

## **Percepções dos CEO's da [B]<sup>3</sup> sobre a Qualidade de Auditoria: Uma aplicação da Escala SERVQUAL**

*[B]<sup>3</sup> CEO'S Perceptions about Audit Quality: An application of the SERVQUAL Scale*

**Ronan Reis Marçal**

Doutorando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina  
Mestre em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.  
m.ronanreis@gmail.com

**Luiz Alberton**

Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina;  
Professor titular da Universidade Federal de Santa Catarina.  
luiz.alberton@ufsc.br

### **Resumo**

Este estudo teve como objetivo investigar se as características das firmas de auditoria influenciam a percepção sobre a qualidade de auditoria perante os *Chief Executive Officers* (CEO's) das empresas do mercado de capitais do Brasil. Este propósito atende ao chamado de Christensen *et al.* (2016) de que novas pesquisas viessem a investigar as distintas percepções de qualidade de auditoria sob as lentes de diferentes *stakeholders*. Para atender este objetivo, foi utilizada como base a escala SERVQUAL na construção de um questionário direcionado aos CEO's da [B]<sup>3</sup> que serviu como instrumento de coleta de dados da pesquisa. Para a análise, foram realizadas regressões estimadas por mínimos desvios absolutos e por mínimos quadrados ordinários tendo como regressandos as dimensões da escala SERVQUAL, extraídas diante da análise fatorial confirmatória baseada em matrizes de correlações policóricas. Dado um nível de confiança de 95%, os resultados da pesquisa indicam que o tamanho da firma de auditoria, o tempo de permanência de uma firma de auditoria em um determinado cliente, o rodízio das firmas de auditoria e os honorários cobrados pelas firmas de auditoria não são fatores relevantes para a determinação de uma auditoria de qualidade aos olhos dos CEO's, contrariando a literatura de uma forma geral e rejeitando, assim, as hipóteses de pesquisa. O estudo contribui ao contestar a veracidade dos dogmas acadêmicos sobre a qualidade de auditoria considerando a realidade percebida pelos clientes das firmas de auditoria, ressaltando a discrepância entre o meio acadêmico e a prática contábil apontada por Inanga e Schneider (2005).

**Palavras-chave:** Qualidade de Auditoria; Auditoria; Mercado de Capitais; [B]<sup>3</sup>; SERVQUAL.

### **Abstract**

This study aimed to analyze whether the characteristics of audit firms influence the perception of audit quality by the Chief Executive Officers (CEO's) of stock market companies in Brazil. This purpose answers the call of Christensen *et al.* (2016) that further research would investigate different perceptions of audit quality from the lens of different stakeholders. To meet this objective, the SERVQUAL scale was used as a basis in the construction of a questionnaire directed to the CEO's of [B]<sup>3</sup>, which served as a survey data collection

instrument. For the analysis, regressions estimated by least absolute deviations and ordinary least squares were performed using the dimensions of the SERVQUAL scale, which were extracted from the confirmatory factor analysis based on polychoric correlation matrices. Given a 95% confidence level, our results indicate that the size of the audit firm, the length of time an audit firm stays with a particular client, the rotation of the audit firms and the fees charged by the audit firms are not relevant factors in determining an audit quality in the eyes of CEO's, contrary to the general literature and thus rejecting our research hypotheses. The study contributes by contesting the truth of academic dogmas regarding audit quality considering the reality perceived by clients of audit firms, highlighting the discrepancy between the academic environment and the accounting practice pointed out by Inanga and Schneider (2005).

**Keywords:** Audit Quality; Audit; Stock Market; [B]<sup>3</sup>; SERVQUAL.

## **1. Introdução**

Conforme Firmino e Paulo (2013) e Carrera e Trombetta (2018), há um certo consenso perante o mercado de que demonstrações contábeis auditadas proporcionam maiores benefícios econômicos que as demonstrações contábeis não auditadas, uma vez que, a princípio, as primeiras seriam menos suscetíveis a distorções de qualquer natureza. A relevância da auditoria, nesse sentido, se faz ainda mais presente no mercado de capitais, quando as firmas de auditoria assumem um caráter de proteção dos interesses dos investidores e demais *stakeholders* das empresas de capital aberto (BECKER *et al.*, 1998; GUL; KIM; QIU, 2010), representando, assim, uma função social da atividade.

Assim, o nível de confiança gerado aos usuários externos em relação aos reportes financeiros está diretamente atrelado à qualidade da auditoria prestada (CHRISTENSEN *et al.*, 2016), dado que quanto menor for a qualidade de auditoria, maior será a taxa de erros (FRANCIS, 2004). Este fato, em conjunto com a importância da auditoria para a estabilidade do mercado de capitais, tem gerado, segundo Christensen *et al.* (2016), uma vasta gama de trabalhos que buscaram definir e mensurar a qualidade de auditoria. São exemplos disso as recentes pesquisas de Jiang, Wang e Wang (2018) e Lee, Nagy e Zimmerman (2018).

Embora o conceito clássico de qualidade de auditoria seja simples – a capacidade de um auditor detectar e reportar infrações contábeis, caso estas existam, conforme DeAngelo (1981) – esta medida é considerada como de difícil mensuração tendo em vista que se trata de algo não observável diretamente (KHANI; NOROOZIAN, 2018). Desse modo, algumas características das firmas de auditoria, a exemplo de seu tamanho, seu tempo de permanência na relação com um dado cliente e os honorários por elas recebidos, têm sido utilizadas como *proxies* em diversos estudos sobre o tema (DEFOND; ZHANG, 2014).

No entanto, a percepção sobre o que é uma qualidade de auditoria é algo dúbio muitas das vezes (DANTAS; MEDEIROS, 2015). Isso é explicado diante da subjetividade na percepção individual sobre a qualidade de qualquer serviço (a exemplo dos serviços de auditoria), sendo considerados como de qualidade apenas aqueles serviços entregues que, de fato, tenham atendido às expectativas dos clientes (LEWIS; BOOMS, 1983).

Diante deste contexto, por exemplo, Christensen *et al.* (2016), ao investigarem a concepção de qualidade de auditoria perante as lentes de auditores e investidores, percebem concordâncias e discordâncias entre os grupos quanto aos itens tratados pela literatura como relevantes na determinação de uma auditoria de qualidade.

Em função da complexidade acerca da definição de “qualidade de um serviço”, diversas escalas foram criadas visando mensurar esta questão (de uma forma geral), sendo a escala SERVQUAL a mais utilizada na literatura, com ampla aceitação acadêmica (YILDRIM;

YILDRIM; OZCAN, 2019). Tal escala foi desenvolvida por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) tendo como base a determinação e comparação das expectativas e percepções acerca da qualidade de um determinado serviço na perspectiva dos usuários. Ademais, segundo Ismail *et al.* (2006) e Yildirim, Yildirim e Ozcan (2019), tal escala possui como vantagem a adaptação a qualquer tipo de serviço prestado.

Nessa esteira, propõe-se que poderia haver consenso ou dissenso quanto às *proxies* de qualidade de auditoria por parte de acadêmicos e de gestores de empresas, pois enquanto aqueles fazem inferências sob a ótica do observador, estes estão diretamente alocados no fenômeno a ser estudado na posição de auditado.

Destarte, fazendo uso da escala SERVQUAL, o objetivo desta pesquisa foi investigar se as características das firmas de auditoria influenciam a percepção sobre a qualidade de auditoria perante os *Chief Executive Officers* (CEO's) das empresas do mercado de capitais do Brasil.

A justificativa da pesquisa reside no distanciamento entre aquilo que é projetado ou esperado pelo ambiente acadêmico contábil e aquilo que representa, de fato, a realidade na prática desta ciência, designando uma deficiência em termos de efetividade de pesquisa da esfera contábil, conforme salientam Inanga e Schneider (2005). Na presente proposta, a prática é representada pela visão dos CEO's sobre a qualidade de auditoria, ao passo que o entendimento acadêmico é representado pelas *proxies* determinadas pelo conjunto de resultados reportados em pesquisas científicas sobre a qualidade de auditoria.

Assim, são esperadas contribuições teóricas ao explorar as possíveis divergências entre a academia e os representantes máximos na gestão de empresas listadas na Brasil, Bolsa, Balcão [B]<sup>3</sup> acerca do entendimento do hermético termo “qualidade de auditoria” (DANTAS; MEDEIROS, 2015). Isso auxiliaria a mitigar os referidos problemas de desconexão entre o ambiente acadêmico e a prática contábil (INANGA; SCHNEIDER, 2005) no espectro da qualidade da auditoria.

