



Fatores Determinantes dos Honorários da Auditoria das Empresas Listadas no Novo Mercado da BM&FBOVESPA

Factors that Determine the Audit Fees Paid by the Companies Listed on the Novo Mercado of the BM&FBOVESPA

Itzhak David Simão Kaveski¹, Paulo Roberto da Cunha²

RESUMO

Este estudo objetiva identificar fatores que influenciam na determinação dos honorários de auditoria externa das empresas listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa. A pesquisa classifica-se como um estudo descritivo, documental e de caráter quantitativo por meio da análise de dados em painel. O universo de pesquisa foi composto por companhias listadas no Novo Mercado da BM&FBovespa, a amostra totalizou em 83 empresas, no período de 2010 a 2011. Os resultados indicam que a relação positiva encontrada entre o tamanho e os honorários de auditoria sugerem que quanto maior o tamanho da empresa auditada, maior será a carga de trabalho de auditoria, assim mais taxa de auditoria são cobradas, confirmando a hipótese 1 da pesquisa. Contrariando a hipótese 4 da pesquisa, a alavancagem apresentou relação negativa, isto sugere que empresas menos alavancadas pagam mais honorários de auditoria. Por fim, para a rentabilidade do ativo total e *Market-to-Book*, não houve relação significativa, rejeitando a hipótese 2 e 3 da pesquisa. Conclui-se que o tamanho e a alavancagem são fatores determinantes para explicar os honorários de auditoria externa, assim, quanto maior for o tamanho da empresa e menor a sua alavancagem, maiores serão os honorários dos auditores independentes das empresas do Novo Mercado.

Palavras-chave: Honorários da auditoria; Teoria da Agência; Governança Corporativa.

ABSTRACT

This study identifies the factors that influence the determination of the external audit fees paid by companies listed on the Novo Mercado segment of the BM&FBovespa stock exchange. The research carried out was descriptive and predominantly quantitative in nature, carried out by means of analysis of panel data. The sample consisted of the 83 companies listed on the Novo Mercado of the BM&FBovespa during 2010 and 2011. The finding of a positive relationship between firm size and audit fees suggests that the larger the size of the audited company, the greater the audit workload and, thus, the greater the audit fees charged, confirming hypothesis 1 of the research. Contrary to research hypothesis, leverage showed a negative relationship, suggesting that less leveraged companies pay more audit fees. Finally, with respect to the profitability of total assets and Market-to-Book, no significant relationships were found, resulting in rejection of research hypotheses 2 and 3. It is concluded that size and leveraging are the factors that determine the external audit fees paid by the companies

¹ Professor de Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/CPAN – Avenida Rio Branco, 1.270, Sala H 221, Bairro Universitário, CEP 79304-020, Corumbá, Mato Grosso do Sul, Brasil. - itzhak.kaveski@ufms.br

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Regional de Blumenau – FURB – e professor da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC – Rua Antônio da Veiga, 140 – Sala D 202, Victor Konder, CEP 89012-900, Blumenau, Santa Catarina, Brasil. - pauloccsa@furb.br

investigated Thus, the larger the size of the company and the less its leveraging, the higher the fees of the independent auditors of the companies in the Novo Mercado.

Keywords: *Audit fees; Agency Theory; Corporate Governance.*

1 INTRODUÇÃO

Casos de manipulação de resultados no ano de 2001, sucedidos de um escândalo contábil da empresa Enron, acarretaram uma discussão sobre Governança Corporativa no mundo, além de atrair a atenção novamente para a auditoria externa (Hallak, & Silva, 2012; Xu, 2011;). A auditoria externa trabalha como um mecanismo de Governança Corporativa. Segundo Almeida (2011, p. 16), a auditoria “contribui para a qualidade e transparência da informação contábil por meio do monitoramento das informações financeiras divulgadas ao mercado e da identificação e apontamento de irregularidades contábeis praticadas por seus clientes”.

Um dos problemas que ocorre nas entidades é a manifestação dos conflitos de agência. De acordo com Jensen e Meckling (1976), o conflito de agência ocorre quando existe discordâncias de interesses entre os gestores e os acionistas. Os autores ressaltam que esse conflito ocorre quando os gerentes colocam seus interesses pessoais a frente dos acionistas na companhia.

Um dos meios de minimizar esta discordância de interesses entre os gestores e acionistas é por meio dos custos de agência. Jensen e Meckling (1976) referem-se aos custos de agência ao fato dos acionistas esperarem uns dispêndios dos gestores com despesas de monitoramento das atividades dos agentes pelo principal, cobertura de seguros para proteger os principais de ações danosas dos agentes e perdas residuais provenientes da redução da riqueza do principal, em função da divergência de interesse e decisões do agente em relação ao principal, provando assim que os mesmos estão agindo conforme o objetivo principal da empresa, a obtenção de resultados econômicos. Conforme os autores, entre os gastos com o monitoramento, encontram-se os custos com auditoria externa.

De acordo com Silva (2011, pp. 8-9), a auditoria externa auxilia “o relacionamento entre os diversos usuários da contabilidade, o que engloba, evidentemente, os acionistas, ao assegurar a devida divulgação de informações úteis, fidedignas, detalhadas, relevantes e oportunas pela empresa auditada”. Entretanto, Antle *et al.* (2006) inferem que se boa parte dos honorários das firmas de auditoria for originário de uma única empresa, pode ocorrer que as firmas aceitem os critérios contábeis ilícitos da empresa.

