

Considerando a generalidade da literatura analisada e face ao argumento de Hogan & Jeter (1997), a décima primeira hipótese (H11) deste estudo é:

H11. A especialização na indústria influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

2.12 Qualidade da auditoria

A qualidade da auditoria pode ser definida como a habilidade do auditor para detetar erros materialmente relevantes nas demonstrações financeiras (Francis 2004).

De acordo com DeAngelo (1981), a qualidade dos serviços de auditoria é a probabilidade conjunta do auditor descobrir e reportar uma falha na contabilidade do cliente. Para este autor, a probabilidade de encontrar uma falha depende da capacidade tecnológica do auditor, da metodologia e das amostras utilizadas na auditoria.

Sands e McPhail (2003) defendem a elevada importância deste fator no processo de seleção dos auditores. Num estudo recente efetuado entre as empresas públicas australianas cotadas, a qualidade dos serviços de auditoria surge em terceiro lugar num conjunto de nove fatores analisados. Este resultado é consistente com o de outros estudos que também salientam a importância da qualidade da auditoria no processo de seleção das firmas de auditoria (Beattie & Fearnley, 1995; Sands & Huang, 2002).

Para Hong Teoh e Wong (1993) a vantagem de ter como auditoria uma empresa pertencente às *big 4* pode estar relacionada com a maior perceção de qualidade e veracidade das demonstrações financeiras auditadas por parte dos *stakeholders*, visto que as empresas são mais valorizadas no mercado bolsista relativamente à qualidade dos resultados que apresentam quando auditadas por uma *big 4*.

Para Palmrose (1988), o número de vezes com que as firmas de auditoria são processadas e sancionadas pode medir a qualidade da auditoria, refletindo falta de exatidão e veracidade dos seus relatórios. Para Palmrose (1988) e Feroz (1991), as *big 4* são processadas e sancionadas

⁷ As *big 8* passaram a *big 6* em 1989, com a fusão entre a Ernst & Whinney e a Arthur Young, formando a Ernst & Young (EY) e ainda a fusão da Deloitte, Haskin & Sells e a Touche Ross que resultou na formação da Deloitte & Touche.

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

com menor frequência pela *Securities and Exchange Commission* (SEC). Este argumento sugere que as *big 4* efetuam auditorias de qualidade superior.

De acordo com Lennox (1999) os auditores das *big 4* produzem relatórios com maior exatidão. Uma vez que a qualidade da auditoria pode ser definida como o nível exatidão da informação que o auditor apresenta aos investidores (Titman & Trueman, 1986), este argumento também sugere maior qualidade da auditoria realizada pelas *big-4*.

DeAngelo (1981) defende que o incentivo do auditor para comprometer a qualidade da auditoria relativamente a um determinado cliente, depende da importância económica desse cliente face à totalidade dos clientes. Assim, as empresas de maior dimensão têm mais a perder (nomeadamente reputação, que leva à perda de clientes no futuro) comparativamente com as empresas mais pequenas, pelo que estarão dispostos a prestar serviços de auditoria de qualidade superior. Este argumento defende que quanto maior for a auditora, em termos de número de clientes, menor o incentivo para um comportamento oportunista e maior será a qualidade da auditoria percebida, reiterando a ideia de existência de auditorias de qualidade superior nas *big 4*.

No entanto, para Francis (2005) e Vera-Muñoz (2006) as *big 4* não conseguem uniformizar a qualidade das auditorias em todos os escritórios e existe uma parte da experiência e conhecimentos de auditoria que são específicos de cada delegação. Para Alchian & Demsetz (1972) quanto maior for o número de sócios maior o incentivo individual de fugir à responsabilidade, o que enfraquece a relação positiva entre as *big 4* e a qualidade dos serviços prestados.

Assim, considerando a generalidade da literatura analisada, a nossa décima segunda hipótese (H12) é:

H12. A qualidade da auditoria aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

2.13 Dimensão da firma de auditoria

A dimensão da firma de auditoria é identificada como critério importante para a seleção dos auditores num estudo de Stanny, Anderson & Nowak (2000).

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

Para Addams e Allred (2002) a dimensão da firma de auditoria é um fator relativamente importante, embora não esteja entre os principais critérios utilizados no processo de seleção dos auditores. Surge em décimo lugar, num conjunto de doze fatores analisados.

Este resultado é semelhante ao de um estudo mais antigo desenvolvido por Addams & Davis (1994) que conclui favoravelmente acerca da importância da dimensão da firma de auditoria para a escolha dos auditores, apesar de não ser um fator dominante. De acordo com este estudo, a dimensão da firma de auditoria ocupa o sétimo lugar num conjunto de doze fatores analisados,.

Arnett e Danos (1979) defendem que a dimensão da firma de auditoria, por si só, não deverá ser determinante para o sucesso. Além disso, concordam que para o mesmo nível de profissionalismo e qualificação não é justo fazer distinção entre as *big 8* e as restantes firmas de auditoria.

Com o objetivo de concluir acerca da importância da dimensão da firma de auditoria no processo de seleção dos auditores em Portugal e uma vez que as *big 4* têm uma dimensão superior à das restantes firmas de auditoria, a décima terceira hipótese (H13) é:

H13. A dimensão da empresa de auditoria aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

2.14 Recomendação

O fator recomendação surge também na literatura em alguns estudos relacionados com os critérios de seleção dos auditores, embora não seja considerado fator dominante nos estudos analisados.

Stanny, Anderson e Nowak (2000) realizaram um estudo nos Estados Unidos onde destacam a importância que a recomendação da firma de auditoria por um terceiro desempenha no processo de seleção dos auditores. Este fator aparece em sexto lugar num conjunto de vinte e quatro critérios estudados.

Anteriormente, Addams e Davis (1994) realizaram um estudo no mesmo país que a recomendação de determinada firma de auditoria por uma pessoa externa tem impacto na decisão do CEO.

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

Mais recentemente, Addams e Allred (2002) apresentam conclusões semelhantes no seu estudo, mostrando a importância relativa da recomendação de um amigo ou contacto noutra organização para a escolha dos auditores. Este fator aparece em oitavo lugar, entre doze fatores analisados.

Considerando a literatura analisada segue-se a décima quarta hipótese:

H14. A recomendação de determinada firma de auditoria influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

No final do estudo, pretende-se concluir acerca das hipóteses formuladas anteriormente.

3. Metodologia

Esta tese tem como objetivo estudar os fatores que influenciam a escolha das empresas de auditoria em Portugal.

A abordagem metodológica utilizada nesta tese é o positivismo. Esta teoria utiliza a observação empírica para tirar conclusões acerca da população mediante o estudo das hipóteses e recolha de dados aleatórios sobre o motivo de estudo (Watts & Zimmerman, 1986). Este posicionamento é o mais comum na literatura em contabilidade financeira, o que vai permitir conhecer o impacto da auditoria voluntária na gestão de resultados (Watts & Zimmerman, 1986).

A elaboração desta dissertação teve por base um processo de revisão de literatura, aplicação de questionários e a utilização de um modelo econométrico para análise das respostas.

Através da revisão de literatura foi possível conhecer alguns dos fatores que influenciam a escolha das firmas de auditoria, de acordo com a generalidade dos auditores e estudos já efetuados.

A aplicação de questionários permitiu medir as variáveis utilizadas no modelo econométrico, com o objetivo de aferir se os fatores estudados na literatura são significativos para a seleção das firmas de auditoria em Portugal e permitindo verificar se os mesmos conduzem à seleção de *big 4* ou não *big 4*.

3.1 Amostra

A nossa amostra é constituída por 347 empresas portuguesas de diferentes formas jurídicas, incluindo empresas auditadas por *big-4* (22%) e por não *big-4* (78%), escolhidas aleatoriamente num universo de 391,738 empresas, de acordo com a base de dados *Amadeus*. Foram inquiridas 26,920 empresas, tendo sido obtidas 347 respostas válidas num conjunto de 385 respostas recebidas.

Estas empresas compreendem 26 micro entidades (7%), 161 pequenas entidades (46%), 115 médias entidades (33%) e 45 grandes entidades (13%), refletindo por isso o tecido

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

empresarial português caracterizado pelas pequenas e médias empresas (PME's), conforme tabela 1.

Tabela 1
Amostra por tipo de entidade

Tipo de entidade	Nº observações	%
Microentidades	26	7%
Pequenas entidades	161	46%
Médias entidades	115	33%
Grandes entidades	45	13%
	347	100%

As empresas selecionadas para a amostra deste estudo operam em diversos setores de atividade económica, destacando-se as atividades de comércio grossista (24%), as atividades de manufatura (23%), o setor dos serviços (23%), as atividades financeiras, seguros e imobiliárias (9%), os transportes e serviços públicos (8%), a construção (6%), as atividades de comércio a retalho (4%), a administração pública (1%), o setor da agricultura, floresta e pescas (1%) e a indústria mineira (1%), conforme tabela 2.

Tabela 2
Amostra por setores de atividade

SIC Code	Descrição SIC Code	Nº Entidades	%
01-09	Agricultura, Floresta e Pesca	3	1%
10-14	Indústria Mineira	4	1%
15-17	Construção	21	6%
20-39	Atividades de Manufatura/Produção	80	23%
40-49	Transportes e Serviços Públicos	28	8%
50-51	Atividades de comércio grossista	83	24%
52-59	Atividades de comércio retalho	14	4%
60-67	Atividades Financeiras, Seguros e Imobiliárias	31	9%
70-89	Outros Serviços	80	23%
91-99	Administração Pública	3	1%
		347	100%

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

Dos 347 respondentes, 73 são técnicos de contabilidade, 170 são diretores financeiros e os restantes desempenham outra função na empresa selecionada, conforme tabela 3.

Tabela 3
Função dos respondentes

Função do colaborador na empresa	Nº observações	%
Técnico de contabilidade	73	21%
Diretor Financeiro	170	49%
Outra	104	30%
	347	100%

A lista das empresas que responderam aos questionários encontra-se em anexo (Anexo A).

3.2 Hipóteses de investigação

As hipóteses testadas neste estudo e descritas no capítulo anterior, são as seguintes:

H1. A reputação aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

H2. A competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

H3. A preferência da gestão influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

H4. A existência de ex-elementos da firma de auditoria na empresa auditada, influencia positivamente a seleção das firmas de auditoria em Portugal.

H5. A existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e sócios/colaboradores da firma de auditoria influencia positivamente a seleção das firmas de auditoria em Portugal.

H6. O preço influencia negativamente a seleção das *big 4* em Portugal.