Não obstante, também são esperadas contribuições práticas ao dispor às firmas de auditoria a noção geral sobre quais de suas características são consideradas determinantes para uma auditoria de qualidade aos olhos dos seus clientes. Isso atende ao chamado de Christensen *et al.* (2016) para que novas pesquisas viessem a investigar como diferentes *stakeholders* definem sua percepção sobre qualidade de auditoria.

Por fim, pelo fato de a pesquisa adentrar o cenário do mercado de capitais, tem-se, ainda, uma contribuição de caráter social, haja vista que o desenvolvimento deste está diretamente relacionado com o crescimento econômico das nações aos quais estão inseridos (LEVINE, 1991).

## **2. Fundamentação teórica**

De acordo com Becker *et al.* (1988) e Gul, Kim e Qiu (2010), em se tratando de mercado de capitais, os serviços de auditoria se fazem de grande relevância dado seu cunho de proteção dos interesses dos usuários externos ao reforçar a credibilidade das demonstrações contábeis. Nesse sentido está expresso o conceito de qualidade de auditoria, definido por DeAngelo (1981) como a capacidade de um determinado auditor, concomitantemente, detectar distorções nos reportes financeiros das entidades e as mencionar ao mercado.

Portanto, sendo uma auditoria de qualidade capaz de mitigar as distorções contábeis (FRANCIS, 2004), sejam elas derivadas de erros ou fraudes (ASARE; WRIGHT; ZIMBELMAN, 2015) e o fato de que isso é algo deveras relevante para a estabilidade do mercado de capitais, conforme Christensen *et al.* (2016), não é surpresa que pesquisas clássicas como as de DeAngelo (1981), Deis Jr e Giroux (1992) e Teow e Wong (1993) tenham se debruçado sobre a seara da qualidade de auditoria, sendo a questão pertinente ainda em termos contemporâneos, vide Jiang, Wang e Wang (2018) e Lee, Nagy e Zimmerman (2018).

Todavia, definir o que é uma auditoria de qualidade pode vir a ser um procedimento complexo (DANTAS; MEDEIROS, 2015). Isso pode vir a ser explicado, basicamente, em duas frentes. A primeira diz respeito ao caráter de subjetividade na definição de “qualidade” de qualquer serviço, conforme haviam salientado Lewis e Booms (1983). A segunda, por sua vez, decorre da impossibilidade de observação direta da “qualidade de auditoria”, o que dificulta sua mensuração (KHANI; NOROOZIAN, 2018).

Em função disso, DeFond e Zhang (2014) relatam que algumas medidas referentes às características das firmas de auditoria (*inputs*), tais quais o valor dos honorários cobrados pela firma, o tempo de duração na relação da firma com um determinado cliente e o tamanho da firma de auditoria têm sido empregues como *proxies* de qualidade de auditoria.

Muito embora outras métricas possam ser utilizadas no referido intuito, como os *accruals* discricionários (GOODWIN; WU, 2016) ou as republicações (LOBO; ZHAO, 2013), Cristensen *et al.* (2016) percebem em sua pesquisa que, perante os investidores, os fatores determinantes para uma auditoria de qualidade são exatamente os *inputs* de tamanho da firma de auditoria e a experiência dos auditores. A recente pesquisa de Aobdia (2019) também sustenta a argumentação de que as medidas observáveis, em geral, são válidas para mensurar a qualidade de auditoria pelos atuantes na área, e não apenas no cerne acadêmico.

A medida mais usual de mensuração da qualidade da auditoria, é, provavelmente, o tamanho das firmas de auditoria. Sua utilização decorre do exposto feito por DeAngelo (1981) em seu trabalho seminal, onde a autora explica que uma firma com mais clientes tem “mais a perder” que uma firma pequena quando não é percebida uma distorção nas demonstrações contábeis durante a prestação de serviços. Os resultados das pesquisas de Deis Jr. e Giroux (1992), Teoh e Wong (1993) e Silvestre, Costa e Kronbauer (2018) seguem esta tendência.

Considerando isso e, por lógica contrária, que pequenas empresas tendem a apresentar serviços de menor qualidade em função de sua dependência dos clientes, foi elaborada a primeira hipótese de pesquisa:

**H1:** *O tamanho da firma de auditoria é considerado um fator relevante para a qualidade de auditoria perante os CEO's de empresas da [B]<sup>3</sup>.*

Já em relação ao tempo de permanência de uma determinada firma de auditoria em um dado cliente, tem-se uma literatura ambígua, conforme Junaidi *et al.* (2014).

Isso porque, de um lado, autores como Myers, Myers e Omer (2003), Manry, Mock e Turner (2008) e Gaver e Utke (2018), defendem a ideia de que relacionamentos de curto prazo entre as firmas de auditoria e os auditados são fatores prejudiciais para qualidade dos serviços pelo auditor, uma vez que não há tempo hábil para o auditor adquirir o conhecimento específico necessário sobre as nuances da empresa e/ou do setor.

Mas, por outro lado, autores como Carey e Simnett (2006) e Al-Thuneibat, Al Isa e Ata Baker (2011) e Junaidi *et al.* (2014) argumentam que os longos relacionamentos entre auditores e auditados podem afetar negativamente a qualidade dos serviços de auditoria porque os laços entre as partes seriam estreitados e, portanto, haveria redução da independência do auditor.

Destarte, foi elaborada a segunda hipótese de pesquisa, qual seja:

**H2:** *O tempo de permanência de uma firma de auditoria é considerado um fator relevante para a qualidade de auditoria perante os CEO's de empresas da [B]<sup>3</sup>.*

De forma similar ao elemento anterior, o rodízio das firmas de auditoria é objeto de discussões acadêmicas quanto à sua contribuição para a melhoria dos serviços de auditoria.

Os adeptos da vertente desfavorável, vide Beck e Wu (2006), sustentam a noção de que todo o conhecimento específico adquirido pelos auditores é perdido no momento da troca da

firma e, assim, haveria um tempo necessário para a reconstrução dessa expertise por parte dos novos auditores, deteriorando a qualidade dos serviços prestados no momento do rodízio.

Porém, DeFond e Zhang (2014) relatam que a vasta maioria dos resultados é contrária à essa lógica, partindo da premissa de que no momento do rodízio há um potencial aumento da independência do auditor em relação ao auditado e, por isso, haveria uma melhoria na qualidade dos serviços prestados pelos auditores. Estudos seminais como o de Defond e Subramanyam (1998) e recentes como o de Silvestre, Costa e Kronbauer (2018) amparam esta ideia.

Nessa esteira foi cometida a terceira hipótese de pesquisa:

**H3:** *O rodízio das firmas de auditoria é considerado um fator relevante para a qualidade de auditoria perante os CEO's de empresas da [B]<sup>3</sup>.*

Por fim, no que se refere aos honorários cobrados pelas firmas de auditoria em troca de seus serviços, há uma ideia geral de que honorários mais elevados tendem a ser traduzidos como auditorias de melhor qualidade, dado que haverá um maior dispêndio de horas trabalhadas e/ou maior experiência dos auditores (FRANCIS, 2004). Messier *et al.* (2014) seguem este raciocínio ao explicarem as recompensas dos auditores devem ser suficientes para que estes possam realizar o devido esforço na busca pela opinião adequada.

Todavia, conforme Hoitash, Markelevich e Barragato (2007), honorários elevados podem vir a tornar a firma (ou os auditores) mais dependentes de um determinado cliente, fato que, por consequência, viria a reduzir a qualidade da auditoria prestada. Tal argumentação havia sido apresentada também por Magee e Tseng (1990) e Becker *et al.* (1998). Dessa forma, a literatura acerca do tema não é uníssona (LARCKER; RICHARDSON, 2004).