Estudos foram realizados em diferentes países a fim de compreender o pagamento dos honorários dos auditores externos pelas empresas, no intuito de explicar os fatores que determinem seu custo, trazendo contribuições nesse campo da pesquisa. Os fatores determinantes dos honorários compreendem, tamanho da empresa, rentabilidade, alavancagem, *Market-to-Book*, a empresa ser auditada por uma BIG4, dualidade do diretor, tamanho do conselho de administração, independência do conselho de administração, presença de comitê de auditoria e tamanho do comitê de auditoria, entre outros (Whisenant *et al.*, 2003; Antle *et al.*, 2006; Hay *et al.*, 2008; Thinggaard & Kiertzner, 2008; Zaman *et al.*, 2011; Gotti *et al.*, 2012; Wang *et al.*, 2012; Zerni, 2012; Hallak & Silva, 2012; Xu, 2011).

A proposição do presente estudo caminha na finalidade de contribuir no estudo dos fatores determinantes dos honorários das firmas de auditoria das empresas do Novo Mercado listadas na BM&FBovespa. Considerando a relevância do segmento do Novo Mercado, no qual as empresas se comprometem com a adoção de práticas de Governança Corporativa

adicionais em relação ao que é exigido pela legislação, o estudo parte da seguinte indagação: Quais os fatores determinantes dos honorários da auditoria das empresas listadas da BM&FBovespa? O objetivo deste estudo é verificar os fatores que influenciam na determinação dos honorários de auditoria externa das empresas listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa.

A justificativa para o estudo é que a auditoria externa é cada vez mais importante para as organizações no ambiente moderno. Assim, a contribuição do estudo está em verificar se os fatores, tais como tamanho da empresa, retorno sobre o ativo total, alavancagem e *Market-to-Book* influenciam nos honorários dos auditores independentes. A justificativa da escassez no debate em relação à remuneração dos auditores externos se aplica especialmente no contexto brasileiro, com normativas recentes a respeito da obrigação das empresas em divulgar os gastos com honorários.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Teoria da Agência

De acordo com Nascimento *et al.* (2007), quando as empresas são administradas apenas pelos seus próprios sócios, a propriedade e o controle da organização estão totalmente centralizadas no mesmo indivíduo, isto é, nos sócios que buscam a obtenção de resultados econômicos. Contudo, os autores abordam que as entidades só podem ser controladas por seus sócios, desde que seu porte assim o permita, à medida que vão se desenvolvendo, as organizações tornam-se mais complexas, necessitando de delegação do controle pelo proprietário aos administradores.

Este princípio levou às investigações de Berle e Means (1932) com a obra *The Modern Corporation and Private Property*, sobre os conflitos de interesses entre os sócios e seus gestores, o que poderia acarretar o desempenho e o valor das companhias. Os autores observaram que os gestores, possuindo maior controle administrativo da empresa, podem acarretar a agir em seu interesse próprio e não mais aos dos acionistas.

Coase (1937) foi um dos pioneiros da natureza da firma, no que se refere à existência de relações contratuais (as franquias, as alianças estratégicas, a subcontratação e as parcerias como relações típicas de produção), estabelecidas pelos agentes (trabalhadores, executivos e clientes) dentro da empresa. Diversos foram os trabalhos que surgiram após o de Coase (1937) que abordaram a natureza da firma, como o de Wilson (1968), Spence e Zeckhauser (1971) e Alchian e Demsetz (1972). Os trabalhos dos autores supracitados auxiliaram para a formalização da teoria da agência por Jensen e Meckling (1976), que se focalizaram na relação entre os gestores e os acionistas.

Jensen e Meckling (1976) definem uma relação de agência (antes chamada de relação contratual) como um contrato no qual uma ou mais pessoas encarrega a outra a obrigação de exercer algum serviço que envolva a tomada de decisão. Existindo assim o principal (acionistas) que estabelece um contrato a um agente (administradores). Ainda de acordo com Jensen e Meckling (1976, p. 5), se os agentes “querem maximizar seus próprios interesses, é uma boa razão para que estes entes delegados não ajam sempre alinhados aos melhores interesses do principal”, ocorrendo, assim, o conflito de agência.

Conforme Machado (2012, p. 44), “para proteger os interesses do proprietário, esforços são necessários para reduzir a possibilidade de os agentes se comportarem mal no futuro. Nesse esforço, custos são incorridos. Esses custos são chamados de custos de

agência”. Jensen e Meckling (1976) salientam que os custos de agência referem-se ao fato do principal esperar do agente um comportamento que esteja de acordo com os seus objetivos.

Os custos de agência, segundo Bianchi (2005, p. 46), são “[...] dispêndios necessários para que a entidade consiga atingir seu objetivo, isto é, a geração de receitas e, conseqüentemente, o lucro esperado”. A autora ressalta que as entidades necessitam de pessoas com responsabilidades delegadas pelos acionistas, para atingir a eficácia da organização.