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

H7. A variedade de serviços disponibilizados influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

H8. A disponibilização de serviços ao nível internacional, influencia positivamente a seleção das *big4* em Portugal.

H9. A proximidade geográfica aumenta a probabilidade de seleção das *big 4*, em relação às restantes empresas de auditoria em Portugal

H10. A orientação para o cliente diminui a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

H11. A especialização na indústria influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

H12. A qualidade da auditoria aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

H13. A dimensão da empresa de auditoria aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* em Portugal.

H14. A recomendação de determinada firma de auditoria influencia positivamente a seleção das *big 4* em Portugal.

3.3 Elaboração dos questionários e procedimentos adotados

Para a elaboração dos questionários e na formulação das hipóteses de investigação, foi efetuada revisão de literatura com o objetivo de identificar os fatores utilizados como critério no processo de seleção das firmas de auditoria, de acordo com estudos já efetuados.

As respostas aos questionários permitem a medir as variáveis independentes utilizadas no modelo econométrico adotado (regressão *logit*), cujos resultados pretendem validar as hipóteses formuladas no segundo capítulo da presente tese.

O recurso a questionários com o objetivo de avaliar o grau de importância atribuído aos fatores que influenciam a seleção dos auditores pelos seus clientes verifica-se em estudos semelhantes tais como os estudos de Addams & Davis (1994), Beattie e Fearnley (1995), Stanny, Anderson & Nowak (2000), Sands & Mc Phail (2003), Almer, Philbrick & Rupley (2014).

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

Para isso, foi utilizada uma escala do 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; 7- Concordo fortemente).

Os questionários foram construídos com recurso ao *Google Docs*, ferramenta utilizada por prestigiadas universidades e empresas a nível mundial e por permitir a divulgação e obtenção de respostas aos questionários através da internet. Além disso, esta ferramenta assegura de forma viável a obtenção e tratamento de um volume elevado de dados. Consideramos que a forma mais rápida, prática e segura para divulgação dos questionários e obtenção de respostas é através do envio por e-mail, dado o número elevado de empresas em Portugal e a sua dispersão geográfica.

Para isso, foi efetuado um levantamento de endereços eletrónicos de todas as empresas em Portugal, através da base de dados *Amadeus*, e os questionários foram enviados de forma aleatória para essas empresas e endereçados aos respetivos Departamentos Financeiros. Efetivamente, consideramos que são os elementos do Departamento Financeiro quem mais lida com os auditores e que, por isso, têm maior capacidade de influenciar a gestão na tomada da decisão da escolha da empresa de auditoria. A aplicação dos questionários e obtenção de respostas ocorreu durante o mês de junho de 2018.

3.4 Desenho de investigação

Através de uma regressão *logit* averiguo quais são os se fatores determinantes para a escolha dos auditores em Portugal e se estes contribuem ou não para a preferência pelas *big 4*. Este modelo é utilizado em estudos anteriores, tais como um estudo de Firth (1999) e é o que se apresenta abaixo:

$$\text{AUD}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{REP}_i + \beta_2 \text{COMP}_i + \beta_3 \text{PRE}_i + \beta_4 \text{ALU}_i + \beta_5 \text{REL}_i + \beta_6 \text{PRICE}_i + \beta_7 \text{INT}_i + \beta_8 \text{LOC}_i + \beta_9 \text{CLOR}_i + \beta_{10} \text{INDSP}_i + \beta_{11} \text{QUA}_i + \beta_{12} \text{DIM}_i + \beta_{13} \text{REC}_i + \beta_{14} \text{SIZE}_i + \beta_{15} \text{LEV}_i + \beta_{16} \text{ROA}_i + \beta_{17} \text{LOSS}_i + \epsilon_i \quad (1) ,$$

em que,

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

AUD_i - Variável dependente que corresponde ao tipo de auditoria selecionada. Trata-se de uma variável dicotômica assumindo o valor de 0 ou 1, em que 1 significa que o auditor escolhido é uma *big 4* e 0 representa a preferência por não *big 4*.

As variáveis REP, COMP, PRE, ALU, REL, PRICE, INT, LOC, CLOR, INDSP, QUA, DIM, e REC são as variáveis independentes, conforme descrito na tabela 4. Estas variáveis são medidas numa escala entre 1 = “discordo fortemente”; 4 = “não concordo nem discordo” e 7 = “concordo fortemente, conforme respostas obtidas a partir dos questionários. Apesar de se tratar de variáveis ordinais, estas serão tratadas como se fossem quantitativas, pressupondo que os inquiridos entenderam e trataram a escala como linear e dada a abrangência da mesma.

As variáveis seguintes são variáveis de controlo. Torna-se importante a inclusão das mesmas no modelo econométrico, na medida em que permitem controlar alguns efeitos associados a características dos clientes que podem conduzir a diferentes importâncias atribuídas ao mesmo critério no que respeita à seleção das firmas de auditoria.

A variável SIZE representa a dimensão dos clientes de auditoria, sendo definida como o logaritmo natural do total dos ativos. Utilizada como variável de controlo nos estudos de Palmrose (1986), Turpen (1990), DeFond (1992), Firth & Smith (1992), Behn, Carcello, Hermanson & Hermanson (1997), Abbott & Parker (2000), Choi, Kim, Kim & Zang (2010), entre outros. A dimensão dos clientes pode influenciar a importância que atribuem a determinado critério no que diz respeito à seleção dos auditores. Por exemplo, o fator preço torna-se importante nos clientes de menores dimensões, mas pode ser irrelevante comparativamente com outros fatores à medida que a dimensão dos clientes aumenta (Francis, 2004; Almer, Philbrick & Rupley, 2014). Para Abbott & Parker (2000), a variável SIZE está positivamente relacionada com a seleção de um especialista. Esperamos que quanto maior for a dimensão do cliente, maior será a probabilidade de o mesmo optar por uma *big 4*. Desta forma, esperamos uma relação positiva entre esta variável e a probabilidade de seleção de uma *big 4*.

A variável LEV (*Leverage*) é calculada através do quociente entre o total dos passivos e o total dos ativos e permite controlar o grau de endividamento da empresa e o risco de falência. A teoria da agência defende que os custos de monitorização e controlo são superiores nas empresas, onde a gestão detém menores participações no capital (Jensen & Meckling, 1976). Nestes casos, os interesses da gestão tendem a divergir dos interesses dos acionistas. Esta

teoria sugere que nas empresas que apresentam rácios superiores de endividamento, os custos de agência (associados ao controlo e monitorização do negócio) são superiores. De acordo com Healy & Lys (1986), os custos referentes à avaliação da qualidade da auditoria pelos investidores são inferiores no caso das *big 8*, comparativamente às firmas de auditoria de menor dimensão, uma vez que a potencial perda de reputação originada por uma falha na qualidade da auditoria é superior. Este argumento defende que a reputação das *big 8* é particularmente importante para os clientes que antecipem um aumento da dívida ou do capital próprio nos mercados financeiros, uma vez que a reputação das *big 8* reduz os potenciais custos de informação para os investidores avaliarem a qualidade da auditoria. Um estudo de Firth & Smith (1992) mostra que quanto maior for o rácio de endividamento de uma empresa, maior é a probabilidade de ser selecionada uma *big 8*. Os autores suportam este resultado defendendo que a existência de custos de agência superiores devido a menor percentagem da empresa detida pela gestão e maior rácio de endividamento gera a procura de auditorias de maior qualidade. Também Abbott & Parker (2000) defendem uma relação positiva entre rácio de endividamento e a seleção de um especialista na indústria. No entanto, Francis & Wilson (1988) encontram uma relação negativa entre o rácio de endividamento de uma empresa e a seleção de uma *big 8*. Seguindo as posições de Firth & Smith (1992) e Abbott & Parker (2000), esperamos que este rácio influencie positivamente a probabilidade de seleção de uma *big 4*.

O ROA (retorno dos ativos) é calculado pelo quociente entre o resultado líquido e o ativo, representando a rendibilidade operacional da organização e permitindo calcular diferenças de desempenho. Esta variável pode ser utilizada para medir o risco de um cliente Choi, Kim, Kim & Zang (2010). Abbott & Parker (2000) sugere a relação favorável entre a variável ROA e a escolha de um especialista na indústria. Assim, esperamos que quanto maior for este rácio também influencie positivamente a probabilidade de seleção de uma *big 4*.

A variável LOSS pretende controlar situações de mau desempenho. Trata-se de uma variável dicotómica, assumindo o valor 1 se o resultado líquido da empresa for negativo ou 0 em caso contrário. A variável LOSS surge como variável de controlo em Choi, Kim, Kim & Zang (2010) e utilizada para medir o risco de um cliente. A vantagem de ter como auditoria uma empresa pertencente às *big 4* pode estar relacionada com a maior perceção de qualidade e veracidade das demonstrações financeiras auditadas por parte dos *stakeholders* (Hong Teoh & Wong, 1993). Assim, assumindo que quanto maior for o risco de uma empresa

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

percecionado no mercado, maior será a necessidade da empresa em conferir credibilidade e fiabilidade às demonstrações financeiras, esperamos a existência de uma relação positiva entre a variável LOSS e a probabilidade de seleção de uma *big 4*.

Para medir as variáveis de controlo, utilizámos os dados referentes às empresas que responderam aos questionários, disponíveis na base de dados *Amadeus com referência* ao ano 2016.

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

Tabela 4
Variáveis do modelo

Painel A: Variável dependente

Nome Variável	Descrição da variável
AUD	Variável dependente que corresponde ao tipo de auditoria selecionada. Trata-se de uma variável <i>dummy</i> assumindo o valor de 0 ou 1, em que 1 significa que o auditor escolhido é uma <i>big 4</i> e 0 corresponde a não <i>big-4</i> .