Dadas essas considerações, foi construída, então, a última hipótese dessa pesquisa:

**H4:** *Os honorários cobrados pelas firmas de auditoria são considerados um fator relevante para a qualidade de auditoria perante os CEO's de empresas da [B]<sup>3</sup>.*

Como destacado na introdução, foi utilizada a escala SERVQUAL como artefato metodológico para mensurar a percepção de qualidade de auditoria por parte dos usuários dos serviços de auditoria (no caso, CEO's de empresas listadas na [B]<sup>3</sup>. Em sua forma original (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988), a escala SERVQUAL é composta por 22 questões que, por sua vez, são segregadas em 5 dimensões, quais sejam:

**Quadro 1 – Dimensões da escala SERVQUAL**

Dimensão	Descrição
Tangibilidade	Diz respeito às características físicas do prestador de serviços, como equipamento, pessoal e material disponível.
Garantia	Relacionada ao conhecimento dos funcionários e sua habilidade de transmitir confiança.
Responsividade	Disponibilidade do prestador do serviço atender voluntariamente os usuários de forma atenciosa, com precisão e rapidez de resposta.
Confiabilidade	Capacidade do prestador do serviço executar de forma segura e eficiente suas atividades.
Empatia	Refere-se a questões de acessibilidade, sensibilidade e esforço em entender as necessidades dos usuários

Fonte: Adaptado de Monteiro *et al.* (2019)

Conforme Yildirim, Yildirim e Ozcan (2019), uma das vantagens da escala SERVQUAL é a sua capacidade de replicação em diversos contextos. Em se tratando do cenário da auditoria, pesquisas como as Ismail et al. (2006), Boon, McKinnon e Ross (2008) e Turk e Avcilar (2009) são exemplos de pesquisas que se valeram da referida escala. Ainda, Butcher, Harrison e Ross (2013) destacam que estas pesquisas e outras correlatas denotam ao campo da auditoria um

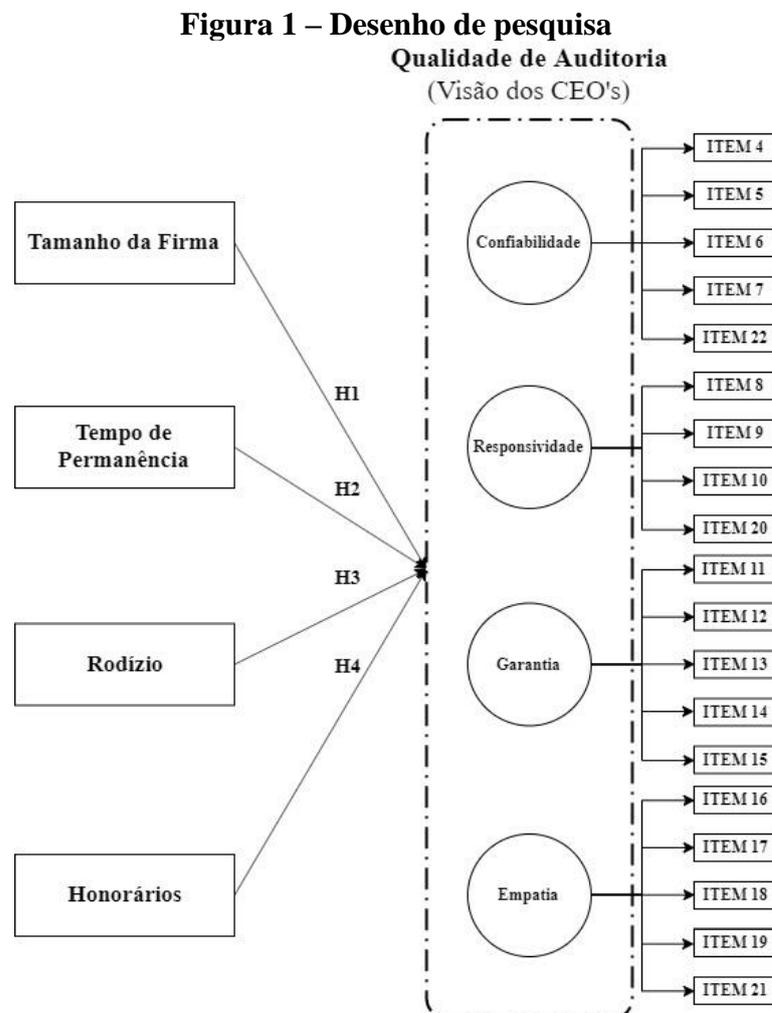
considerável alicerce acerca da relação qualidade do serviço x satisfação do cliente ao recorrerem da SERVQUAL como aparato metodológico.

Para este trabalho, especificamente, foi utilizada a escala SERVQUAL adaptada aos serviços de auditoria, elaborada por Ismail *et al.* (2006). As questões são apresentadas no apêndice da pesquisa.

Na referida pesquisa, os autores buscaram relacionar a satisfação dos clientes das firmas de auditoria no mercado de capitais da Malásia com a fidelidade para com tais firmas. Os resultados do trabalho sugerem que, em parte, a fidelidade na contratação dos serviços está atrelada à satisfação dos consumidores (no caso, as empresas) em relação aos serviços de auditoria prestados.

Muito embora a escala utilizada por Ismail *et al.* (2006), tal qual a original de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1998), possua as cinco dimensões destacadas no Quadro 1, é mister destacar que em função dos procedimentos metodológicos delineados e realizados para a presente pesquisa (apresentados na seção seguinte), somente 4 dimensões puderam ser analisadas, sendo a dimensão “tangibilidade” uma limitação do trabalho.

Assim, o desenho de pesquisa adotado assume a seguinte forma:



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Cabe destacar que as dimensões da escala SERVQUAL são variáveis latentes derivadas de construtos do questionário, conforme relatado na seção seguinte.

### 3. Procedimentos metodológicos

O instrumento de coleta de dados da pesquisa foi um questionário seccionado em três partes: I) Perfil do respondente; II) Características da firma de auditoria; e III) Qualidade de Auditoria Percebida (QAP). A última parte do questionário foi elaborada a partir do trabalho de Ismail *et al.* (2006). Como dito, o questionário é apresentado no apêndice deste trabalho.

A população da pesquisa diz respeito aos CEO's de empresas de capital aberto no Brasil. De acordo com a plataforma Economática®, no momento da pesquisa haviam 351 empresas independentes entre si listadas na [B]<sup>3</sup> que ofertavam ao menos uma classe de ativos financeiros no cenário nacional, sendo assim, assume-se tal montante (351 unidades) como a população da pesquisa em termos absolutos. Os questionários foram enviados de forma eletrônica aos diretores de Relacionamento com Investidores (RI) das empresas listadas na [B]<sup>3</sup>, considerando os e-mails disponíveis no *website* da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O primeiro envio foi feito na data de 06/09/2019 e, como lembrete, foi feito um segundo envio em 01/10/2019.

É mister destacar que, embora o canal de RI seja o principal meio de contato das empresas com seus investidores (gerando presunção de idoneidade por parte dos profissionais atuantes deste cerne), as *surveys online* assumem como limitação natural o risco de não-autenticidade dos respondentes (SHANNON *et al.*, 2002).

Até a data de 25/10/2019, quando foi encerrado o aceite de respostas do questionário eletrônico, 29 diferentes CEO's haviam participado da pesquisa. No entanto, três participações foram desconsideradas por terem sido ausentes ao menos uma das respostas exigidas no questionário, fato que resultou em uma amostra final de 26 observações.

De acordo com Barbetta (2011), na existência de uma população finita para uma dada pesquisa, uma amostra que represente com fidedignidade a população em questão dar-se-á em função de:

$$n_0 = \frac{1}{\varepsilon^2}$$

e

$$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0}$$

Em que:

$n_0$  é primeira aproximação amostral;

$\varepsilon$  é a medida de erro tolerável;

$N$  é o tamanho da população;

$n$  é o número mínimo de observações da amostra.

Nessa esteira, o conjunto de respostas obtido para a presente pesquisa não atenderia aos requisitos elencados pelo referido autor quando disposto o nível de significância de 5% proposto neste estudo. Destarte, em primeira instância, é importante ressaltar esta limitação de caráter metodológico ao longo das análises inferenciais.

Dando sequência ao trabalho, o primeiro estratagemas estatístico foi a obtenção das variáveis latentes (as cinco dimensões) dispostas por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1998) em relação ao questionário da escala SERVQUAL. Para tal, foi adotada a análise fatorial confirmatória, que atende a este propósito, dada a intenção de corroborar uma concepção teórica já fundamentada (FÁVERO *et al.*, 2009).