Conforme Jensen e Meckling (1976), os custos de agência são a soma dos: custos de elaboração e estruturação de contratos entre o principal e o agente; despesas de monitoramento das atividades dos agentes pelo principal; gastos realizados pelo próprio agente para mostrar ao principal que seus atos não serão prejudiciais a ele; perdas residuais, provenientes da diminuição da riqueza do principal por eventuais divergências entre as decisões do agente e as decisões que iriam maximizar a riqueza do principal. Uma das formas existentes para minimizar os custos de agência é por meio da Governança Corporativa, que segundo Carvalho (2002, p. 19) “é um conjunto de regras que visam minimizar os problemas de agência”. Neste sentido, emerge a necessidade de uma abordagem sobre Governança Corporativa, a qual será apresentada no tópico a seguir.

2.2 Governança Corporativa

O termo Governança Corporativa surge com a expressão “*Corporate Governance*”, Becht *et al.* (2002) elucidam que esse termo foi usado pela primeira vez por Richard Eells. Os autores relatam que Richard Eells utilizou o termo Governança Corporativa remetendo à estrutura e ao funcionamento das políticas de uma corporação, designando um modelo de gestão das empresas baseado em uma articulação de poder entre os acionistas.

No Brasil, o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2010) define a Governança Corporativa como o sistema pelo qual as organizações são monitoradas, envolvendo os acionistas, os cotistas e os administradores, possuindo como princípios básicos a transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Assim, a Governança Corporativa opera como um sistema de relacionamento entre os acionistas, os auditores externos, os gestores da empresa e os conselheiros de administração.

De acordo com Marques (2007), os mecanismos de Governança Corporativa possuem como objetivo equilibrar a competitividade e a produtividade das empresas por meio de uma gestão responsável e transparente. Assim, a Governança Corporativa auxilia na qualidade da contabilidade dentro das organizações (Lopes & Walker, 2008). Dechow e Schrand (2004) relatam que a adoção de boas práticas de Governança Corporativa desempenha um papel relevante para assegurar a qualidade dos lucros. Portanto, os sistemas de Governança Corporativa objetivam minimizar os conflitos e diferenças existentes nas empresas, trabalhando como um instrumento de correção de falhas existentes no processo de comunicação e informação entre o agente e principal (Dalmácio, 2009).

Com o objetivo de estimular as práticas de transparências das informações contábeis, os interesses dos investidores e a valorização das companhias, a então Bovespa, em dezembro de 2000, criou segmentos especiais de Governança Corporativas denominadas: Novo Mercado, Nível 1 e Nível 2 de Governança Corporativa.

O Novo Mercado, conforme Vidotto *et al.* (2008, p. 294), “é um segmento destinado à negociação de ações emitidas por empresas que, voluntariamente, adotam regras societárias adicionais, ampliando os direitos e melhorando a qualidade das informações prestadas pelas

empresas”. As empresas do segmento do Nível 1 de Governança Corporativa são aquelas que se comprometem, segundo Dedonatto e Beuren (2010, p. 28), “[...] com a melhoria no padrão das informações prestadas ao mercado. A maior parte dos compromissos que as companhias assumem junto aos investidores refere-se ao fornecimento de informações”; O Nível 2 são aquelas entidades que aceitam e desempenhem as obrigações previstas no Regulamento do Novo Mercado, entretanto existindo exceções, pois nesse segmento as empresas possuem o direito de manter ações preferenciais (BM&FBovespa, 2012).

Um mecanismo de grande importância da Governança Corporativa, conforme Almeida (2011) são as firmas que praticam serviços de auditoria independente, que possuem como função de emitir um parecer independente sobre a fidedignidade das demonstrações contábeis publicadas pelas empresas. Segundo a autora, os auditores independentes podem também assumir o papel de agente (administrador) na relação com os acionistas.

2.3 Honorários dos Auditores Externos

Uma das dificuldades, de acordo com Simunic (1980), de se entender o serviço de auditoria, são as ambiguidades da relação entre os auditores, empresas auditadas e ainda, os usuários das demonstrações externas. Além disso, a interdependência dos interesses econômicos do auditor, assim como do auditado, é reconhecida.

Conforme DeAngelo (1981), os benefícios potenciais para a independência do auditor proporcionam para as partes a elaboração de contratos que reduzem os custos do cliente sobre os honorários de auditoria, elevando, assim, o nível de independência do auditor. Nesse sentido, tanto o cliente, quanto o auditor, poderão negociar por meio de contratos os honorários de auditoria que serão pagos, visando benefícios para a independência deste.

Segundo Almeida (2011, p. 42) “[...] existem evidências de que a prestação de outros serviços que não de auditoria pelos auditores independentes não impacta a qualidade dos serviços de auditoria prestados”. Contudo, Frankel *et al.* (2002) comentam que as firmas de auditoria, ao fornecerem outros serviços para as entidades cujo serviço de auditoria contábil esteja a seu cargo, podem prejudicar a independência por criar um atrelamento econômico entre o auditor e as empresas.

Portanto, é de grande importância saber como são definidos os preços dos serviços de auditoria. Corroborando com isso, Gotti *et al.* (2012) relatam que deve-se estudar os fatores determinantes dos honorários de auditoria, não por questões de independência, mas sim para ter indícios de como os auditores independentes analisam os riscos financeiros e as complexidades organizacionais existentes dentro das empresas. Segundo Han, Kang e Rees (2009) dois aspectos são levados em consideração para definição das taxas de auditoria, como os altos esforços realizados pelos auditores, devido à complexidade da empresa, por causa da sua regulamentação e entre outros fatos. E quando as empresas apresentam riscos associados a auditoria para compensar uma maior possibilidade de litígio.