Painel B: Variáveis independentes

Nome Variável	Descrição da variável	Fonte	Sinal esperado
REP	Reputação	a,b,c,d,e,f, g	+
COMP	Competência técnica	d, e, f, g, h, i, j, k, l	+
PRE	Preferência da gestão	g	+
ALU	Existência de elementos na empresa auditada, que já pertenceram à firma de auditoria.	j,m	+
REL	Existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e colaboradores/sócios da firma de auditoria.	i,j,n	+
PRICE	Preço	j,k,l,r	-
INT	Prestação de serviços ao nível internacional	i,j,g	+
LOC	Proximidade geográfica	f, g, l, j, k, l, o, p, q	+
CLOR	Orientação para o cliente	a, g, k, r	-
INDSP	Especialização na indústria	f, g, h, i, j, k, l, r	+
QUA	Qualidade das auditorias	f, k, q	+
DIM	Dimensão da firma de auditoria	i, j, l	+
REC	Recomendação	i,j,l	+

Painel C: Variáveis de controlo

Nome Variável	Descrição da variável	Fonte	Sinal esperado
SIZE	Total de ativos da empresa auditada	s, t	+
LEV	<i>Leverage ratio</i> : total passivo/total capital próprio	s, u	+
ROA	<i>Return on Assets</i> : Resultado Líquido/Total ativo	s, t	+
LOSS	Variável <i>dummy</i> , assumindo valor "1" no caso da empresa auditada apresentar resultado líquido negativo ou "0", no caso de resultado positivo.	t	+

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

Fonte, conforme literatura:

- a) Carcello, J. V., Hermanson, R. H., & McGrath, N. T. (1992). Audit Quality Attributes: The Perceptions of Audit Partners, Preparers, and Financial Statement Users. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11 (1), 1–15.
- b) Berlin, S. & Walsh, F. (1972). Corporations and Their Outside Auditors. Ottawa: The Conference Board.
- c) Management Analysis Center (1977). On Switching (Rotating) Audit Firms. *Directors Boards*.
- d) Deloitte, Haskins & Sells (1978). An opinion survey of the public accounting profession, study no. 0401s em Eichenseher, J. W. & Shields, D. (1983). The Correlates of CPA – Firm Change of Publicly-Held Corporations. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Spring, 23-37.
- e) Hermanson, R. H., Plunkett, L. M., & Turner, D. H. (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).
- f) 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.
- g) Almer, E. D., Philbrick, D. R., & Rupley, K. H. (2014). What drives auditor selection? *Current Issues in Auditing*, 8(1).
- h) Williams, D. D. (1988). The Potential Determinants of Auditor Change. *Journal of Business Finance & Accounting*, 15 (2), 243–261.
- i) Addams, H. L., Allred, A., & Colson, R. H. (2002). Why the Fastest-Growing Companies Hire and Fire Their Auditors. *CPA Journal*, 72 (5), 62.
- j) Addams, L. H., Davis, B., & Mano, R. M. (1994). Publicly and privately held companies report reasons for selecting and switching auditors. *The CPA Journal*, 66(4), 74–75.
- k) 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.
- l) 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.
- m) Fisher, L., & Quick, C. (2004). The Big Four old boys’ club. *Accountancy*, 133 (1327), 29.
- n) Reinstein, A., & Weirich, T. R. (1996). Testing for bias in the audit committee. *Managerial Auditing Journal*, 11 (2), 28–35.
- o) Mersha, T. & Adlakha, V. (1991). A Location Choice Approach for Professional Service Firms. *Journal of Professional Services Marketing*, 20(3), 59–67.
- p) Stokes, D. (1992). The market for audit services: Evidence for audit firm mergers. (AAA conference paper).
- q) Sands, J. S. & Huang, A. (2002). An empirical investigation into auditor switching: A two stage decision process, *Accounting Research Journal*, 15 (2), 167-185.
- r) Rummel, A., Davidson, S.M., and Acton, D. (1999). Getting New Clients and Keeping Old Clients, *The CPA Journal*, 69, 56-57.
- s) Abbott, L. J., & Parker, S. (2000). Auditor selection and audit committee characteristics. *Auditing*, 19(2), 46–66.
- t) Choi, J. H., Kim, C., Kim, J. B., & Zang, Y. (2010). Audit office size, audit quality, and audit pricing. *Auditing*, 29(1), 73–97.
- u) Firth, M., & Smith, A. (1992). Selection of auditor firms by companies in the new issue market. *Applied Economics*, 24 (2), 247–255

4. Resultados

4.1 Estatística descritiva

A estatística descritiva é apresentada na tabela 5. Na opinião dos inquiridos, a competência técnica (COMP), dimensão da firma de auditoria (DIM), a especialização na indústria (INDSP), a reputação (REP) e a disponibilização de serviços ao nível internacional (INT) são os fatores que mais influenciam a seleção dos auditores.

A preferência da gestão por determinada firma de auditoria (PRE), a qualidade dos serviços prestados (QUA), a proximidade geográfica (LOC), o fator recomendação (REC), a orientação para o cliente (CLOR), bem como o fator preço (PRICE), parecem ter um impacto reduzido no que respeita à escolha dos auditores e na opinião dos respondentes. Estes fatores obtiveram uma média superior a 4 e inferior a 5 pontos.

A generalidade dos inquiridos discorda que a existência de relações interpessoais (REL) e a presença de ex-elementos da firma de auditoria no potencial cliente (ALU) influenciem a escolha dos auditores. Estes dois critérios obtiveram uma média de 3.36 e 3.32, respetivamente.

Tabela 5
Estatística Descritiva: Variáveis utilizadas no modelo

Variáveis	Média	Mediana	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Nº Observações
Variáveis independentes:						
REP	5.450	5.000	1.122	1.000	7.000	347
COMP	5.988	6.000	0.988	1.000	7.000	347
PRE	4.899	5.000	1.145	1.000	7.000	347
ALU	3.320	4.000	1.578	1.000	7.000	347
REL	3.360	4.000	1.705	1.000	7.000	347
PRICE	4.378	4.000	1.349	1.000	7.000	347
INT	5.049	5.000	1.293	1.000	7.000	347
LOC	4.712	5.000	1.325	1.000	7.000	347
CLOR	4.473	4.000	1.337	1.000	7.000	347
INDSP	5.473	5.000	1.161	1.000	7.000	347
QUA	4.879	5.000	1.327	1.000	7.000	347
DIM	5.769	6.000	0.973	2.000	7.000	347
REC	4.490	4.000	1.113	1.000	7.000	347
Variáveis de controlo:						
SIZE	15.621	15.510	1.741	9.314	21.968	347
LEV	2.109	1.334	4.683	-26.805	33.087	347
ROA	-0.071	0.033	1.229	-20.126	0.946	347
LOSS	0.187	0.000	0.391	0.000	1.000	347

Escala compreendida entre 1 e 7, em que 1= "discordo fortemente" e 7 = "concordo fortemente".

4.2 Estatística Multivariada

A tabela 6 mostra as correlações de *Pearson* abaixo da diagonal e as correlações de *Spearman* acima da diagonal. Esta matriz de correlações pretende examinar se a multicolinearidade representa um potencial problema. Todas as correlações estão abaixo de 0.80 na tabela 6, denunciando que não existe correlação significativa entre as variáveis, após ter sido excluída a variável SER por evidenciar uma correlação positiva e significativa com a variável PRICE.

Tabela 6
Matriz de Correlações entre as variáveis utilizadas no modelo

	AUD	REP	COMP	PRE	ALU	REL	PRICE	INT	LOC	CLOR	INDSP	QUA	DIM	REC	SIZE	LEV	ROA	LOSS
AUD	1	0.231	0.02	0.084	0.059	-0.068	-0.098	-0.063	0.321	-0.225	-0.074	-0.03	0.048	0.364	0.315	0.075	-0.075	0.117
REP	0.231	1	0.377	0.269	0.043	-0.068	-0.006	0.035	0.181	0.058	0.187	0.178	0.32	0.339	0.176	0.027	-0.043	-0.048
COMP	0.021	0.377	1	0.04	-0.081	-0.13	0.064	0.24	0.099	0.054	0.471	0.33	0.574	0.034	0.171	-0.013	0.019	-0.062
PRE	0.084	0.269	0.04	1	0.205	0.219	0.017	0.124	0.093	0.054	0.073	0.072	0.07	0.214	0.003	0.171	0.01	0.055
ALU	0.059	0.043	-0.081	0.205	1	0.457	0.129	0.023	0.17	0.093	-0.024	0.036	-0.046	0.185	-0.1	0.054	-0.067	-0.004
REL	-0.068	-0.068	-0.13	0.219	0.457	1	0.216	0.073	-0.06	0.179	0.026	0.024	-0.143	0.047	-0.171	0.077	-0.035	0.007
PRICE	-0.098	-0.006	0.064	0.017	0.129	0.216	1	0.153	-0.101	0.106	0.216	0.211	0.08	-0.097	-0.049	-0.049	-0.093	0.019
SER	-0.098	-0.006	0.064	0.017	0.129	0.216	1	0.153	-0.101	0.106	0.216	0.211	0.08	-0.097	-0.049	-0.049	-0.093	0.019
INT	-0.063	0.035	0.24	0.124	0.023	0.073	0.153	1	0.27	0.221	0.366	0.202	0.207	-0.051	0.037	-0.049	0.111	-0.047
LOC	0.321	0.181	0.099	0.093	0.17	-0.06	-0.101	0.27	1	0.066	0.125	0.131	0.121	0.372	0.107	-0.076	-0.026	0.015
CLOR	-0.225	0.058	0.054	0.054	0.093	0.179	0.106	0.221	0.066	1	0.209	0.148	0.084	0.093	-0.12	-0.069	0.047	-0.043
INDSP	-0.074	0.187	0.471	0.073	-0.024	0.026	0.216	0.366	0.125	0.209	1	0.557	0.519	0.006	0.082	0.051	-0.024	-0.119
QUA	-0.03	0.178	0.33	0.072	0.036	0.024	0.211	0.202	0.131	0.148	0.557	1	0.39	0.079	0.122	0.033	0.028	-0.107
DIM	0.048	0.32	0.574	0.07	-0.046	-0.143	0.08	0.207	0.121	0.084	0.519	0.39	1	0.075	0.132	-0.001	-0.057	-0.084
REC	0.364	0.339	0.034	0.214	0.185	0.047	-0.097	-0.051	0.372	0.093	0.006	0.079	0.075	1	0.167	0.112	-0.019	0.001
SIZE	0.315	0.176	0.171	0.003	-0.1	-0.171	-0.049	0.037	0.107	-0.12	0.082	0.122	0.132	0.167	1	0.087	0.171	-0.071
LEV	0.075	0.027	-0.013	0.171	0.054	0.077	-0.049	-0.049	-0.076	-0.069	0.051	0.033	-0.001	0.112	0.087	1	0.066	-0.158
ROA	-0.075	-0.043	0.019	0.01	-0.067	-0.035	-0.093	0.111	-0.026	0.047	-0.024	0.028	-0.057	-0.019	0.171	0.066	1	-0.244
LOSS	0.117	-0.048	-0.062	0.055	-0.004	0.007	0.019	-0.047	0.015	-0.043	-0.119	-0.107	-0.084	0.001	-0.071	-0.158	-0.244	1

Os coeficientes de correlação de *Pearson* encontram-se abaixo da diagonal e os coeficientes de correlação de *Spearman* estão apresentados acima da diagonal.