Como as 22 assertivas da parte 3 do questionário foram dispostas em uma escala *Likert* de 7 pontos – seguindo o trabalho de Ismail *et al.* (2006) – foi adotada uma matriz de correlação policórica como base da análise fatorial confirmatória. Isso está de acordo com Holgado-Tello *et al.* (2010), quando explicaram que correlações policóricas são mais adequadas para o processo de mensuração dos escores da análise fatorial quando são as variáveis assumem uma escala ordinal, a exemplo da *Likert*.

Em suma, Bistaffa (2010) explica que uma matriz de correlação policórica é determinada mediante a associação bivariada de duas variáveis ordinais com no mínimo 3 categorias. Assim, segundo o autor, dadas as hipotéticas variáveis categóricas A e B e as respectivas variáveis latentes X e Y, havendo relação entre tais variáveis considerando que:  $A = a_i$ , se  $\lambda_{i-1} \leq X < \lambda_i$ ;  $i = 1, 2, \dots, m$  e  $B = b_j$ , se  $\tau_{j-1} \leq Y < \tau_j$ ;  $j = 1, 2, \dots, n$ , diante dos limiares  $\tau_i$  e  $\lambda_j$ , sendo  $\lambda_0 = \tau_0 = -\infty$  e  $\lambda_m = \tau_n = +\infty$ , tem-se o coeficiente de correlação policórica  $\rho$ , designado como a relação produto-momento entre as variáveis latentes X e Y.

Dito isso, foi adotado como método de extração a análise dos componentes principais uma que o foco era reduzir as variáveis originais em um menor número de variáveis (FÁVERO *et al.*, 2009). Ademais, foi adotado o critério *a priori* no processo de extração dos fatores considerando apenas uma unidade para cada grupo, tal qual ocorrido na pesquisa de Ismail *et al.* (2006).

Embora a análise fatorial seja tradicionalmente tratada como uma técnica estatística para grandes amostras (WINTER; DODOU; WIERINGA, 2009), as concepções acerca de um “numero mágico” para o uso desta técnica passaram a ser abandonadas gradualmente conforme MacCallum *et al.* (1999) e Jackson (2001). Assim, autores como Preacher e MacCallum (2002) e Winter, Dodou e Wierenga (2009) têm proposto que o uso adequado da técnica depende não apenas do número de variáveis, mas também do número de fatores a serem extraídos e das comunalidades percebidas. Para este trabalho optou-se por esta segunda linha de argumentação, adotando especificamente as orientações de Winter, Dodou e Wierenga (2009), conforme destacado na seção seguinte.

Ainda durante a realização da análise fatorial confirmatória, foi aceita a hipótese nula do teste de esfericidade de Bartlett para a dimensão “Tangibilidade”. Assim, a matriz de correlação dessa variável se apresenta como uma matriz identidade, inviabilizando a utilização da técnica de análise fatorial, de acordo com Fávero *et al.* (2009). Os resultados do referido teste para todas as dimensões da escala SERVQUAL são reportados na seção de análise de resultados.

A extração dos quatro fatores restantes, quais sejam, “Confiabilidade”, “Responsividade”, “Garantia” e “Empatia”, deu origem às variáveis de resposta da pesquisa, ao passo que, como regressores, foram utilizadas as características das firmas de auditoria. Destarte, as equações propostas foram:

- (1)  $CONF(\varphi) = \alpha(\varphi) + \beta_1 TAM + \beta_2 PERM + \beta_3 ROD + \beta_4 HON + \varepsilon$
- (2)  $RESP(\varphi) = \alpha(\varphi) + \beta_1 TAM + \beta_2 PERM + \beta_3 ROD + \beta_4 HON + \varepsilon$
- (3)  $GRNT(\varphi) = \alpha(\varphi) + \beta_1 TAM + \beta_2 PERM + \beta_3 ROD + \beta_4 HON + \varepsilon$
- (4)  $EMPT(\varphi) = \alpha(\varphi) + \beta_1 TAM + \beta_2 PERM + \beta_3 ROD + \beta_4 HON + \varepsilon$

Sendo: CONF = Confiabilidade; RESP = Responsividade; GRNT = Garantia; EMPT = Empatia; TAM = Tamanho da firma de auditoria (*dummy* que assume valor 1 para empresas *big four* e 0 para casos contrários); PERM = Tempo de permanência, em anos completos, da firma de auditoria em uma relação com um dado cliente; ROD = Rodízio das firmas de auditoria (*dummy* que assume valor 1 para ocorrência do rodízio no referido ano e 0 para casos contrários); HON = Honorários anuais cobrados pela firma de auditoria (em valores originais);

$\varphi$  = Quantil condicional da regressão;  $\alpha$  = Intercepto da regressão;  $\beta_{1,2,3,4}$  = Coeficientes angulares da regressão;  $\varepsilon$  = Termo de erro estocástico.

A escolha pelo modelo de regressão quantílica é justificada diante da robustez desta estimação perante condições de não-normalidade dos resíduos e heterocedasticidade (DUARTE; GIRÃO; PAULO, 2017). Tais pressupostos poderiam vir a ser violados caso fosse considerada uma regressão múltipla linear estimada por Mínimos Quadrados Ordinários (MQO), inviabilizando ou enviesando as inferências a serem feitas (OHLSON; KIM, 2015). Cabe destacar que foi adotada a mediana como o quantil condicional, cuja estimação é conhecida por Mínimos Desvios Absolutos (MDA).

Como medida de análise prévia às regressões, foram destacadas as estatísticas descritivas dos dados, no intuito de observar o comportamento dos dados da pesquisa de uma forma geral.

Por fim, considerando a pouca exploração das regressões quantílicas no cerne contábil (DUARTE; GIRÃO; PAULO, 2017), as quatro equações propostas foram, ainda, estimadas via MQO. Isso foi feito no intuito de gerar transparência nos resultados, bem como servir de medida de análise complementar.

Todos os procedimentos foram realizados com o auxílio do *software* STATA® considerando um nível de confiança de 95%.

#### 4. Análise e discussão dos resultados

Em relação ao perfil dos respondentes, o conjunto amostral foi majoritariamente composto por homens (81%). Isso está de acordo com a tendência geral do mercado de ter homens como CEO's, conforme exposto por Gonçalves, Gaio e Santos (2019). E, quanto à idade, os gestores participantes da pesquisa apresentaram, em média, 46 anos. Este valor é próximo ao que foi percebido por Vieira e Martins (2018), incluindo os limites (inferior e superior) desta variável. Destarte, a amostra apresenta comportamentos correlatos aos identificados em outras recentes pesquisas nacionais, mitigando, a princípio, o risco de erro em função de seleção amostral.

Na sequência são apresentados os resultados da análise fatorial confirmatória baseada nas matrizes de correlações policóricas.

**Tabela 1 – Comunalidades**

Fator	Item	Comunalidades individuais	Comunalidades dos grupos
Tangibilidade	1	0,4285	0,2689
	2	0,1364	
	3	0,2417	
Confiabilidade	4	0,1673	0,5563
	5	0,4815	
	6	0,9339	
	7	0,5571	
Responsividade	22	0,6419	0,6217
	8	0,5904	
	9	0,7370	
	10	0,7434	
Garantia	20	0,4160	0,6174
	11	0,8064	
	12	0,5051	
	13	0,7111	
Empatia	14	0,9498	0,6663
	15	0,1148	
	16	0,6947	

Fator	Item	Comunalidades individuais	Comunalidades dos grupos
	17	0,8979	
	18	0,8028	
	19	0,4518	
	21	0,4841	

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Considerando os critérios de Winter, Dodou e Wierenga (2009) para a extração de fatores únicos e o número de respostas obtidas nessa pesquisa ( $n = 26$ ), todas as dimensões, exceto a dimensão “Tangibilidade”, satisfazem o critério do mínimo de observações necessárias para uma adequada realização da análise fatorial.

Corroborando a impossibilidade de utilização da análise fatorial em relação ao fator “Tangibilidade”, tem-se, a seguir, os resultados dos testes de esfericidade de Bartlett e dos critérios de Kayser-Meyer-Olkin (KMO).