Dessa forma, Jaramillo, Benau e Grima (2012) destacam que, em um mercado competitivo, o auditor enfrenta alguns problemas para estabelecer um valor de honorário justo para os seus serviços. Um exemplo dado pelos autores é o caso de cobrir os custos a serem obtidos por meio do serviço que lhe foi conferido, compensar efeitos adversos que poderão ocorrer, erros que podem ser descobertos por terceiros perante as demonstrações financeiras do cliente quando não detectados no transcorrer do seu trabalho.

A perda de independência do auditor somente aumenta quando são fornecidos níveis mais elevados de auditoria para os clientes. Os serviços de não auditoria deixam dúvidas no

que diz respeito a reputação e ainda, a credibilidade do auditor para os profissionais de contabilidade em geral (Ahadiat, 2011).

Diante do que foi abordado, diversos estudos surgiram com o objetivo de compreender o pagamento dos honorários dos auditores externo pelas empresas no intuito de explicar os fatores que determinam seu custo. As evidências teórico-empíricas são utilizadas para definir as hipóteses da pesquisa, apresentadas nos próximos tópicos.

3 HIPÓTESES DA PESQUISA

Evidências teórico-empíricas sugerem que o tamanho avaliado através do ativo total das organizações influencia positivamente nos honorários dos auditores externos (Whisenant *et al.*, 2003; Antle *et al.*, 2006; Hay *et al.*, 2008; Thinggaard & Kiertzner, 2008; Zaman *et al.*, 2011; Gotti *et al.*, 2012; Wang *et al.*, 2012; Zerni, 2012; Xu, 2011). Essa relação existe, pois conforme Hallak e Silva (2012), quanto maior for a empresa, mais o serviço de auditoria há de ser complexo e exige mais horas de serviço pelas firmas de auditoria. Com base nestes argumentos, foi definida a seguinte hipótese:

H₁: Quanto maior for a empresa, maior é a carga de trabalho dos auditores e maiores serão os honorários de auditoria.

Outra variável utilizada pelos autores (Whisenant *et al.*, 2003; Antle *et al.*, 2006; Gotti *et al.*, 2012; Wang *et al.*, 2012; Zerni, 2012) para determinar os honorários das firmas de auditoria é uma proxy para rentabilidade. Conforme os autores, empresas lucrativas pagam mais honorários de auditoria para seus auditores externos, tendo em vista o fato de que os lucros mais elevados podem exigir testes de auditoria mais precisos para a identificação das receitas e despesas que requerem mais tempo de auditoria. Assim, nestes contextos define-se a hipótese abaixo:

H₂: Quanto maiores os retornos sobre os ativos totais, maiores os honorários de auditoria.

Conforme Hallak e Silva (2012), uma variável que promove discordância entre evidências empíricas é a existência de influência do índice *Market-to-Book* sobre os gastos com auditoria. Os autores Antle *et al.* (2006), Mitra *et al.* (2007), Gotti *et al.* (2012) e Hallak e Silva (2012) buscaram uma influência positiva entre o *Market-to-Book* e os honorários. Com base nos autores, as empresas com maiores oportunidades de crescimento tendem a ser expostas a mais riscos, exigindo uma análise mais aprofundada pelos auditores, além de taxas proporcionalmente mais elevadas. No entanto, apenas as pesquisas de Mitra *et al.* (2007) e Gotti *et al.* (2012) encontraram uma influência significativa entre as variáveis. O estudo de Mitra *et al.* (2007) apresentou um impacto positivo, contudo o trabalho de Gotti *et al.* (2012) a relação foi negativa. Visto que os estudos buscaram uma relação positiva, foi definida a seguinte hipótese de pesquisa:

H₃: Quanto maior o *Market-to-Book*, maiores os honorários de auditoria.

Segundo Zaman *et al.* (2011), entidades com maior risco de negócio, requerem um monitoramento mais cuidadoso, se protegendo assim do risco financeiro e empresarial, melhorando assim os serviços de auditoria. Conforme Hallak e Silva (2012, p. 225), a relação positiva entre a alavancagem e os honorários de auditoria ocorre pelo fato que “companhias mais alavancadas possuem um risco maior e, por isso, os valores dos serviços de auditoria e consultoria seriam maiores”. A pesquisa de Gotti *et al.* (2012) indica que a alavancagem da empresa está positivamente relacionada com os gastos com auditoria. Por sua vez, Antle *et al.* (2006) encontraram uma influência negativa entre a alavancagem e os honorários das

empresas de auditoria. Por fim, Hallak e Silva (2012) e Zerni (2012) não encontraram relação dos riscos de negócio com os honorários de auditoria. Com base nas argumentações acima descritas, foi definida a seguinte hipótese:

H4: Quanto maior a alavancagem, maiores os honorários de auditoria.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo descritivo foi realizado por meio de pesquisa documental, com abordagem quantitativa do problema. A característica descritiva decorre do fato de que o estudo tem como finalidade descrever a situação identificada referente aos determinantes dos honorários dos auditores externos das empresas pesquisadas. Segundo Vergara (2000, p. 47), “a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”.