O resultado do modelo evidencia um R^2 de valor reduzido (0.393), mostrando que a probabilidade de escolher *big 4* em vez de outras firmas de auditoria é explicada em 39.3 por cento pelo modelo utilizado. Efetivamente, este estudo pretende apenas mostrar quais os fatores significativos que são considerados pelas empresas no processo de seleção dos seus auditores em Portugal e ainda aferir se os mesmos conduzem à seleção de *big 4* ou não.

Os coeficientes da regressão são apresentados na tabela 7. Verifico que, entre as variáveis independentes, apenas a proximidade geográfica (LOC), a recomendação (REC), a competência técnica (COMP) e a orientação para o cliente (CLOR) apresentam coeficientes estatisticamente significativos, evidenciando o impacto destes fatores na seleção das *big 4*. No caso das variáveis de controlo, apenas a dimensão do cliente (SIZE) e os seus resultados (LOSS) mostram ter impacto significativo no processo de escolha das firmas de auditoria. As variáveis indicadas apresentam um *p value* inferior a 0.1.

A proximidade geográfica da firma de auditoria e o fator recomendação aumentam a probabilidade de seleção das *big 4*, face às restantes firmas de auditoria, permitindo, assim, validar as hipóteses H9 e H14 deste estudo. Pelo contrário, a orientação para o cliente e a competência técnica diminuem a probabilidade de seleção das *big 4*, em relação às restantes firmas de auditoria, permitindo-nos validar a hipótese H10 deste estudo. De facto, apesar da competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria se revelar um fator significativo a considerar para a escolha dos auditores, o mesmo influencia negativamente a escolha das *big 4*, pelo que a hipótese H2 é rejeitada.

Este resultado pode ser explicado pela inexistência de uniformização da qualidade das auditorias entre as várias delegações (Francis, 2005; Vera-Muñoz, 2006), sugerindo que a competência técnica dos colaboradores das *big 4* não é igual em todos os escritórios. Desta forma, consideramos que em alguns casos os clientes optem por firmas de auditoria de menores dimensões onde já tenham obtido de alguma forma conhecimento acerca da competência técnica dos respetivos colaboradores. Por outro lado, os clientes também podem percecionar existência de maior competência técnica por parte dos colaboradores das firmas de auditoria de menores dimensões, relativamente às *big 4*, justificando o resultado deste estudo.

No que diz respeito às variáveis de controlo, a dimensão do cliente (SIZE) e um mau desempenho (LOSS) aumentam a probabilidade de seleção das *big 4*. O facto da dimensão

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

dos clientes influenciar positivamente a seleção das *big 4*, reflete-se na amostra utilizada neste estudo. Considerando as micro, pequenas e médias empresas que constituem a amostra, cerca de 83% são auditadas por não *big 4*, enquanto que 60% das grandes entidades são auditadas por *big 4*.

Contudo, os coeficientes associados às variáveis de controlo ROA e LEV não são estatisticamente significativos. Estas variáveis apresentam um *p value* superior a 0.1, revelando que o retorno dos ativos e o grau de endividamento do cliente não são fatores significativos para influenciar a probabilidade de seleção das *big 4* face às restantes firmas de auditoria em Portugal.

Os resultados da regressão não permitem concluir acerca das hipóteses H1, H3, H4, H5, H6, H7, H8, H11, H12 e H13, uma vez que as variáveis que lhes estão associadas apresentam coeficientes estatísticos não significativos, com um *p value superior a 0.1*.

Assim, nada pude concluir quanto ao papel dos fatores reputação, preferência da gestão, existência de ex-elementos da firma de auditoria na empresa auditada, existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e sócios/colaboradores da firma de auditoria, preço, disponibilização de serviços ao nível internacional, especialização na indústria, qualidade das auditorias realizadas e dimensão da firma de auditoria, no processo de seleção das *big 4*.

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

Tabela 7
Resultados da Regressão

Variáveis	Sinal esperado	Coefficiente	Desvio Padrão	Z-Statistic	p value
Variáveis independentes:					
REP	+	0.318	0.222	1.435	0.151
COMP	+	-0.439 *	0.240	-1.827	0.068
PRE	+	-0.117	0.166	-0.701	0.483
ALU	+	0.126	0.125	1.006	0.314
REL	+	0.007	0.122	0.060	0.952
PRICE	-	0.115	0.139	0.830	0.407
INT	+	-0.206	0.151	-1.366	0.172
LOC	+	0.887 ***	0.190	4.676	0.000
CLOR	+	-0.671 ***	0.157	-4.272	0.000
INDSP	+	-0.110	0.208	-0.532	0.595
QUA	+	-0.219	0.173	-1.264	0.206
DIM	+	0.199	0.249	0.800	0.423
REC	+	0.842 ***	0.206	4.088	0.000
Variáveis de controlo:					
SIZE	+	0.472 ***	0.110	4.284	0.000
LEV	+	0.069	0.043	1.604	0.109
ROA	+	-0.076	0.106	-0.719	0.472
LOSS	+	0.840**	0.427	1.966	0.049
Intercepção		-12.742	2.384	-5.345	
McFadden Rsquared				0.393	
Nº Observações				347	

* nível de significância 0.1

**nível de significância 0.05

*** nível de significância 0.00

5. Conclusão

Esta tese tem como objetivo verificar quais são os fatores determinantes para a seleção dos auditores no caso português e ainda concluir de que forma os mesmos influenciam a probabilidade de seleção das *big 4* face às restantes firmas de auditoria.

Após revisão de literatura efetuada, verificamos que a importância da competência técnica como critério utilizado no processo de seleção das firmas de auditoria é defendida em alguns estudos, como por exemplo Addams & Davis (1994), Beattie & Fearnley (1995), Addams & Allred (2002) e Almer Philbrick & Rupley (2014).

No entanto, Eichenseher e Shields (1983), não consideram que a competência técnica seja a base para a distinção entre auditores selecionados e auditores não reeleitos, embora reconheçam a importância deste atributo no processo de avaliação da firma de auditoria. Este argumento baseia-se na premissa de que as empresas não estão dispostas a contratar firmas de auditoria que não sejam tecnicamente competentes.

Sands e Mc Phail (2003) salientam que a competência técnica e a orientação para o cliente são os principais critérios utilizados no processo de seleção dos auditores.

Stanny, Anderson e Nowak (2000) mostram, no seu estudo, que a competência técnica, o fator recomendação, e a localização da firma de auditoria, estão entre os principais critérios utilizados no processo inicial de seleção dos auditores, num estudo realizado nos Estados Unidos.

De forma semelhante, concluímos neste estudo que a proximidade geográfica da firma de auditoria (LOC), o fator recomendação (REC), a orientação para o cliente (CLOR), e a competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria (COMP), constituem fatores influenciadores no processo de seleção das firmas de auditoria em Portugal.

De acordo com os resultados obtidos, a proximidade geográfica da firma de auditoria e o fator recomendação aumentam a probabilidade de seleção das *big 4*, face às restantes firmas de auditoria. Pelo contrário, a orientação para o cliente e a competência técnica diminuem a probabilidade de seleção das *big 4*, em relação às restantes firmas de auditoria.

A proximidade geográfica aumenta a probabilidade de seleção das *big 4* face às restantes firmas de auditoria em Portugal, na medida em que possuem um elevado número de

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

escritórios a nível mundial permitindo uniformizar os auditores dos grandes grupos internacionais, permitem a fácil deslocação dos colaboradores aos vários clientes espalhados pelo país e têm escritórios em Lisboa e no Porto, onde se localiza grande parte das sedes das empresas portuguesas e internacionais em Portugal.

A vasta rede de contactos estabelecida pelas *big 4*, favorecida pela sua dimensão e pela sua presença a nível mundial, bem como a sua reputação contribuem para que sejam recomendadas no mercado, apresentando vantagem face às restantes firmas de auditoria de menores dimensões. Este facto pode explicar a relação positiva entre o fator recomendação e a seleção das *big 4*, conforme mostrado pelos resultados deste estudo.

O facto de a orientação para o cliente diminuir a probabilidade de seleção das *big 4*, pode ser explicado pelo número inferior de clientes nas firmas de auditoria de menores dimensões, permitindo que os colaboradores e sócios dessas firmas estabelecem relações de maior proximidade com os seus clientes e tenham mais disponibilidade para se focarem nos problemas e necessidades individuais de cada um deles.

Contrariamente ao esperado, a competência técnica dos colaboradores das firmas de auditoria diminui a probabilidade de seleção das *big 4*. Este resultado pode ser explicado pelo facto de os inquiridos considerarem que as firmas de auditoria de menores dimensões têm recursos mais competentes, talvez por serem elementos mais seniores e experientes comparativamente com a generalidade dos colaboradores das *big 4* em Portugal.

Como principais limitações deste estudo a reduzida taxa de resposta (1%), o facto da amostra representar apenas 0.1% das empresas em Portugal, bem como a existência de eventuais respostas que não tenham sido sinceras por parte dos inquiridos.

Além disso, as respostas das empresas foram analisadas em conjunto, independentemente do setor de atividade em que se inserem, apesar do grau de importância atribuído a cada um dos fatores poder variar conforme o tipo de negócio do cliente.

Sugerimos como hipótese de estudo futuro, a comparação da qualidade das auditorias desenvolvidas pelas *big 4* e a qualidade das auditorias realizadas pelos restantes auditores, com aplicação ao caso Português. Poderá ainda ser estudada a relação entre competência técnica e orientação para o cliente e o tipo de auditor (*big 4* ou não *big 4*).