**Tabela 2 – Testes de Bartlett & KMO**

Fator	Teste de Bartlett	KMO
Tangibilidade	0,100	0,510
Confiabilidade	0,000	0,681
Responsividade	0,000	0,783
Garantia	0,000	0,677
Empatia	0,000	0,638

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A Tabela 2 indica a inadequação da análise fatorial na dimensão “Tangibilidade” perante a não rejeição da hipótese nula do teste de esfericidade de Bartlett, conforme Fávero *et al.* (2009). Ainda de acordo com estes autores, as demais dimensões, que são fiáveis em relação ao referido teste por não apresentarem características de uma matriz identidade, são também adequadas quanto ao critério KMO, valor este superior a 0,6 em todos os casos mencionados.

Por sua vez, a Tabela 3 denota as estatísticas descritivas dos regressores e dos regressandos efetivamente utilizados na pesquisa.

**Tabela 3 – Estatísticas descritivas**

Painel A – Variáveis com propriedades métricas					
Variável	Média	Mediana	Desvio-Padrão	Mínimo	Máximo
CONF	6,33	6,58	1,25	2,64	7,43
RESP	5,53	5,80	1,20	2,88	7,22
GRNT	6,22	6,25	0,93	3,58	7,27
EMPT	3,09	2,45	1,65	0,90	5,48
PERM	2,42	2,50	1,72	0	5
HON	867749	342434	1017586	24000	5000000
Painel B – Variáveis dicotômicas					
Variável	Casos “0”		Casos “1”		
TAM	9		17		
ROD	20		6		

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Em relação ao Painel A da Tabela 3, é possível perceber médias muito próximas das medianas para as variáveis CONF, RESP, GRNT, EMPT e PERM, sendo os desvios-padrão dessas variáveis consideravelmente baixos. A exceção fica por conta da variável HON, que possui uma dispersão maior em função da maior amplitude de seus valores.

Já no que diz respeito ao Painel B, há predominância de empresas *big four* na amostra (65%), confirmando a tendência geral do mercado de capitais nacional (DANTAS *et al.*, 2012; VELOZO *et al.*, 2014). Ademais, na maioria das vezes (77%), os respondentes não estavam vivenciando as circunstâncias do rodízio da firma de auditoria.

Quanto às análises das regressões estimadas por MDA, é mister destacar que nenhuma das variáveis de estímulo apresentou Fator de Inflação de Variância (FIV) superior a 3 unidades. Dessa forma, não há indícios de elevada multicolinearidade entre tais variáveis (GUJARATI; PORTER, 2011) que viriam a ser prejudiciais para os modelos propostos.

Assim, a Tabela 4 reporta os resultados obtidos nessa fase dos procedimentos metodológicos.

**Tabela 4 – Resultados das equações (1), (2), (3) e (4)**

Variáveis de resposta	Regressores	Coefficientes	p-valores
CONF	TAM	0,4181743	0,705
	PERM	-0,0186989	0,968
	ROD	-0,6201593	0,746
	HON	1,17e-07	0,623
	Intercepto	6,430563	0,001***
RESP	TAM	-0,5506488	0,340
	PERM	0,0943364	0,677
	ROD	-0,1701083	0,853
	HON	1,78e-07	0,196
	Intercepto	5,653785	0,000***
GRNT	TAM	-1,25504	0,095*
	PERM	0,1976055	0,513
	ROD	0,4852211	0,700
	HON	1,91e-07	0,327
	Intercepto	6,421005	0,000***
EMPT	TAM	1,815251	0,333
	PERM	0,7116743	0,396
	ROD	2,361914	0,455
	HON	-7,73e-07	0,096*
	Intercepto	0,0964659	0,973

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Frente aos diagnósticos da Tabela 4, é evidenciado que, dado o presente conjunto amostral e o nível de significância previamente estabelecido (5%), nenhuma das variáveis de estímulo é estatisticamente significativa na explicação de qualquer um dos regressandos dispostos, quais sejam, CONF, RESP, GRNT ou EMPT.

Isso pode estar de acordo com os achados de Ismail *et al.* (2006), quando estes perceberam que os clientes das empresas de capital aberto da Malásia estavam insatisfeitos com todas as dimensões da escala SERVQUAL em relação aos serviços de auditoria contratados, exceto em relação a dimensão “tangibilidade”.

Este resultado demonstra que a literatura acadêmica não está em consonância com a percepção dos CEO’s das empresas de capital aberto no Brasil. Há sugestão de que, perante os respondentes:

- (a) O tamanho da firma não seja um fator relevante para uma auditoria de qualidade, contrariando desde pesquisas clássicas como as DeAngelo (1981) e Teoh e Wang (1993) até pesquisas nacionais contemporâneas, como a de Silvestre, Costa e Kronbauer (2018);

- (b) O tempo de permanência de uma firma de auditoria em um determinado cliente não afete a independência do auditor e nem aumente seu conhecimento específico ao ponto de influenciar a qualidade de seus serviços, refutando as ideias de Myers, Myers e Omer (2003), Carey e Simnett (2006), Junaidi *et al.* (2014), Gaver e Utke (2018), entre outros.
- (c) O rodízio das firmas de auditoria, de igual forma ao caso anterior, seja indiferente na determinação de um serviço de auditoria de qualidade, contrariando a vasta literatura favorável à essa variável (DEFOND; ZHANG, 2014), bem como a linha de argumentos contrária (BECK; WU, 2006).
- (d) Os honorários cobrados pelas firmas de auditoria não sejam capazes de melhorar a qualidade da auditoria prestada, ainda que esse fator venha a ser decisivo para a contratação de auditores mais experientes e/ou de mais horas trabalhadas (FRANCIS, 2004). E, também, que tais honorários não sejam potenciais redutores de independência dos auditores, indo ao encontro das premissas de Becker *et al.* (1998) e Hoitash, Markelevich e Barragato (2007), por exemplo.

Desta forma, são rejeitadas, a princípio, todas as quatro hipóteses de pesquisa. Contudo, conforme destacado na seção anterior, isso ainda foi verificado diante das tradicionais estimações por Mínimos Quadrados Ordinários.

Para este tipo de estimação são necessárias algumas suposições prévias acerca dos dados, especialmente considerando o reduzido número de observações desta pesquisa. Percebendo a grande dispersão da variável HON, esta foi transformada em sua forma de logaritmo natural, gerando a variável lnHON. Tal procedimento foi adotado visando adequar os resíduos da regressão em uma tendência normal, algo indiretamente necessário para uma adequada estimação MQO.

A Tabela 5, a seguir, detalha o resultado dos testes de Jarque-Bera e Breusch-Pagan para a verificação das condições de normalidade e homocedasticidade dos resíduos.