Quanto ao procedimento utilizado, o mesmo deu-se por meio de pesquisa documental. Conforme proposto por Marconi e Lakatos (2010, p. 176), “a característica da pesquisa documental é que a fonte de dados está restrita a documentos escritos ou não, chamados de fontes primárias”. Os dados foram extraídos dos formulários de referência apresentados pelas empresas listadas na BM&FBovespa, disponíveis no sítio da bolsa de valores, além do banco de dados *Thomson One Banker*.

No que se refere à abordagem do problema, este constitui-se como quantitativo, pois após ter quantificados e mensurados os dados, foram aplicadas técnicas estatísticas para realização da análise dos dados (Martins & Theóphilo, 2007).

A população é composta por empresas listadas no Novo Mercado BM&FBovespa, no qual 127 empresas pertencem ao ano de 2010 e 128 empresas ao de 2011, divididas em 10 segmentos. A amostra da pesquisa compreendeu em 83 companhias. Foram desconsideradas as companhias com os dados que não estavam disponíveis nos formulários de referência da BM&FBovespa e na *Thomson One Banker*, também não foram analisadas as classificadas no setor econômico “Financeiro e Outros”, devido às características singulares de suas atividades e entidades que abriram seu capital a partir de 2011, compreendendo um total de 166 observações. A Tabela 1 apresenta a população e a amostra da pesquisa nos anos de 2010 e 2011.

Tabela 1 – População e amostra por setor

Painel A – 2010				
Setor	População	% da População	Amostra	% da Amostra
Bens Industriais	10	7,87%	9	10,84%
Construção e Transporte	32	25,20%	24	28,92%
Consumo Cíclico	18	14,17%	12	14,46%
Consumo Não Cíclico	22	17,32%	19	22,89%
Financeiro e Outros	19	14,96%	0	0,00%
Materiais Básicos	8	6,30%	7	8,43%
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	4	3,15%	1	1,20%
Tecnologia da Informação	4	3,15%	3	3,61%
Telecomunicações	1	0,79%	1	1,20%
Utilidade Pública	9	7,09%	7	8,43%
Total	127	100,00%	83	100,00%
Painel B – 2011				
Setor	População	% da População	Amostra	% da Amostra
Bens Industriais	10	7,81%	9	10,84%
Construção e Transporte	32	25,00%	24	28,92%
Consumo Cíclico	19	14,84%	12	14,46%

Consumo Não Cíclico	22	17,19%	19	22,89%
Financeiro e Outros	19	14,84%	0	0,00%
Materiais Básicos	8	6,25%	7	8,43%
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	4	3,13%	1	1,20%
Tecnologia da Informação	4	3,13%	3	3,61%
Telecomunicações	1	0,78%	1	1,20%
Utilidade Pública	9	7,03%	7	8,43%
Total	128	100,00%	83	100,00%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Não foi levada em consideração uma possível republicação dos formulários de referência e a atualização após a primeira semana de janeiro de 2013, data em que se efetuou a coleta dos dados. Desta forma, possíveis republicações após a coleta dos dados não estão contempladas na análise deste estudo.

Optou-se por analisar as empresas listadas no Novo Mercado, pois as mesmas possuem práticas de Governança Corporativa diferenciadas das demais empresas com negociação na BM&FBovespa. Conforme BM&FBovespa, “o Novo Mercado é um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometam, voluntariamente, com a adoção de práticas de Governança Corporativa adicionais em relação ao que é exigido pela legislação”.

Neste trabalho, os formulários de referência enviados à BM&FBovespa, pelas empresas componentes da amostra, foram utilizados como base para os honorários de auditoria. Já os indicadores econômico-financeiros foram retirados diretamente da base de dados *Thomson One Banker*. Os fatores determinantes dos honorários de auditoria utilizados na presente pesquisa foram os mesmos empregados por estudos anteriores. Para melhor compressão da coleta de dados, os mesmos são apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Variáveis selecionadas para o estudo

Variável	Legenda	Proxy	Fundamentação	Fonte
Honorários	LNHON	LN dos Honorários de Auditoria	Whisenant <i>et al.</i> (2003); Antle <i>et al.</i> (2006); Hay <i>et al.</i> (2008); Thinggaard e Kiertzner (2008); Zaman <i>et al.</i> (2011); Gotti <i>et al.</i> (2012); Wang <i>et al.</i> (2012); Zerni (2012); Hallak e Silva (2012); Xu (2012).	BM&FBovespa
Tamanho	LOGTAM	Log do Ativo Total	Whisenant <i>et al.</i> (2003); Antle <i>et al.</i> (2006); Hay <i>et al.</i> (2008); Thinggaard e Kiertzner (2008); Zaman <i>et al.</i> (2011); Gotti <i>et al.</i> (2012); Wang <i>et al.</i> (2012); Zerni (2012); Hallak e Silva (2012); Xu (2012).	<i>Thomson One Banker</i>
Retorno sobre o Ativo Total	ROA	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo não Circulante}}$	Whisenant <i>et al.</i> (2003); Antle <i>et al.</i> (2006); Gotti <i>et al.</i> (2012); Wang <i>et al.</i> (2012); Zerni (2012).	<i>Thomson One Banker</i>
<i>Market-to-Book</i>	MTB	$\frac{\text{Preço de Mercado} - \text{Fim do ano}}{\text{Valor Contábil por Ação}}$	Whisenant <i>et al.</i> (2003); Antle <i>et al.</i> (2006); Mitra <i>et al.</i> (2007); Gotti <i>et al.</i> (2012); Hallak e Silva (2012).	<i>Thomson One Banker</i>
Alavancagem	ALA	$\frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante}}{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo não Circulante}}$	Antle <i>et al.</i> (2006); Thinggaard e Kiertzner (2008); Zaman <i>et al.</i> (2011); Gotti <i>et al.</i> (2012); Wang <i>et al.</i> (2012); Zerni (2012) Hallak e Silva (2012).	<i>Thomson One Banker</i>

Fonte: Dados da pesquisa.

