E

n el artículo [*Client Importance and Audit Quality at the Individual Audit Partner, Office, and Firm Levels*](https://doi.org/10.1111/abac.12289), escrito por Sarowar Hossain, Jeff Coulton, Jenny Jing Wang, publicado por Abacus, Volume59, Issue2, June 2023, Pages 650-696, se lee: “*Los reguladores y las partes interesadas han estado preocupados durante mucho tiempo por la amenaza potencial a la independencia del auditor planteada por clientes grandes e influyentes. Utilizamos datos de tarifas de servicio de auditoría y no auditoría para construir medidas a nivel de socio, oficina y empresa de importancia para el cliente. Argumentamos que el uso de datos a nivel de socio nos permite representar mejor el vínculo económico entre el cliente y el auditor, ya que podemos representar la importancia del cliente a nivel de socio y tanto a nivel de oficina como de empresa, y abordar la preocupación de los reguladores de que un mayor nivel de importancia del cliente resulta en una amenaza para la independencia del auditor. lo que a su vez conduce a una reducción en la calidad de los informes financieros. Contribuimos a la literatura examinando la relación entre la importancia del cliente para el socio auditor y la calidad de la auditoría. El Tribunal constata que la probabilidad de emitir un dictamen sobre empresa en funcionamiento o un dictamen sobre empresa en funcionamiento por primera vez aumenta con la proporción de honorarios de auditoría en comparación con el total de honorarios de auditoría recibidos por el socio auditor de todos sus clientes. Del mismo modo, los valores devengados discrecionales disminuyen con la proporción de honorarios de auditoría en comparación con el total de honorarios de auditoría recibidos por el socio auditor. Nuestros resultados proporcionan evidencia consistente de la asociación entre la emisión de opiniones de empresa en marcha (cualquier y por primera vez), las acumulaciones discrecionales y la importancia del cliente a nivel de socio, oficina y empresa. Estos hallazgos indican que la calidad de la auditoría aumenta con la importancia del cliente, contrariamente a las preocupaciones que se han expresado sobre la importancia del cliente*.” En Colombia conocemos de casos en los cuales se hace muy poco y se cobra también muy poco. Son despachos que buscan y mantienen muchos clientes, porque es por el volumen que ganan. En otros casos los honorarios generan un importante margen de ganancia. Sin embargo, no estamos seguros de que ello aumente la calidad de la auditoría. Lo que si sabemos es se hacen muchas cosas para mantener los clientes. Muchas exigencias establecidas para ser cumplidas por los revisores fiscales no se atienden precisamente para mantener el margen de rentabilidad. Para que el público pueda calificar la calidad de los servicios de revisoría fiscal necesita tener una imagen clara sobre ella. Necesitar saber cómo se ha realizado el trabajo. Debe comparar lo esperado con lo recibido. Lamentablemente la cultura contable colombiana es muy baja, debido al pequeño esfuerzo de la comunidad contable para formar al público. También es un problema el hecho de que los practicantes no divulgan cómo se hizo el trabajo. A veces todo lo que se muestra es un formulario repetido de informe.

*Hernando Bermúdez Gómez*