**Tabela 5 – Pressupostos básicos / Análise complementar (MQO)**

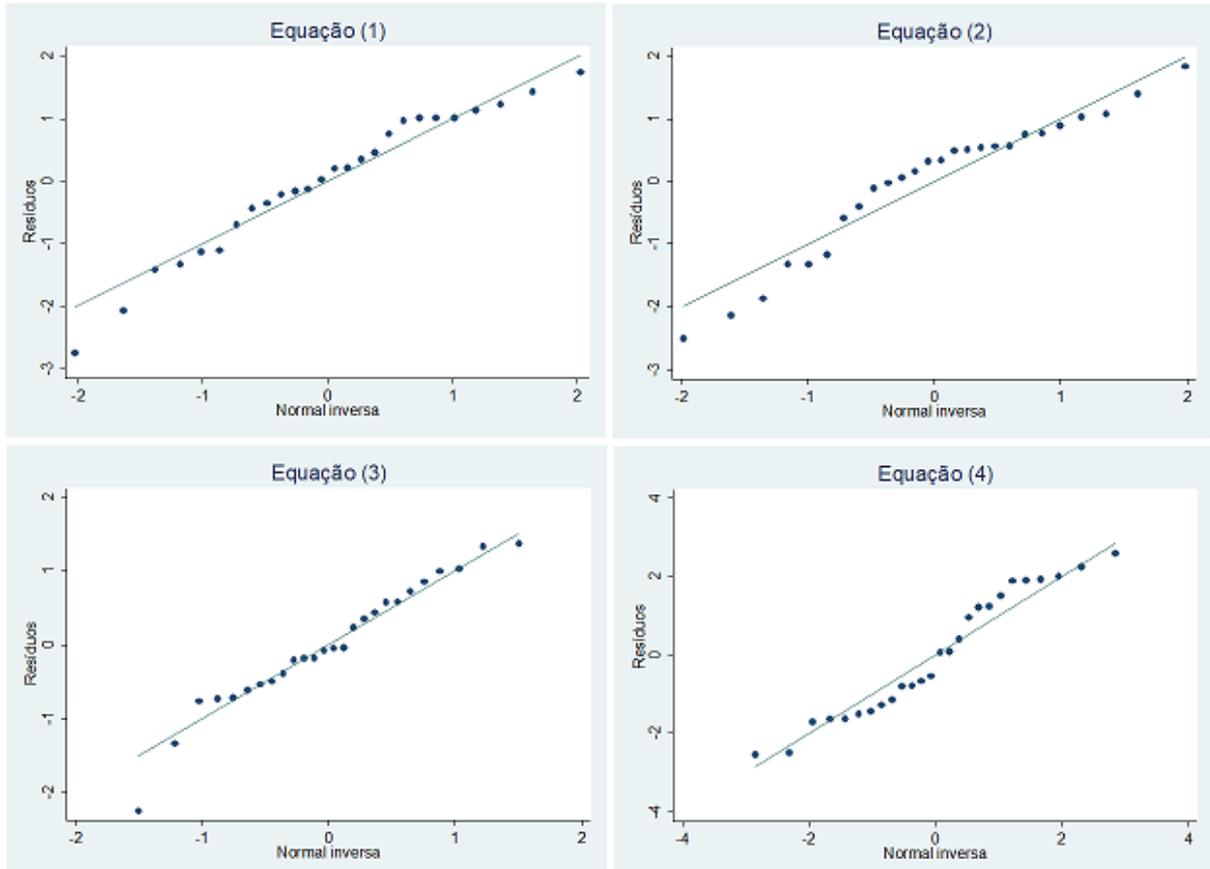
Equação	Teste Jarque-Bera	Teste Breusch-Pagan
(1)	0,4394	0,0044
(2)	0,3040	0,1802
(3)	0,5804	0,0471
(4)	0,3661	0,6508

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os resultados evidenciam que os resíduos das equações (1) e (3) apresentam heterocedasticidade, prejudicando a qualidade do modelo. Para solucionar este problema foi adotada a correção robusta de White em tais casos, ajustando os respectivos erros-padrão (GUJARARI; PORTER, 2011).

Já em relação ao teste Jarque-Bera, nota-se a não rejeição das hipóteses nulas de normalidade dos resíduos em todas as equações, sugerindo a validade da logaritmização da variável HON em seu valor original dados os propósitos supracitados. Mas, considerando que em amostras pequenas os testes de normalidade podem não apresentar a veracidade dos fatos (RAZALI; WAH, 2011), são apresentados, complementarmente, os gráficos de probabilidade normal.

**Figura 2 – Gráficos de probabilidade de normalidade dos resíduos**



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A Figura 2 reporta, de uma forma geral, uma tendência de normalidade dos resíduos, corroborando os resultados dos testes Jarque-Bera. Com isso, faz-se adequada a análise complementar diante da estimação MQO. Os resultados obtidos são elencados na Tabela 6.

**Tabela 6 – Resultados das equações (1), (2), (3) e (4) / Análise complementar (MQO)**

Painel A			
Variáveis de resposta	Regressores	Coefficientes	p-valores
CONF	TAM	0,4410588	0,502
	PERM	0,4497142	0,191
	ROD	1,078402	0,426
	lnHON	-0,1303503	0,549
	Intercepto	6,355198	0,033**
RESP	TAM	-1,093712	0,124
	PERM	0,2486898	0,303
	ROD	0,9781262	0,305
	lnHON	0,170249	0,503
	Intercepto	3,264842	0,274
GRNT	TAM	-0,5598009	0,331
	PERM	0,3345048	0,124
	ROD	0,9001542	0,338
	lnHON	0,0414864	0,821
	Intercepto	5,047684	0,057*
EMPT	TAM	0,6325407	0,525
	PERM	0,2312376	0,502
	ROD	1,045131	0,443
	lnHON	-0,0168162	0,963
	Intercepto	2,087008	0,622

Painel B			
Equação	F	p-valor (F)	R <sup>2</sup>
(1)	0,86	0,5017	0,1768
(2)	0,87	0,4955	0,1429
(3)	1,70	0,1870	0,1790
(4)	0,41	0,7976	0,0729

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Com os dados dispostos na Tabela 6, uma vez mais, tem-se a insignificância estatística das variáveis de estímulo – referentes às características das firmas de auditoria – na relação com a qualidade de auditoria – mensurada diante da escala SERVQUAL.

As hipóteses nulas de todos os coeficientes individuais e, por consequência, do modelo como um todo, não foram rejeitadas, vide p-valores e p-valores (F), todos superiores a 0,005, que representava o nível de confiança proposto, indicando a inexistência de relação linear em todos os casos.

Assim, os resultados obtidos nesta etapa de análise complementar corroboram os achados anteriores (estimados por mínimos desvios absolutos) e, conseqüentemente, são mantidas as sugestões de rejeição das hipóteses H1, H2, H3 e H4 da pesquisa.

## 5. Considerações finais

A qualidade da auditoria tem sido alvo de pesquisas acadêmicas de forma rotineira desde o trabalho de DeAngelo (1981). O interesse nessa medida, contudo, é acompanhado por diversas contrariedades, especialmente no tocante aos problemas de mensuração dessa variável latente.

Em que pese este fato, muitos autores passaram a se valer de diversas características das firmas de auditoria como artefatos para medir o nível de qualidade de um serviço de auditoria. A literatura acerca do tema, embora ambígua em diversos casos, é amplamente fundamentada.

Mas, sendo a auditoria uma espécie de serviço prestado, não há distinção desta em relação aos demais serviços em termos de diferenciação do entendimento de “qualidade” perante os prestadores dos serviços e os clientes. Assim, esta pesquisa buscou investigar se as características das firmas de auditoria influenciavam a percepção sobre a qualidade de auditoria perante os CEO’s das empresas do mercado de capitais do Brasil.

Como alicerce metodológico para esta missão, foi utilizada a renomada e adaptável escala SERVQUAL, mais especificamente, a sua adaptação ao cenário da auditoria independente, feita por Ismail *et al.* (2006).

Diante de regressões estimadas por mínimos desvios absolutos e, complementarmente, de regressões estimadas por mínimos quadrados ordinários, foi percebida a inexistência – em termos estatísticos – de influência das principais *proxies* de qualidade de auditoria na percepção da referida qualidade perante os consumidores dos serviços, ou seja, pelas empresas (representadas pelos seus líderes máximos). Este fato conduziu a rejeição das quatro hipóteses de pesquisa desenhadas.

Este resultado traz à tona uma importante questão: a dualidade de pensamentos entre os acadêmicos e os praticantes da ciência contábil (INANGA; SCHNEIDER, 2005). No que se refere à qualidade de auditoria, fica evidenciado (considerando os dados dessa pesquisa), que os clientes dos serviços de auditoria (neste caso, empresas de capital aberto no Brasil) possuem uma visão divergente do que é explorado em larga escala na literatura.

Tal fato é inquietante no sentido de que, aparentemente, todo o aparato literário acerca da qualidade de auditoria seja ineficiente aos olhos dos consumidores diretos dos serviços de auditoria.

Nessa esteira, esta pesquisa contribui na frente teórica ao adentrar o tema da qualidade de auditoria sob uma nova lente, a dos clientes, algo tido como necessário segundo Christensen *et al.* (2016). Não obstante, os achados do estudo reforçam o distanciamento entre o cerne acadêmico contábil e a efetiva prática desta ciência, conforme destacado por Inanga e Schneider (2005), portanto, desta pesquisa emergem também contribuições práticas ao dispor aos auditores noções gerais sobre o que não é determinante para uma auditoria de qualidade na percepção dos seus clientes, aqui representados pelos CEO's de empresas listadas na [B]<sup>3</sup>.

E, justamente nessa direção, surge a principal sugestão para futuras pesquisas. Se as características das firmas de auditoria não são relevantes para a qualidade da auditoria na visão dos clientes, contrariando a literatura acadêmica, então quais seriam os fatores responsáveis por tal função? Estudos que venham a conseguir atender, ainda que parcialmente, este objetivo, auxiliariam os acadêmicos bem como os envolvidos na relação auditor x auditado de forma direta ao disponibilizar medidas de aproximação de propósitos nos serviços de auditoria.