Após a coleta de dados, passou-se então à sua análise. O objetivo do processo de análise dos dados, conforme Gil (2010, p. 156) é “organizar e sumariar os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação”.

Assim, após a organização dos dados das companhias pesquisadas nos períodos analisados, por meio de uma abordagem quantitativa, utilizando-se *software* estatístico STATA.

Para a análise dos resultados foram utilizados diferentes testes estatísticos, como segue: (i) estatística descritiva para descrição dos dados da pesquisa; (ii) os testes de *Chow*, *LM* de *Breusch-Pagan* e *Hausman* para definir se deve ser utilizado o método *pooling*, efeitos fixos ou aleatórios na regressão de Dados em Painel; (iii) regressão por meio de Dados em Painel de efeitos fixos para investigar quais fatores influenciam os honorários de auditoria externa. O modelo de econométrico utilizado no estudo para os honorários de auditoria é apresentado a seguir:

$$LNHON = \beta_{0it} + \beta_1 LOGTAM_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \beta_3 MTB_{it} + \beta_4 ALA_{it} + \varepsilon_{it}$$

Ao qual LNHON é o logaritmo natural dos honorários de auditoria (em R\$), LOGTAM é o tamanho da empresa (logaritmo do ativo total), ROA é a rentabilidade da empresa (lucro líquido/ativo total), MTB é o *Market-to-Book* (preço de mercado no fim do ano/valor contábil por ação) e a ALA é a alavancagem da empresa (passivo total/ativo total). Como apresentado na formulação das hipóteses, espera-se uma relação positiva de todas as variáveis independentes com a variável dependente.

Antes de apresentar os resultados, cabe ressaltar as principais limitações da presente pesquisa. Primeiro, foi analisado apenas as empresas listadas no Novo Mercado da BM&FBovespa. Segundo, o período de análise foi de 2010 a 2011. Finalmente, não foram utilizados mecanismos de Governança Corporativa como fatores determinantes dos honorários de auditoria.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a determinação dos honorários dos auditores externos das empresas listadas no Novo Mercado da BM&FBovespa no período estudado, conforme apresentado na metodologia, foram analisadas, ao todo, quatro variáveis. As estatísticas descritivas das variáveis utilizadas no estudo são apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2 – Estatística descritiva das variáveis

Ano	Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
2010	LNHON	4,254	8,551	6,529	0,823
	LOGTAM	2,304	4,649	3,453	0,517
	ROA	-28,080	28,530	8,542	7,340
	MTB	0,480	16,570	2,920	2,759
	ALA	0,160	74,030	29,975	16,000
2011	LNHON	3,728	8,800	6,666	0,913
	LOGTAM	2,261	4,676	3,420	0,507
	ROA	-13,020	30,670	6,158	7,244
	MTB	-4,570	12,420	2,028	2,124
	ALA	1,490	89,690	33,466	16,280

Fonte: Dados da pesquisa.

As variáveis gastos com honorários de auditoria e o tamanho foram normalizadas com base em estudos anteriores, pois pode ocorrer uma alta oscilação nas variáveis. A oscilação ocorre devido as variáveis possuírem como características intrínsecas altas variabilidades em

consequência da existência de observações extremas presente nas amostras de pesquisas correlatas (Whisenant *et al.*, 2003; Antle *et al.*, 2006; Hay *et al.*, 2008; Thinggaard & Kiertzner, 2008; Zaman *et al.*, 2011; Gotti *et al.*, 2012; Wang *et al.*, 2012; Zerni, 2012; Hallak & Silva, 2012; Xu, 2011). Dessa forma, foi utilizado com base nas pesquisas o LN para os honorários de auditoria e LOG para o tamanho da empresa.

Em relação à rentabilidade do ativo total, ocorreram empresas que apresentaram um índice negativo nos dois anos analisados. Estes achados demonstram que existem empresas que tiveram prejuízos nestes dois anos, ou seja, existem empresas que não estão conseguindo ter geração de lucro para que as mesmas possam capitalizar-se. Entretanto, ocorreu de empresas apresentarem um bom desempenho, excedendo assim o seu custo de capital. Além disso, há empresas significativamente endividadas em contraponto a empresas com endividamento baixo.

Ainda conforme a Tabela 2, verifica-se uma disparidade do indicador *Market-to-Book* entre as empresas, ou seja, algumas organizações apresentaram um valor contábil maior que o valor de mercado, pois seu indicador foi menor que 1, isso indica que algumas empresas estão desvalorizadas perante ao mercado, ao passo que existem empresas que estão valorizadas. Além disso, o *Market-to-Book* negativo pode indicar que uma determinada empresa apresentou um patrimônio líquido negativo, devido a um alto prejuízo acumulado.