Bibliografia

- Abbott, L. J., & Parker, S. (2000). Auditor selection and audit committee characteristics. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 19(2), 46–66.
- Addams, H. L., Allred, A., & Colson, R. H. (2002). Why the Fastest-Growing Companies Hire and Fire Their Auditors. *CPA Journal*, 72(5), 62.
- Addams, L. H., Davis, B., & Mano, R. M. (1994). Publicly and privately held companies report reasons for selecting and switching auditors. *CPA Journal*, 66(4), 74–75.
- Alchian, A. a., & Demsetz, H. (1972). Production, information costs, and economic organization. *American Economic Review*, 62(5), 777–795.
- Almer, E. D., Philbrick, D. R., & Rupley, K. H. (2014). What drives auditor selection? *Current Issues in Auditing*, 8(1).
- Arnett, H., & P. Danos (1979). CPA firm viability. University of Michigan, Ann Arbor, MI.
- Bar-Yosef, S., & Livnat, J. (1984). Auditor Selection: An Incentive-Signalling Approach. *Accounting and Business Research*, 14(56), 301–309.
- Beasley, M. S., & Petroni, K. R. (2001). Board independence and audit-firm type. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 20(1), 97–114.
- 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.
- Behn, B. K., Carcello, J. V., Hermanson, D. R., & Hermanson, R. H. (1997). The determinants of audit client satisfaction among clients of big 6 firms. *Accounting Horizons*, 11(1), 7–24.
- Berlin, S. & Walsh, F. (1972). Corporations and Their Outside Auditors. Ottawa: The Conference Board.
- Cahan, S. F., & Sun, J. (2015). The Effect of Audit Experience on Audit Fees and Audit Quality. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 30(1), 78–100.
- Carcello, J. V., Hermanson, R. H., & McGrath, N. T. (1992). Audit Quality Attributes: The Perceptions of Audit Partners, Preparers, and Financial Statement Users. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11(1), 1–15.
- Chaney, P. K., Jeter, D. C., & Shivakumar, L. (2004). Self-Selection of Auditors and Audit Pricing in Private Firms. *The Accounting Review*, 79(1), 51–72.
- Chen, K. Y., & Zhou, J. (2007). Audit committee, board characteristics, and auditor switch decisions by andersen’s clients. *Contemporary Accounting Research*, 24(4).

- Choi, J. H., Kim, C., Kim, J. B., & Zang, Y. (2010). Audit office size, audit quality, and audit pricing. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 29(1), 73–97.
- Coate, C. J., & Loeb, M. P. (1997). Audit pricing, auditor changes, and the winner's curse. *British Accounting Review*, 29(4), 315–334
- Craswell, A. T., Francis, J. R., & Taylor, S. L. (1995). Auditor brand name reputations and industry specializations. *Journal of Accounting and Economics*, 20(3), 297–322.
- Cravens, K. S., Flagg, J. C., & Glover, H. D. (1994). A Comparison of Client Characteristics by Auditor Attributes: Implications for the Auditor Selection Process. *Managerial Auditing Journal*, 9(3), 24–36.
- Cravens, K. S., Flagg, J. C., Glover, H. D., Cravens, K. S., & Flagg, J. C. (2012). A Comparison of Client Characteristics by Auditor Attributes : Implications for the Auditor Selection Process. *Managerial Auditing Journal*, 9(3), 27–36.
- Culvenor, J. & Godfrey, J. M. (1998). The derived demand for specialist auditor services. Auditing Symposium – University of Technology Sydney.
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183–199.
- DeFond, M. L. (1992). The Association Between Changes in Client Firm Agency Costs and Auditor Switching. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11(1), 16–31.
- Deloitte, Haskins & Sells (1978). An opinion survey of the public accounting profession, study no. 0401s em Eichenseher, J. W. & Shields, D. (1983). The Correlates of CPA – Firm Change of Publicly-Held Corporations. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Spring, 23-37.
- Dopuch, N. & Simunic, D. (1982). Competition in auditing: An assessment. *Fourth Symposium on Auditing Research*.
- Dunn, K. A., & Mayhew, B. W. (2004). Audit firm industry specialization and client disclosure quality. *Review of Accounting Studies*, 9(1), 35–58.
- Eichenseher, J. W. & Shields, D. (1983). The Correlates of CPA – Firm Change of Publicly-Held Corporations. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Spring, 23-37.
- Eichenseher, J. W. (1985). The Effects of Foreign Operations on Domestic Auditor Selection. *Journal of Accounting, Auditing and Finance* 8(3), 195–209.
- Eichenseher, J. W., & Danos, P. (1981). The Analysis of Industry-Specific Auditor Concentration: Towards an Explanatory Model. *Accounting Review*, 56(3), 479–492.
- Eichenseher, J.W. (1985). The effects of Foreign Operations on Domestic Auditor Selection. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 8(3), 195-209.
- Ferguson, A., Francis, J. R., & Stokes, D. J. (2003). The effects of firm-wide and office-level industry expertise on audit pricing. *Accounting Review*, 78(2), 429–448.

- Feroz, E., Park, K., Pastena, V. (1991). The financial and market effects of the SEC's accounting and auditing enforcement releases. *Journal of Accounting Research (Supplement)*, 107–142.
- Firth, M. (1999). Company takeovers and the auditor choice decision. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 8(2), 197–214.
- Firth, M., & Smith, A. (1992). Selection of auditor firms by companies in the new issue market. *Applied Economics*, 24(2), 247–255
- Fisher, L., & Quick, C. (2004). The Big Four old boys' club. *Accountancy*, 133(1327), 29.
- Francis, J. R. (2004). What do we know about audit quality? *British Accounting Review*.
- Francis, J. R., & Krishnan, J. (1999). Accounting Accruals and Auditor Reporting Conservatism. *Contemporary Accounting Research*, 16(1), 135–165.
- Francis, J. R., & Wilson, E. R. (1988). Auditor Changes: A Joint Test of Theory Relating to Agency Costs and Auditor Differentiation. *Accounting Review*, 63(4), 663–680.
- Francis, J. R., & Yu, M. D. (2009). Big Four Office Size and Audit Quality. *Accounting Review*, 84(5), 1521–1552.
- Francis, J. R., Reichelt, K., & Wang, D. (2005). The pricing of national and city-specific reputations for industry expertise in the U.S. audit market. *Accounting Review*.
- George, W.R. & Solomon, P. J. (1980). Marketing Strategies for improving Practice Development. *Journal of Accountancy*, Fevereiro, 79-84.
- Healy, P., & Lys, T. (1986). Auditor changes following big eight mergers with non-big eight audit firms. *Journal of Accounting and Public Policy*, 5(4), 251–265.
- Hermanson, R. H., Plunkett, L. M., & Turner, D. H. (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).
- Herrbach, O. (2001). Audit Quality, Auditor Behaviour and the Psychological Contract. *European Accounting Review*, 10(4), 787–802.
- Hogan, C. E., & Jeter, D. C. (1997). Industry specialization by auditors. Working Paper. Vanderbilt University.
- Hong Teoh, S., & Wong, T. J. (1993). Perceived Auditor Quality and the Earnings Response Coefficient. *Accounting Review*, 68(2), 346–366.
- Houghton, K. A., & Jubb, C. A. (2003). Auditor selection: What influences decisions by listed companies? *Australian Accounting Review*, 13(31), 67–72.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.

- Jensen, R. E (1982). The Competition in Auditing: An assessment – a discussion *Fourth Symposium on Auditing Research*, 452-466.
- Leddy, T. (1982). The Competition in Auditing: An assessment – a discussion *Fourth Symposium on Auditing Research*, 467-482.
- Lennox, C. (1999). Are large auditors more accurate than small auditors? *Accounting and Business Research*, 29(3), 217–227.
- Lennox, C. (2000). Do Companies Successfully Engage in Opinion-shopping? Evidence from the UK. *Journal of Accounting and Economics*, 29, 321–337.
- Level Auditor Reporting Decisions. *Journal of Accounting and Economics*, 30(3), 375–400.
- Li, X. (Daniel), Sun, L., & Ettredge, M. (2017). Auditor selection following auditor turnover: Do peers' choices matter? *Accounting, Organizations and Society*, 57, 73–87.
- Management Analysis Center (1977). On Switching (Rotating) Audit Firms. *Directors Boards*.
- Mersha, T. & Adlakha, V. (1991). A Location Choice Approach for Professional Service Firms. *Journal of Professional Services Marketing*, 20(3), 59–67.
- Palmrose, Z.-V. (1988). An Analysis of Auditor Litigation and Audit Service Quality. *Accounting Review*, 63(1), 55–73.
- 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.
- Reinstein, A., & Weirich, T. R. (1996). Testing for bias in the audit committee. *Managerial Auditing Journal*, 11(2), 28–35.
- Reynolds, J. K., & Francis, J. R. (2000). Does size matter? The influence of large clients on office-level auditor reporting decisions. *Journal of Accounting and Economics*, 30(3), 375–400.
- Rummel, A., Davidson, S.M., and Acton, D. (1999). Getting New Clients and Keeping Old Clients, *CPA Journal*, 69, 56-57.
- Sands, J. S. & Huang, A. (2002). An empirical investigation into auditor switching: A two stage decision process, *Accounting Research Journal*, 15 (2), 167-185.
- 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.
- Seol, I., & Sarkis, J. (2005). A multi-attribute model for internal auditor selection. *Managerial Auditing Journal*, 20(8), 876–892.
- Shockley, R. A., & Holt, R. N. (1983). A Behavioral Investigation of Supplier Differentiation in the Market for Audit Services. *Journal of Accounting Research*, 21(2), 545–564.

- Simunic, D. A. (1980). The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence. *Journal of Accounting Research*, 18(1), 161.
- Simunic, D.A., & Stein, M. (1987). Production differentiation in auditing: A study of auditor choice in the market for unseasoned new issues. Vancouver, *BC: Canadian Certified General Accountants' Research Foundation*.
- Solomon, I., Shields, M. D., & Whittington, O. R. (1999). What Do Industry-Specialist Auditors Know? *Journal of Accounting Research*, 37(1), 191.
- Stokes, D. (1992). The market for audit services: Evidence for audit firm mergers. (AAA conference paper).
- Stanny, E., Anderson, S., & Nowak, L. (2000). Contributing Factors in the Selection and Retention of Local Accounting Firms. *National Public Accountant* 45(4), 19–21.
- Tepalagul, N., & Lin, L. (2015). Auditor Independence and Audit Quality: A Literature Review. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 30(1), 101–121.
- Titman, S., & Trueman, B. (1986). Information quality and the valuation of new issues. *Journal of Accounting and Economics*, 8(2), 159–172.
- Turpen, R. A. (1990). Differential pricing on auditors' initial engagements: Further evidence. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 9(2), 60–76.
- Vera-Muñoz, S. C., Ho, J. L., & Chow, C. W. (2006). Enhancing knowledge sharing in public accounting firms. *Accounting Horizons*, 20(2), 133–155.
- Watts, R.L. & Zimmerman, J.L. (1986). Positive Accounting Theory. *Prentice-Hall Inc.*
- Williams, D. D. (1988). The Potential Determinants of Auditor Change. *Journal of Business Finance & Accounting*, 15(2), 243–261.
- Wood, T. & D. Ball (1978). New Rule 502 and Effective Advertising by CPAs. *Journal of Accountancy*, 65-70.
- Yang, Y. J., Kang, J., Lin, R. C., & Ronen, J. (2016). Auditor selection within a business group: evidence from Taiwan. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 46(2), 195–215.