Importante ressaltar que os resultados aqui apresentados devem ser compreendidos com limitações. A mais importante delas diz respeito ao tamanho da amostra. Embora tenham sido tomados todos os cuidados estatísticos para a realização de inferências corretas, uma pequena amostra pode não representar a realidade dos fatos. Assim, uma segunda oportunidade de pesquisa seria a replicação deste estudo considerando novos conjuntos amostrais (talvez agregando diferentes mercados de capitais ou mesmo considerando empresas de capital fechado).

Ainda em relação à amostra, mas sob a perspectiva de autenticidade dos respondentes, os resultados desta pesquisa – assim como os de quaisquer outras que utilizem instrumentos de coleta de dados *online* – devem ser entendidos com certa cautela, conforme Shannon *et al.* (2002), ainda que o fio condutor do questionário aqui apresentado tenha sido o canal de RI das empresas.

Uma outra limitação desta pesquisa é que foram consideradas apenas algumas *proxies* de qualidade de auditoria destacadas na literatura (embora as escolhidas sejam as mais comuns). Assim, pesquisas posteriores poderiam verificar se medidas não observáveis ressaltadas pela literatura como importantes para uma auditoria de qualidade também são assim compreendidas por parte dos clientes das firmas de auditoria.

## REFERÊNCIAS

- AL-THUNEIBAT, A. A.; AL ISSA, R. T. I.; ATA BAKER, R. A. Do audit tenure and firm size contribute to audit quality? Empirical evidence from Jordan. **Managerial Auditing Journal**, v. 26, n. 4, p. 317-334, 2011.
- AOBDIA, D. Do practitioner assessments agree with academic proxies for audit quality? Evidence from PCAOB and internal inspections. **Journal of Accounting and Economics**, v. 67, n. 1, p. 144-174, 2019.
- ASARE, S. K.; WRIGHT, A.; ZIMBELMAN, M. F. Challenges facing auditors in detecting financial statement fraud: Insights from fraud investigations. **Journal of Forensic and Investigative Accounting**, v. 7, n. 2, p. 63-111, 2015.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 7<sup>a</sup> ed. Florianópolis: Editora UFSC, 2011.
- BECK, P. J.; WU, M. G. H. Learning by doing and audit quality. **Contemporary Accounting Research**, v. 23, n. 1, p. 1-30, 2006.

- BECKER, C. L.; DEFOND, M. L.; JIAMBALVO, J.; SUBRAMANYAM, K. R. The effect of audit quality on earnings management. **Contemporary Accounting Research**, v. 15, n. 1, p. 1-24, 1998.
- BISTAFFA, B. C. **Incorporação de indicadores categóricos ordinais em modelos de equações estruturais**. 2010. Dissertação (Mestrado em estatística). Universidade de São Paulo, São Paulo.
- BUTCHER, K.; HARRISON, G.; ROSS, P. Perceptions of audit service quality and auditor retention. **International Journal of Auditing**, v. 17, n. 1, p. 54-74, 2013.
- BOON, K.; MCKINNON, J.; ROSS, P. Audit service quality in compulsory audit tendering: Preparer perceptions and satisfaction. **Accounting Research Journal**, v. 21, n. 2, p. 93-122, 2008.
- CAREY, P.; SIMNETT, R. Audit partner tenure and audit quality. **The Accounting Review**, v. 81, n. 3, p. 653-676, 2006.
- CARRERA, N.; TROMBETTA, M. A pequena vira grande! O papel das “pequenas” auditorias no estudo do mercado de auditoria. **Revista Contabilidade & Finanças-USP**, v. 29, n. 76, p. 9-15, 2018.
- CHRISTENSEN, B. E.; GLOVER, S. M.; OMER, T. C.; SHELLEY, M. K. Understanding audit quality: Insights from audit professionals and investors. **Contemporary Accounting Research**, v. 33, n. 4, p. 1648-1684, 2016.
- DANTAS, J. A.; CHAVES, S. M. T.; SOUSA, G. A.; SILVA, E. M. Concentração de auditoria no mercado de capitais brasileiro. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 6, n. 14, p. 4-21, 2012.
- DANTAS, J. A.; MEDEIROS, O. R. Determinantes de qualidade da auditoria independente em bancos. **Revista Contabilidade & Finanças-USP**, v. 26, n. 67, p. 43-56, 2015.
- DEANGELO, L. E. Auditor size and audit quality. **Journal of Accounting and Economics**, v. 3, n. 3, p. 183-199, 1981.
- DEFOND, M. L.; SUBRAMANYAM, K. R. Auditor changes and discretionary accruals. **Journal of Accounting and Economics**, v. 25, n. 1, p. 35-67, 1998.
- DEFOND, M. L.; ZHANG, J. A review of archival auditing research. **Journal of Accounting and Economics**, v. 58, n. 2-3, p. 275-326, 2014.
- DEIS JR, D. R.; GIROUX, G. A. Determinants of audit quality in the public sector. **Accounting Review**, p. 462-479, 1992.
- DUARTE, F. C. L.; GIRÃO, L. F. A. P.; PAULO, E.. Avaliando Modelos Lineares de Value Relevance: Eles Captam o que Deveriam Captar? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. spe, p. 110-134, 2017.
- FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAN, B. L. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- FIRMINO, J. E.; PAULO, E. Aspectos Comportamentais no Julgamento dos Auditores Independentes. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 16, n. 3, p. 17-40, 2013.

- FRANCIS, J. R. What do we know about audit quality? **The British Accounting Review**, v. 36, n. 4, p. 345-368, 2004.
- GAVER, J. J.; UTKE, S. Audit quality and specialist tenure. **The Accounting Review**, v. 94, n. 3, p. 113-147, 2018.
- GONÇALVES, T.; GAIO, C.; SANTOS, T. Mulheres no Board: Elas gerem resultados? Evidência empírica das empresas europeias cotadas. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 21, n. 3, p. 582-597, 2019.
- GOODWIN, J.; WU, D. What is the relationship between audit partner busyness and audit quality? **Contemporary Accounting Research**, v. 33, n. 1, p. 341-377, 2016.
- GUJARATI, D. N.; PORTER, D. C. **Econometria Básica**. 5. Ed. São Paulo: AMGH Editora, 2011.
- GUL, F. A.; KIM, J. B.; QIU, A. A. Ownership concentration, foreign shareholding, audit quality, and stock price synchronicity: Evidence from China. **Journal of Financial Economics**, v. 95, n. 3, p. 425-442, 2010.
- HOLGADO–TELLO, F. P. et al. Polychoric versus Pearson correlations in exploratory and confirmatory factor analysis of ordinal variables. **Quality & Quantity**, v. 44, n. 1, p. 153, 2010.
- HOITASH, R.; MARKELEVICH, A.; BARRAGATO, C. A. Auditor fees and audit quality. **Managerial Auditing Journal**, v. 22, n. 8, p. 761-786, 2007.
- INANGA, E. L.; SCHNEIDER, W. B. The failure of accounting research to improve accounting practice: a problem of theory and lack of communication. **Critical Perspectives on Accounting**, v. 16, n. 3, p. 227-248, 2005.
- ISMAIL, I.; HARON, H., IBRAHIM, D. N.; ISA, S. M. Service quality, client satisfaction and loyalty towards audit firms: Perceptions of Malaysian public listed companies. **Managerial auditing journal**, v. 21, n. 7, p. 738-756, 2006.
- JIANG, J. X.; WANG, I. Y.; WANG, K. P. Big N auditors and audit quality: New evidence from quasi-experiments. **The Accounting Review**, 2018.
- JUNAIDI, J.; APRIYANTO, H. P.; NURDIONO, N.; SUWARDI, E. The effect of audit firm tenure in artificial rotation on audit quality. **Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura**, v. 17, n. 3, p. 439-448, 2015.
- KHANI, M. K.; NOROOZIAN, M. Analyzing the Effective Factors on Internal Audit Quality of Health Insurance Organization of Iran. **International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences**, v. 8, n. 1, p. 19-25, 2018.
- LARCKER, D. F.; RICHARDSON, S. A. Fees paid to audit firms, accrual choices, and corporate governance. **Journal of Accounting Research**, v. 42, n. 3, p. 625-658, 2004.
- LEE, H. S.; NAGY, A. L.; ZIMMERMAN, A. B. Audit partner assignments and audit quality in the United States. **The Accounting Review**, 2018.
- LEVINE, R. Stock markets, growth, and tax policy. **The Journal of Finance**, v. 46, n. 4, p. 1445-1465, 1991.