Para atender aos pressupostos da regressão de Dados em Painel, foram aplicados os testes *F* de *Chow*, *LM* de *Breusch-Pagan* e *Hausman*, que são os testes que definem se deve ser utilizado o método *pooling*, efeitos fixos ou efeitos aleatórios. Primeiramente, foi aplicado o teste *F* de *Chow* para verificar se o intercepto é igual (*pooling*) ou diferente (efeitos fixos) para todas as *cross-sections*. Posteriormente foi aplicado o teste *LM* de *Breusch-Pagan* para averiguar se a variância dos resíduos que refletem a diferenças individuais é igual (*pooling*) ou diferente (efeitos aleatórios) de zero. Por fim, foi aplicado o teste de *Hausman* para comparar os resultados do modelo de efeitos fixos com o de efeitos aleatórios. Na Tabela 3 são apresentados os resultados da regressão em Dados em Painel.

Tabela 3 – Resultado do modelo de Dados em Painel (Efeitos Fixos)

Variável	Coefficiente B	Erro padrão	Estatística T	Sig.
Constante	2,774	0,460	6,030	0,000*
Tamanho	1,172	0,134	8,780	0,000*
Rentabilidade do Ativo Total	-0,014	0,007	-1,917	0,057
<i>Market-to-Book</i>	0,029	0,018	1,667	0,097
Alavancagem	-0,008	0,004	-2,140	0,034**
R²				0,334
R² ajustado				0,318
<i>Durbin-Watson</i>				2,059
<i>LM de Breusch-Pagan</i>				$X^2 = 55,17$ Sig. $X^2 = 0,000$
<i>F de Chow</i>				$F = 10,63$ Sig. $F = 0,000$
<i>Teste Hausman</i>				$X^2 = 4,91$ Sig. $X^2 = 0,296$

*A relação é significativa no nível 0,01.

**A relação é significativa no nível 0,05.

Fonte: Dados da pesquisa.

Através do teste de *Chow*, foi possível rejeitar a hipótese nula de que o intercepto é igual para todas as *cross-section*, logo, deve-se utilizar o método de efeitos fixos e não o

método *pooling*. Quanto ao teste LM de *Breusch-Pagan*, foi possível rejeitar a hipótese nula de que a variância dos resíduos que refletem diferenças individuais é igual a zero, portanto, o modelo aleatório deve ser utilizado e não o método *pooling*. Por fim, o resultado do teste de *Hausman* demonstrou rejeição da hipótese nula, assim, o modelo de efeitos fixos é o mais adequado para verificar dentre um conjunto de fatores, os determinantes dos honorários da auditoria das empresas do segmento do Novo Mercado listadas da BM&FBovespa.

Conforme os resultados apresentados pela Tabela 3, aceita-se a hipótese 1 nesta pesquisa, em concordância com vários estudos (*Whisenant et al.*, 2003; *Antle et al.*, 2006; *Hay et al.*, 2008; *Thinggaard; Kiertzner*, 2008; *Zaman et al.*, 2011; *Gotti et al.*, 2012; *Wang et al.*, 2012; *Zerni*, 2012; *Hallak; Silva*, 2012; *Xu*, 2011), que quanto maior for a empresa, maior é a carga de trabalho dos auditores e maiores serão os honorários de auditoria. A relação positiva entre os honorários de auditoria e o tamanho da empresa ocorreu, pois quanto maior a empresa, mais complexo será o trabalho de auditá-la. Assim, o tamanho da empresa se torna um fator determinante dos honorários de auditoria.

Quanto à rentabilidade, não se verifica relação estatisticamente significativa, contrariando a noção de que companhias altamente rentáveis exigem testes de auditoria mais precisos para a identificação das receitas e despesas que requerem mais tempo de auditoria (*Whisenant et al.*, 2003; *Antle et al.*, 2006; *Gotti et al.*, 2012; *Wang et al.*, 2012; *Zerni*, 2012). Os resultados expostos implicam na rejeição da Hipótese 2. Também não foram encontrados resultados significativos para a variável *Market-to-Book*, contradizendo a ideia que empresas com mais oportunidades de crescimento possuem um elevado risco inerente que pode ocasionar um aumento da taxa de auditoria (*Antle et al.*, 2006; *Mitra et al.*, 2007; *Gotti et al.*, 2012; *Hallak & Silva*, 2012). Diante destes resultados não se aceita a hipótese 3.

Por fim, a alavancagem apresentou uma relação negativa significativa, contrariando a noção de que companhias alavancadas necessitam de monitoramento mais preciso, uma vez que são vistas como mais arriscadas e por isso seria cobrado delas maiores honorários (*Zaman et al.*, 2011; *Gotti et al.*, 2012). Assim, rejeita-se a hipótese 4 do estudo. Visto que ocorreu uma relação negativa e significativa, pode-se afirmar que a alavancagem se torna um fator determinante no valor pago aos honorários de auditoria das empresas pertencentes ao Novo Mercado, corroborando com o estudo de *Antle et al.* (2006).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou verificar os fatores que influenciam na determinação dos honorários de auditoria externa das empresas listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa. Para consecução do objetivo proposto procedeu-se uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa por meio de análise documental. De um total de 127 empresas em 2010 e 128 empresas em 2011 pertencentes ao segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa, 83 organizações foram analisadas nos dois anos analisados. O presente estudo foi inspirado em diversas pesquisas teórico-empíricas realizadas em diversos países e também no Brasil, vislumbrando-se condições de aplicação das pesquisas no cenário brasileiro do Novo Mercado.