Anexos

Anexo A

Listagem das empresas da amostra (1/7)

- 1 T.W. - TRUCK AND WHEEL PORTUGAL, LDA
- 2 CARCLASSE - COMÉRCIO DE AUTOMÓVEIS, S.A.
- 3 TRANSINSULAR (AÇORES) - TRANSPORTES MARÍTIMOS INSULARES, S.A.
- 4 BEIRAVILA, UNIPessoal, LDA
- 5 MERCK, S.A.
- 6 PESCANOVA PORTUGAL, LDA
- 7 HARD ROCK CAFÉ (PORTUGAL), S.A.
- 8 HYDRAPLAN - MANUTENÇÃO E COMÉRCIO DE VEÍCULOS, S.A.

- 9 SOUDAL - PRODUTOS QUÍMICOS, LDA
- 10 CACIAL - COOPERATIVA AGRÍCOLA DE CITRICULTORES DO ALGARVE, C.R.L.
- 11 ADI CENTER PORTUGAL, UNIPessoal, LDA
- 12 TOPCER - INDÚSTRIA DE CERÂMICA, S.A.

- 13 GONDEMEDON - FABRICA DE MALHAS E CONFECÇÕES, LDA

- 14 IDW - CONSULTORIA EM SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO, LDA
- 15 ESPORGEL - PRODUTOS ALIMENTARES, LDA
- 16 F.FONSECA, S.A.
- 17 GAT - COMERCIALIZAÇÃO DE SISTEMAS DE PROTECÇÃO ELECTRÓNICA, LDA
- 18 TER AS PORTUGAL, UNIPessoal, LDA
- 19 JACQUOT PORTUGAL - IMPORTAÇÃO-EXPORTAÇÃO, COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES E AFINS, LDA
- 20 SOLINTELLYSYS, LDA
- 21 ÉVORALIMENTAR - COMÉRCIO GROSSISTA DE PRODUTOS ALIMENTARES, S.A.
- 22 DUNAS DOURADAS BEACH CLUB - ALDEAMENTO TURÍSTICO, S.A.
- 23 CAETANO RETAIL, SGPS, S.A.
- 24 CELULOSE BEIRA INDUSTRIAL (CELBI), S.A.
- 25 MGI CAPITAL, SGPS, S.A.
- 26 SUTOL - INDUSTRIAS ALIMENTARES, LDA
- 27 TRANSPORTES RAMA, LDA
- 28 NUTRITIR - DISTRIBUIÇÃO ALIMENTAR, LDA
- 29 SOTAGUS - TERMINAL DE CONTENTORES DE SANTA APOLÓNIA, S.A.
- 30 SARRELIBER - TRANSFORMAÇÃO DE PLÁSTICOS E METAIS, S.A.
- 31 OLYMPUS IBERIA, S.A.U. - SUCURSAL EM PORTUGAL
- 32 TOMIX - INDÚSTRIAS DE EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS E INDUSTRIAIS, LDA
- 33 LANKHORST EURONETE PORTUGAL, S.A.
- 34 CLOSER - CONSULTORIA, LDA
- 35 HENRIQUE VIEIRA & FILHOS, S.A.
- 36 ACUINOVA - ACTIVIDADES PISCÍCOLAS, S.A.
- 37 LOURITEX - SOCIEDADE AGRO-CONSTRUTORA DE ALFAIAS AGRÍCOLAS DO CARVALHEIRO, LDA
- 38 MARAVILHA FARMS - PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE FRUTOS, UNIPessoal, LDA
- 39 IMPRENSA NACIONAL - CASA DA MOEDA, S.A.
- 40 SEW - EURODRIVE PORTUGAL, LDA
- 41 MTS-METRO - TRANSPORTES DO SUL, S.A.
- 42 MORGADO & COMPANHIA, S.A.
- 43 GUI - COMBUSTÍVEIS GUILHERMINOS, LDA
- 44 BRESIMAR AUTOMAÇÃO, S.A.
- 45 MANUTAN, UNIPessoal, LDA
- 46 ENERCONPOR - ENERGIAS RENOVÁVEIS DE PORTUGAL, SOCIEDADE UNIPessoal, LDA
- 47 MAZDA MOTOR DE PORTUGAL, LDA
- 48 PEUGEOT PORTUGAL - AUTOMÓVEIS, S.A.
- 49 FRUTOESTE - COOPERATIVA AGRÍCOLA DE HORTOFRUTICULTORES DO OESTE, C.R.L.
- 50 PORTOPAL - MADEIRAS E DERIVADOS, S.A.
- 51 AMBIGROUP RECICLAGEM, S.A.
- 52 NOVARROZ - PRODUTOS ALIMENTARES, S.A.

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

Listagem das empresas da amostra (2/7)

- 53 AUTO RIBEIRO, LDA
- 54 DIAMANTINO JORGE & FILHO, S.A.
- 55 FOLLOW COORDINATE HOTELS PORTUGAL, UNIPESSOAL, LDA
- 56 FERSIL - CONSTRUÇÃO CIVIL E COMPRA E VENDA DE PROPRIEDADES, LDA
- 57 CONSTRUTORA RODRIGUES & MONTEIRO, LDA
- 58 KLAVENESS FOOTWEAR, S.A.
- 59 ANSELL PORTUGAL - INDUSTRIAL GLOVES, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA
- 60 O PARQUE - ENSINO DE CRIANÇAS, S.A.
- 61 VIVEIROS MONTEROSA, LDA
- 62 REGRA - SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, S.A.
- 63 SINCRONIA DO TEMPO - RELOJOARIA E CONSULTADORIA, S.A.
- 64 GRUPO 8 - VIGILÂNCIA E PREVENÇÃO ELECTRÓNICA, S.A.
- 65 ESTALEIROS NAVAIS DE PENICHE, S.A.
- 66 B.T.L. - INDÚSTRIAS METALÚRGICAS, S.A.
- 67 ALFREDO NUNES CORREIA, UNIPESSOAL, LDA
- 68 INDASA - INDÚSTRIA DE ABRASIVOS, S.A.
- 69 SANDOMETAL - METALOMECÂNICA E AR CONDICIONADO, S.A.
- 70 SGS PORTUGAL - SOCIEDADE GERAL DE SUPERINTENDÊNCIA, S.A.
- 71 RIALTO - INDÚSTRIA ALIMENTAR, LDA
- 72 CESO CI INTERNACIONAL, S.A.
- 73 MILESTONE CONSULTING, S.A.
- 74 CENTROTORNEIRAS, LDA
- 75 AGIESTORIL - COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES, LDA
- 76 FUELGEST 24 - EXPLORAÇÃO DE POSTOS DE ABASTECIMENTO E LOJAS DE CONVENIÊNCIA - SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA
- 77 GRUPOJUSTO, SGPS, S.A.
- 78 SCIENCE4YOU, S.A.
- 79 ENMC ; ENTIDADE NACIONAL PARA O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS, E.P.E.
- 80 MECÂNICA EXACTA, S.A.
- 81 SINDICATO DOS BANCÁRIOS DO SUL E ILHAS
- 82 PLASFIL - PLÁSTICOS DA FIGUEIRA, S.A.
- 83 ADEGA COOPERATIVA DE BORBA, C.R.L.
- 84 AMORIM NEGÓCIOS INTERNACIONAIS, S.A.
- 85 EIGAL - INDÚSTRIA GRÁFICA, S.A.
- 86 FLORÊNCIO AUGUSTO CHAGAS, S.A.
- 87 FERNANDO L. GASPAR, SGPS, S.A.
- 88 GUYLIAN IBÉRIA, LDA
- 89 FUTURO - SOCIEDADE GESTORA DE FUNDOS DE PENSÕES, S.A.
- 90 VEOLIA PORTUGAL, S.A.
- 91 HANSA-FLEX PORTUGAL, UNIPESSOAL, LDA
- 92 FCB LISBOA, LDA
- 93 MOVICONTROL, S.A.
- 94 ENOIDUA, UNIPESSOAL, LDA
- 95 CASCAIS PRÓXIMA - GESTÃO DE MOBILIDADE, ESPAÇOS URBANOS E ENERGIAS, E.M., S.A.
- 96 EUROPASTRY PORTUGAL, S.A.
- 97 BENAGRO - COOPERATIVA AGRÍCOLA DE BENAVENTE, C.R.L.
- 98 PEGOP - ENERGIA ELÉCTRICA, S.A.
- 99 ALFAGENE - NOVAS TECNOLOGIAS DAS CIÊNCIAS DA VIDA, LDA
- 100 FUNDIVEN - FUNDIÇÃO VENEZUELA, S.A.
- 101 OZ ENERGIA GÁS, S.A.
- 102 QUIMIDROGA PORTUGAL - PRODUTOS QUÍMICOS, UNIPESSOAL, LDA

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

Listagem das empresas da amostra (3/7)