- LEWIS, R. C.; BOOMS, B. H. The marketing aspects of service quality. **Emerging Perspectives on Services Marketing**, v. 65, n. 4, p. 99-107, 1983.
- LOBO, G. J.; ZHAO, Y. Relation between audit effort and financial report misstatements: Evidence from quarterly and annual restatements. **The Accounting Review**, v. 88, n. 4, p. 1385-1412, 2013.
- MACCALLUM, R. C. et al. Sample size in factor analysis. **Psychological methods**, v. 4, n. 1, p. 84, 1999.
- MAGEE, R. P.; TSENG, M. C. Audit pricing and independence. **Accounting Review**, p. 315-336, 1990.
- MANRY, D. L.; MOCK, T. J.; TURNER, J. L. Does increased audit partner tenure reduce audit quality? **Journal of Accounting, Auditing & Finance**, v. 23, n. 4, p. 553-572, 2008.
- MESSIER, W. Jr.; S. M. GLOVER; D. PRAWITT. **Auditing and assurance services: A systematic approach**, 9. ed. New York: McGraw-Hill Irwin, 2014.
- MONTEIRO, N. J. et al. Avaliação do serviço de coleta para exame colpocitológico pela escala SERVQUAL. **Revista brasileira de enfermagem**, v. 72, n. 1, p. 118-124, 2019.
- MYERS, J. N.; MYERS, L. A.; OMER, T. C. Exploring the term of the auditor-client relationship and the quality of earnings: A case for mandatory auditor rotation? **The Accounting Review**, v. 78, n. 3, p. 779-799, 2003.
- OHLSON, J. A.; KIM, S. Linear valuation without OLS: the Theil-Sen estimation approach. **Review of Accounting Studies**, v. 20, n. 1, p. 395-435, 2015.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. **Journal of retailing**, v. 64, n. 1, p. 12, 1988.
- PREACHER, K. J.; MACCALLUM, R. C. Exploratory factor analysis in behavior genetics research: Factor recovery with small sample sizes. **Behavior genetics**, v. 32, n. 2, p. 153-161, 2002.
- RAZALI, N. M.; WAH, Y. B. Power comparisons of shapiro-wilk, kolmogorov-smirnov, lilliefors and anderson-darling tests. **Journal of statistical modeling and analytics**, v. 2, n. 1, p. 21-33, 2011.
- SHANNON, D. M. et al. Using electronic surveys: Advice from survey professionals. **Practical assessment, research & evaluation**, v. 8, n. 1, p. 1-2, 2002.
- SILVESTRE, A. O.; COSTA, C. M.; KRONBAUER, C. A. Rodízio de Auditoria e a Qualidade dos Lucros: Uma Análise a Partir dos Accruals Discricionários. **Brazilian Business Review**, v. 15, n. 5, p. 410-426, 2018.
- TEOH, S. H.; WONG, T. J. Perceived auditor quality and the earnings response coefficient. **Accounting Review**, p. 346-366, 1993.
- TURK, Z.; AVCILAR, M. Y. The effects of perceived service quality of audit firms on satisfaction and behavioural intentions: A Research on the Istanbul stock exchange listed companies. **Research Journal of Business Management**, v. 2, n. 1, p. 36-46, 2009.

VELOZO, E. J.; PINHEIRO, L. B.; SANTOS, M. J. S.; CARDOZO, J. S. S. Concentração de Firms de Auditoria: Atuação das Big Four no Cenário Empresarial Brasileiro. **Pensar contábil**, v. 15, n. 58, 2014.

VIEIRA, C. A. M.; MARTINS, O. S. Influência da estrutura do conselho de administração e do controle corporativo no turnover do CEO das empresas abertas no Brasil. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 15, n. 34, p. 181-201, 2018.

WINTER, J. C. F.; DODOU, D.; WIERINGA, P. A. Exploratory factor analysis with small sample sizes. **Multivariate behavioral research**, v. 44, n. 2, p. 147-181, 2009.

YILDIRIM, K. E., YILDIRIM, A.; OZCAN, S. Integrated Usage of the SERVQUAL and Quality Function Deployment Techniques in the Assessment of Public Service Quality: The Case of Ardahan Municipality. **Business and Economics Research Journal**, v. 10, n. 4, p. 885-901, 2019.

## APÊNDICE

### PARTE 1 – PERFIL DO RESPONDENTE

- Com qual gênero você mais se identifica?

Masculino       Feminino       Outro / Nenhum

- Qual a sua idade (em anos completos)?

\_\_\_ anos

### PARTE 2 – CARACTERÍSTICAS DA FIRMA DE AUDITORIA

- A firma de auditoria que atualmente presta serviços à sua organização é uma das quatro maiores empresas de auditoria do mundo – *Big four* (Deloitte, EY, KPMG ou PWC)?

SIM       NÃO

- Há quantos anos ininterruptos sua organização é cliente da atual firma de auditoria?

0, ou seja, é o primeiro ano de serviços prestados pela atual firma de auditoria à minha organização

\_\_\_ ano(s) completo(s)

- Qual o valor, em reais, cobrado por esta firma de auditoria pela prestação anual de serviços à sua organização?

R\$ \_\_\_\_\_

### PARTE 3 – QUALIDADE DA AUDITORIA PERCEBIDA

- Em relação aos atuais serviços prestados pela firma de auditoria à sua organização, escolha a opção que melhor reporte sua concordância sobre cada assertiva diante de uma escala que vai de 1 a 7, sendo: 1 (Discordo totalmente); 4 (Neutro / Indiferente); e 7 (Concordo totalmente).

1. A empresa de auditoria está equipada com a mais recente tecnologia da informação.

1    2    3    4    5    6    7

2. As instalações físicas da firma de auditoria são visualmente atraentes.

1  2  3  4  5  6  7

3. Os funcionários estão bem vestidos e parecem arrumados, demonstrando profissionalismo.

1  2  3  4  5  6  7

4. A empresa de auditoria presta serviços dentro de um determinado prazo, conforme prometido.

1  2  3  4  5  6  7

5. A empresa de auditoria é solidária e tranquiliza os problemas dos clientes.

1  2  3  4  5  6  7

6. A empresa de auditoria é confiável na prestação de seus serviços.

1  2  3  4  5  6  7

7. A empresa de auditoria possui funcionários tecnicamente competentes para executar o serviço.

1  2  3  4  5  6  7

8. A empresa de auditoria fornece serviços oportunos.

1  2  3  4  5  6  7

9. A empresa de auditoria fornece serviços rápidos.

1  2  3  4  5  6  7

10. Os funcionários da empresa de auditoria demonstram vontade de ajudar seus clientes.

1  2  3  4  5  6  7

11. Minha organização pode confiar nos funcionários da empresa de auditoria.

1  2  3  4  5  6  7

12. Minha organização acredita que a confidencialidade das transações será mantida pela empresa de auditoria.

1  2  3  4  5  6  7

13. Os funcionários da empresa de auditoria são educados.

1  2  3  4  5  6  7

14. Os funcionários da empresa de auditoria receberam apoio adequado de sua organização para desempenhar bem sua tarefa.

1  2  3  4  5  6  7

15. Os serviços prestados pela empresa de auditoria são proporcionais aos honorários cobrados.

1  2  3  4  5  6  7

16. A empresa de auditoria não presta atenção individual à minha organização.

1  2  3  4  5  6  7

17. Os funcionários da empresa de auditoria não conhecem as necessidades da minha organização.

1  2  3  4  5  6  7

18. A empresa de auditoria não tem em mente o melhor interesse da minha organização.

1    2    3    4    5    6    7

19. A empresa de auditoria não visita minha organização em horários convenientes para nós.

1    2    3    4    5    6    7

20. A empresa de auditoria informa minha organização exatamente quando os serviços serão executados.

1    2    3    4    5    6    7

21. A firma de auditoria possui documentação adequada do trabalho de auditoria realizado.

1    2    3    4    5    6    7

22. Os relatórios preparados pela empresa de auditoria são facilmente compreendidos pela minha organização.

1    2    3    4    5    6    7