- 103 ÁGUAS DE GAIA, EM, S.A.
- 104 BRUNO-TIR - TRANSPORTES, LDA
- 105 MCCANN-ERICKSON PORTUGAL - PUBLICIDADE, LDA
- 106 JOÃO & FELICIANO, S.A.
- 107 ADUBOS DEIBA - COMERCIALIZAÇÃO DE ADUBOS, LDA
- 108 GREENMED, LDA
- 109 PLEXICRIL - IMPORTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ACRÍLICOS E POLICARBONATOS, UNIPESSOAL, LDA
- 110 I.L.C.- INSTRUMENTOS DE LABORATÓRIO E CIENTÍFICOS, LDA
- 111 PEV ENTERTAINMENT, LDA
- 112 PROCALÇADO - PRODUTORA DE COMPONENTES PARA CALÇADO, S.A.
- 113 BARRAQUEIRO, SGPS, S.A.
- 114 CMPL - PORTO LAZER - EMPRESA DE DESPORTO E LAZER DO MUNICÍPIO DO PORTO, E.M.
- 115 AMORIM & IRMÃOS, S.A.
- 116 ECOIBERIA - RECICLADOS IBÉRICOS, S.A.
- 117 HOSPITAL DO ESPÍRITO SANTO DE ÉVORA, E.P.E.
- 118 THE FLADGATE PARTNERSHIP - VINHOS, S.A.
- 119 PROMANEC - ENGINEERING & CONSTRUCTION, LDA
- 120 WALLPARK - INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS, LDA
- 121 CONSTRUÇÕES DIVIREIS, LDA
- 122 MRG - CONSTRUCTION, S.A.
- 123 MVM - EMBALAGENS, LDA
- 124 FRESH FACTOR - COMERCIALIZAÇÃO DE HORTOFRUTÍCOLAS, LDA
- 125 MONTEIRO & IRMÃO, S.A.
- 126 SONY MUSIC ENTERTAINMENT PORTUGAL, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA
- 127 MADEIRA AUTO CAR, LDA
- 128 CATARI INDÚSTRIA, S.A.
- 129 ADA - ÁGUAS DE ALENQUER, S.A.
- 130 CARLOS SOUSA - INDÚSTRIA, LDA
- 131 WORLD BAGS - COMÉRCIO DE MARROQUINARIA, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA
- 132 TRANSTEJO - TRANSPORTES TEJO, S.A.
- 133 GO HEALTHCARE, LDA
- 134 BLUEPHARMA - INDÚSTRIA FARMACÊUTICA, S.A.
- 135 AMATOSCAR - COMÉRCIO AUTOMÓVEL, S.A.
- 136 PABI, S.A.
- 137 AZINOR INTERCONTINENTAL, LDA (ZONA FRANCA DA MADEIRA)
- 138 INDUMEL - EMBALAGENS, UNIPESSOAL, LDA.
- 139 GRAN CRUZ PORTO - SOCIEDADE COMERCIAL DE VINHOS, LDA
- 140 INSTITUTO MARQUÊS DE VALLE FLOR
- 141 ICEBEL - COMÉRCIO DE MÁQUINAS E DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL S.A.
- 142 BDRPHARMA, LDA
- 143 HELIROMA - PLÁSTICOS, S.A.
- 144 COFACO - COMERCIAL E FABRIL DE CONSERVAS, S.A.
- 145 DAIKIN AIRCONDITIONING PORTUGAL - DISTRIBUIÇÃO EQUIPAMENTO TÉRMICO, S.A.
- 146 TORFAL, LDA
- 147 INCHEMICA - INDÚSTRIA QUÍMICA DE ESPECIALIDADES, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA
- 148 CONCEITO - CONSULTORIA DE GESTÃO, S.A.
- 149 AVE - GESTÃO AMBIENTAL E VALORIZAÇÃO ENERGÉTICA, S.A.
- 150 HP HEALTH CLUBS, PORTUGAL, S.A.

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

Listagem das empresas da amostra (4/7)

- 151 GALMAX - COMÉRCIO E SERVIÇOS, LDA
- 152 PINTO LOPES - VIAGENS, S.A.
- 153 TRANSDAIRE - MERCADORIAS E SERVIÇOS, LDA
- 154 LIGAÇÃO DIRECTA, LDA
- 155 LIGHTENJIN - SISTEMAS DE ILUMINAÇÃO, S.A.
- 156 AMERICAN MOTORCYCLES - VEÍCULOS DUAS RODAS, LDA
- 157 PRINTGLASS - TRANSFORMAÇÃO DE VIDRO, LDA
- 158 MAGOS IRRIGATION SYSTEMS, S.A.
- 159 CELOPLÁS - PLÁSTICOS PARA A INDÚSTRIA, S.A.
- 160 FERCONSULT - CONSULTORIA, ESTUDOS E PROJECTOS DE ENGENHARIA DE TRANSPORTES, S.A.
- 161 GRUMAN - GRUAS DE MANGUALDE, LDA
- 162 CASCAIS ENVOLVENTE - GESTÃO SOCIAL DA HABITAÇÃO, E.M., S.A.
- 163 NORMOLDE - ESTRUTURAS PARA MOLDES E MOLDES, LDA
- 164 IMPACTO - IDEIAS E EVENTOS, LDA
- 165 SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE VALPAÇOS
- 166 IBERGRU - ALUGUER DE GRUAS E EQUIPAMENTOS, S.A.
- 167 OMP - PÓLO PORTUGUÊS, S.G.M.R., S.A.
- 168 PROSITAV - PROJECTOS E SISTEMAS DE AUTOMAÇÃO, LDA
- 169 COOPROFAR - COOPERATIVA DOS PROPRIETÁRIOS DE FARMÁCIA, C.R.L.
- 170 EMPREENDIMENTOS EÓLICOS DO VALE DO MINHO, S.A.
- 171 ASNUFIL - INDÚSTRIA METALOMECÂNICA, LDA
- 172 ECO-MODUS, LDA
- 173 DURAMOLDES - INDÚSTRIA DE MOLDES, CUNHOS E CORTANTES, LDA
- 174 TECNÓGIAL - PROJECTOS E TECNOLOGIA INDUSTRIAL, LDA
- 175 EUROPALCO, LDA
- 176 RUI DE LACERDA & CA, S.A.
- 177 SOCIEDUCA - SOCIEDADE DE EDUCAÇÃO, S.A.
- 178 TRANSPORTES PASCOAL, S.A.
- 179 SYNVENTIVE MOLDING SOLUTIONS - DISTRIBUIÇÃO DE EQUIPAMENTOS PARA A INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS, SOCIEDADE UNIPessoal, LDA
- 180 IDOM ENGENHARIA - SERVIÇOS DE ENGENHARIA E CONSULTORIA, LDA
- 181 CARTÁGUA - ÁGUAS DO CARTAXO, S.A.
- 182 CERCIOEIRAS - COOPERATIVA DE EDUCAÇÃO E REABILITAÇÃO DE CIDADÃOS COM INCAPACIDADE, C.R.L.
- 183 SAMER AMES, S.A.
- 184 FÁBRICA DE REBUCADOS BAYARD, LDA
- 185 RISATEL - SOCIEDADE COMERCIAL DE FIOS TÊXTEIS, LDA
- 186 LEICA GEOSYSTEMS - SISTEMAS PARA GEODESIA E TOPOGRAFIA - SOCIEDADE UNIPessoal, LDA
- 187 AGS - MUDANÇAS INTERNACIONAIS, LDA
- 188 PORTIMONENSE FUTEBOL, S.A.D.
- 189 CAMILTON, LDA
- 190 ROTUNDA ATLÂNTICO - EXPLORAÇÃO TURÍSTICA, S.A.
- 191 JOSE MANUEL PRATA, LDA
- 192 FUNDAÇÃO JOSÉ BERARDO
- 193 PUJOLINVEST, S.A.
- 194 EMEL - EMPRESA MUNICIPAL DE MOBILIDADE E ESTACIONAMENTO DE LISBOA, E.M., S.A.
- 195 AURECOM - AUTOMÓVEIS, REPARAÇÕES E COMÉRCIO, S.A.
- 196 SPER - SOCIEDADE PORTUGUESA PARA A CONSTRUÇÃO E EXPLORAÇÃO RODOVIÁRIA, S.A.
- 197 FOCOR - SGPS, S.A.
- 198 INTERCOURIER, LDA
- 199 DORMAK, LDA
- 200 GRUEST PORTUGAL, LDA

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

Listagem das empresas da amostra (5/7)

- 201 SANINDUSA 2 - INDÚSTRIA DE SANITÁRIOS, S.A.
- 202 BTM - VIAGENS E TURISMO, LDA
- 203 DOITLEAN, S.A.
- 204 PRAIA AMBIENTE, S.A., E.M.
- 205 RIAIBÉRICA - LOGÍSTICA DE VEÍCULOS, S.A.
- 206 SHIP4YOU - SERVIÇOS DE LOGÍSTICA E MARKETING DIRECTO, S.A.
- 207 TECNAVIC - TECNOLOGIAS AVÍCOLAS, LDA
- 208 PRODUTRÓNICA - MATERIAIS PARA A INDÚSTRIA ELECTRÓNICA, LDA
- 209 REYNAERS ALUMINIUM, S.A.
- 210 COMPLAI - CONSTRUÇÃO, S.A.
- 211 MEDWAY - OPERADOR FERROVIÁRIO E LOGÍSTICO DE MERCADORIAS, S.A.
- 212 GSVI, S.A.
- 213 RESIQÚMICA - RESINAS QUÍMICAS, S.A.
- 214 GALLO WORLDWIDE, LDA
- 215 AMB 3E - ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE GESTÃO DE RESÍDUOS
- 216 NJBFERREIRA - COMÉRCIO DE COMBUSTÍVEIS, UNIPESSOAL, LDA
- 217 SONAE SIERRA, SGPS, S.A.
- 218 CENTRAL TERMOELÉCTRICA DE BIOMASSA DE TERRAS DE SANTA MARIA, S.A.
- 219 ROCKBUILDING - SOLUÇÕES IMOBILIÁRIAS, S.A.
- 220 S.E.F.O. - SOCIEDADE DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO DO OESTE, LDA
- 221 HOIST GROUP PORTUGAL, S.A.
- 222 PANIPRADO - PANIFICADORA DO PRADO, LDA
- 223 IRMANDADE DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE VERA CRUZ DE GONDOMAR
- 224 CORIFA - CONSTRUÇÃO CIVIL, LDA
- 225 MOLDE - FAIANÇAS, S.A.
- 226 SOCIEDADE TURÍSTICA PALHEIRO FERREIRO, S.A.
- 227 IHT, LDA
- 228 DESAFIO GLOBAL ATIVISM - EVENTOS, MOTIVAÇÃO E ENTRETENIMENTO, S.A.
- 229 CIP - CONFEDERAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL
- 230 SÍMBOLO ORIGINAL - EMBALAGENS, LDA
- 231 SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE PONTE DE LIMA
- 232 ANTÓNIO VIEGAS GUERREIRO, S.A.
- 233 FLEXIPISO - PAVIMENTOS, LDA
- 234 FERBAL - SOCIEDADE FABRIL DE EMBALAGENS, LDA
- 235 CONSTRICEUTA - EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS, S.A.
- 236 PLASTIAGRO - MARIA NOÉMIA MAURÍCIO, COMÉRCIO DE ARTIGOS PLÁSTICOS, LDA
- 237 FUNDAÇÃO GASPAR FRUTUOSO
- 238 PROMOVALOR - SERVIÇOS E CONSULTORIA DE GESTÃO, S.A.
- 239 ADUBOESTE - COMÉRCIO DE ADUBOS, LDA
- 240 TECHNOEDIF, SGPS, S.A.
- 241 CIMA - CENTRO DE INSPECÇÃO MECÂNICA EM AUTOMÓVEIS, S.A.
- 242 FRANCARMO - ENGENHARIA E CONSTRUÇÃO, LDA
- 243 COSMANLUX, UNIPESSOAL, LDA
- 244 PRODUÇÃO E CONSULTADORIA ALIMENTAR, LDA
- 245 CRIT - CENTRO DE REABILITAÇÃO E INTEGRAÇÃO TORREJANO
- 246 PAULO JORGE FERREIRA, UNIPESSOAL, LDA
- 247 ZIMMER BIOMET PORTUGAL, UNIPESSOAL, LDA
- 248 CASAS DA CIDADE - RESIDÊNCIAS SÉNIOR, S.A.
- 249 TAPAL - TRACTORES, PEÇAS E AUTOMÓVEIS, LDA
- 250 GASCAN, S.A.
- 251 COOPERATIVA AGRÍCOLA DE VILA DO CONDE, C.R.L.
- 252 IIG - MAILING AND INFORMATION SECURITY PORTUGAL, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA

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

Listagem das empresas da amostra (6/7)

- 253 DIGITAL DEVOTION, LDA
- 254 EURONEXT TECHNOLOGIES, UNIPessoal, LDA
- 255 PSICARE - MARKETING EM SAÚDE, LDA
- 256 GUIMARTEX - TÊXTEIS, S.A.
- 257 ALPI - ADOLFO ALVES DE PINHO, LDA
- 258 NEWRENT - ALUGUER DE EQUIPAMENTOS, S.A.
- 259 LIN - LAVANDARIA INDUSTRIAL, S.A.
- 260 PAIXÃO - CORRETORES DE SEGUROS, LDA
- 261 PONTA DO OESTE - SOCIEDADE DE PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA ZONA OESTE DA MADEIRA, S.A.
- 262 FOMENTO INDUSTRIAL E AGRÍCOLA DO ALGARVE, LDA
- 263 MOBILE FOCUS - EQUIPAMENTOS DE TELECOMUNICAÇÕES, S.A.
- 264 CAFÉS NANDI, S.A.
- 265 TURISMO COM ESSENTIA - CONSULTORES, S.A.
- 266 FABAMAQ - SISTEMAS INFORMÁTICOS, LDA
- 267 CUDELL - OUTDOOR SOLUTIONS, S.A.
- 268 SANBRUSAPATOS - INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA
- 269 PLÁCIDO JOSÉ SIMÕES, S.A.
- 270 GLINTT INOV, S.A.
- 271 ENGIMULTI - SERVIÇOS DE ENGENHARIA E CONSTRUÇÃO, LDA
- 272 ANDRADE & AMARO - MALHAS E CONFECÇÕES, LDA
- 273 SAGREC - CONSTRUÇÕES, S.A.
- 274 LOGISTEMA - CONSULTORES DE LOGÍSTICA, S.A.
- 275 PROJINKO SOLAR PORTUGAL, UNIPessoal, LDA
- 276 VISTA ALEGRE ATLANTIS, S.A.
- 277 IMPRESA PUBLISHING, S.A.
- 278 BE APPROACH 2 YOU - CONSULTING, S.A.
- 279 CAMPOMAYOR XXI - EMPRESA MUNICIPAL
- 280 ÓPTICA MÉDICA DAS BEIRAS, S.A.
- 281 HIDROFER - FÁBRICA DE ALGODÃO HIDRÓFILO, S.A.
- 282 ROUDOLPH ARIÉ - PERFUMARIA E COSMÉTICA, S.A.
- 283 SDG - SIMULADORES E MODELOS DE GESTÃO, S.A.
- 284 A.F.ARAÚJO & ASSOCIADOS, S.A.
- 285 CREDITE-EGS - CORRETORES DE SEGUROS, S.A.
- 286 JETMAR - VEÍCULOS E ACESSÓRIOS, LDA
- 287 MUNDIGERE - SGPS, S.A.
- 288 NAUTIBER - ESTALEIROS NAVAIS DO GUADIANA, LDA
- 289 TERRAÇOS DA CAMPINA, S.A.
- 290 CONSTRUÇÕES ELÉCTRICAS NOVA POIARES, LDA
- 291 JOVIFORM - CONSULTADORIA EMPRESARIAL, LDA
- 292 SOCIEDADE INDUSTRIAL DE CUCUJÃES, S.A.
- 293 AUDATEX PORTUGAL - PERITAGENS INFORMATIZADAS DERIVADAS DE ACIDENTES, S.A.
- 294 PSINFOR CONSULTING - CONSULTORIA EM GESTÃO, S.A.
- 295 GEBALIS - GESTÃO DO ARRENDAMENTO SOCIAL EM BAIROS MUNICIPAIS DE LISBOA, E.M., S.A.
- 296 SOREGI - FRUTAS E LEGUMES, LDA
- 297 TURISERTÃ, S.A.

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

Listagem das empresas da amostra (7/7)

- 298 ILHA & ILHA, LDA
- 299 LUSO-ATLÂNTICA - CORRETOR DE SEGUROS, S.A.
- 300 TODAREDE - SOLUÇÕES PARA REDES, S.A.
- 301 FULLSPACE IMOBILIÁRIA, S.A.
- 302 EMPRESA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA DE BARCELOS, E.M.
- 303 SOGERELA - COMÉRCIO DE GESSO, S.A.
- 304 PISO-SUPERIOR - CONSTRUÇÃO E REPARAÇÃO DE EDIFÍCIOS, LDA
- 305 EMARVR - ÁGUA E RESÍDUOS DE VILA REAL, E.M., S.A.
- 306 MARQUES - SGPS, S.A.
- 307 L'AND RESERVE, S.A.
- 308 A ABASTECEDORA RURAL DO SOBREIRO - VENDA DE COMBUSTÍVEIS, LDA
- 309 H TECNIC - CONSTRUÇÕES, LDA
- 310 MENARINI DIAGNÓSTICOS - MATERIAL DE LABORATÓRIO, LDA
- 311 FINANÇOR - AGRO-ALIMENTAR, S.A.
- 312 MANUEL DA SILVA & FILHO - SOCIEDADE DE CONSTRUÇÕES, LDA
- 313 27DO6, S.A.
- 314 SGEHR - SOCIEDADE GESTORA E EXPLORADORA DE HOTÉIS E RESORTS, S.A.
- 315 FERNANDA PEREIRA, IMOBILIÁRIA, LDA
- 316 ILHAPLAST-SOCIEDADE TRANSFORMADORA DE PLÁSTICOS, S.A.
- 317 ÁGUA DAS CORGAS-BUÇACO, S.A.
- 318 COMMOP, S.A.
- 319 SOFTVENTURE - CONSULTORIA E TECNOLOGIA, S.A.
- 320 GONDENSINO - ESTABELECIMENTO DE ENSINO PARTICULAR, LDA
- 321 NORTÁVIA - TRANSPORTES AÉREOS, S.A.
- 322 SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE SANTARÉM
- 323 LEILOA, S.A.
- 324 ESPROSER - ESCOLA PROFISSIONAL, S.A.
- 325 MAÇARICO, S.A.
- 326 TUPAI - FÁBRICA DE ACESSÓRIOS INDUSTRIAIS, S.A.
- 327 AVELEDA, S.A.
- 328 CONJUNTO TURÍSTICO DAS ARRIBAS, S.A.
- 329 MADRE - SGPS, S.A.
- 330 SIEMENS POSTAL, PARCEL & AIRPORT LOGISTICS, UNIPessoal, LDA
- 331 NEED A HUG, S.A.
- 332 GLOBALBEST - IMPORT EXPORT, S.A.
- 333 ALELUIA - CERÂMICAS, S.A.
- 334 ESPORÃO, S.A.
- 335 QUINTA VALE DAS ESCADINHAS - SOCIEDADE AGRÍCOLA DE SILGUEIROS, S.A.
- 336 SEMIMETAIS - SEMI-PRODUTOS DE METAIS, LDA
- 337 EGF - GESTÃO E CONSULTORIA FINANCEIRA, S.A.
- 338 LYNX CORPORATE & REAL ESTATE ADVISORS, S.A.
- 339 FUNDAÇÃO ALGARVIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL
- 340 ESTABELECIMENTOS TEÓFILO FONTAÍNHAS NETO - COMÉRCIO E INDÚSTRIA, S.A.
- 341 LAR QUINTA DE SÃO SEBASTIÃO, LDA
- 342 ORDEM DOS ARQUITECTOS
- 343 AMORIM CORK SERVICES, LDA
- 344 ROGÉRIO LEAL & FILHOS, S.A.
- 345 BRISA - AUTO-ESTRADAS DE PORTUGAL, S.A.
- 346 INCENTEA CAPITAL, S.A.
- 347 SANEABI - SANEAMENTOS E ÁGUAS DA BEIRA INTERIOR, S.A.

Anexo B

Questionário

*Required



Instituto Universitário de Lisboa

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

Este questionário destina-se apenas a **empresas que possuem auditor/revisor oficial de contas**.

Através deste questionário, realizado no âmbito da minha **Tese de Mestrado em Finanças no ISCTE-IUL**, pretendo concluir acerca dos fatores que determinam a seleção do tipo de auditores pelas empresas em Portugal.

O questionário tem **duração aproximada de 6 minutos**. A confidencialidade das respostas é garantida e as mesmas serão utilizadas apenas para fins académicos.

Muito obrigada!

Ana Cláudia Caeiro

1) Indique o nome da empresa onde trabalha: *

Your answer

2) Indique a sua função na empresa: *

- Diretor Financeiro
- Técnico de Contabilidade
- Outra

3) Indique a tipologia da firma de auditoria selecionada para a sua empresa para o ano de 2016: *

Big 4 (Deloitte, Ernest & Young, KPMG, PwC)

Outra

4) Indique, por favor, o seu grau de concordância ou discordância para cada um dos fatores seguintes no que diz respeito à sua relevância para a seleção da empresa de auditoria, na ótica da empresa auditada.

4.1) A reputação da firma de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.2) A competência técnica dos colaboradores da firma de auditoria: *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.3) A preferência da gestão por uma determinada firma de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.4) A empresa auditada tem elementos que já pertenceram à firma de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.5) A existência de relações interpessoais entre membros da empresa auditada e colaboradores/sócios da firma de auditoria.

*

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.6) O preço proposto é inferior ao das restantes potenciais firmas de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.7) A firma de auditoria oferece um leque alargado de serviços, além dos trabalhos de auditoria, tais como consultoria e fiscalidade. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.8) A firma de auditoria presta serviços a nível internacional. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.9) A proximidade geográfica da firma de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.10) A firma de auditoria foca-se nos problemas e necessidades específicas do cliente. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.11) A firma de auditoria é especialista na área de negócio do cliente. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.12) A qualidade dos trabalhos desenvolvidos pela firma de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.13) A dimensão da firma de auditoria. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutra	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.14) A firma de auditoria é recomendada por um amigo ou contacto noutra organização. *

	Discordo fortemente	Discordo na maioria das vezes	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo fortemente
Assinale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O questionário terminou. Muito obrigada pela sua colaboração!

SUBMIT

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse - Terms of Service - Additional Terms

Google Forms