Os resultados apontam que o tamanho da empresa medido pelo total de ativos está associado positivamente com as taxas de auditoria, assim, quanto maior o tamanho da empresa auditada, maior carga de trabalho de auditoria, assim mais taxa de auditoria são cobradas. Tal achado, confirma a hipótese 1 da pesquisa.

Por sua vez, não se observa relação significativa das variáveis rentabilidade do ativo total e *Market-to-Book* com os honorários de auditoria, ressaltando-se que as empresas rentáveis e com grandes oportunidades de crescimento não influenciam nos gastos com honorários de auditoria. Assim, refuta-se a hipótese 2 e 3 da pesquisa.

Quanto à alavancagem, os resultados apresentaram uma relação negativa com os honorários de auditoria externa das empresas listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa, ou seja, quanto menor for a alavancagem das empresas, maiores serão os gastos com os honorários de auditoria externa. Este estudo refutou a hipótese 4, pois esperava-se uma relação positiva. Os resultados desta pesquisa sugerem que o tamanho da empresa e a alavancagem como fatores que influenciam nos honorários de auditoria das empresas listadas no Novo Mercado da BM&FBovespa.

Recomenda-se que para trabalhos futuros seja ampliada ou alterada a amostra da pesquisa, visto que uma nova amostra permitirá a utilização deste estudo para fins de comparabilidade dos resultados. Uma segunda recomendação seria a utilização de outras variáveis como fatores determinantes dos honorários de auditoria. Por fim, a utilização de mecanismos de Governança Corporativa como fatores determinantes dos honorários de auditoria.

REFERÊNCIAS

- Ahadiat, N. (2011). Association between audit opinion and provision of non-audit services. *International Journal of Accounting and Information Management*, 19(2): 182-193.
- Alchian, A. A.; Demsetz, H. (1972). Production, information costs, and economic organization. *The American Economic Review*, 62(5).
- Almeida, F. L. de.(2011). *Prestação de serviços de consultoria por auditores independentes: há reflexos no gerenciamento de resultados em empresas brasileiras de capital aberto?* Belo Horizonte, MG. Dissertação de Mestrado. Universidade de Federal de Minas Gerais, 195 p.
- Antle, R; Gordon, E; Narayanamoorthy, G; Zhou, L. (2006). The joint determination of audit fees, non-audit fees, and abnormal accruals. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 27(3): 235-266.
- Becht, M.; Bolton, P.; Röell, A. (2002). Corporate governance and control [Finance Working Paper N. 02]. *European Corporate Governance Institute*.
- Berle, A. A.; Means, G. C. (1932). *The modern corporation and private property*. New York, Macmillan.
- Bianchi, M. (2005). *A controladoria como um mecanismo interno de Governança Corporativa e de redução dos conflitos de interesse entre principal e agente*. 2005. São Leopoldo, RS. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 159 p.
- BMF&BOVESPA. *Governança Corporativa*. Recuperado em 14 janeiro, 2013, de <http://www.bmfbovespa.com.br>.
- Carvalho, A. G. de. (2002). Governança Corporativa no Brasil em perspectiva. *Revista de Administração*, 37(3): 19-32.

- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 14(16): 386-405.
- Comissão De Valores Mobiliários. (2002). *Recomendações da CVM sobre Governança Corporativa*. Recuperado em 14 janeiro, 2013, de <http://www.cvm.gov.br>.
- Dalmácio, F. Z. (2009). *Mecanismos de Governança Corporativa e acurácia das previsões dos analistas de mercado brasileiro: uma análise sob a perspectiva da teoria de sinalização*. São Paulo, SP. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 232 p.
- Deangelo, L. E. (1981). Auditor independence 'low balling', and disclosure regulation. *Journal of Accounting and Economics*, 3(2): 113-127.
- Dechow, P. M.; & Schrand, C. M. (2004). *Earnings Quality*. Charlottesville (Virginia): CFA Institute.
- Dedonatto, O.; Beuren, I. M. (2010). Análise dos impactos para a contabilidade no processo de implantação da Governança Corporativa em uma empresa. *Revista de Contabilidade e Controladoria*, 2(3): 23-38.
- Frankel, R. M.; Johnson, M. F.; Nelson, K. K. (2002). The relation between auditor's fees for non-audit services and earnings quality. *The Accounting Review*, 77: 71-105.
- Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed., São Paulo, Atlas.
- Gotti, G.; Han, S; Higgs, J. L.; Kang, T. (2011). Managerial ownership, corporate monitoring and audit fee. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 27(3): 412-437.
- Hallak, R. T. P., & Silva, A. L. C. da. (2012). Determinantes das despesas com serviços de auditoria e consultoria prestados pelo auditor independente no Brasil. *Revista Contabilidade & Finanças*, 23(60): 223-231.
- Han, S.; Kang, T.; Rees, L. (2013). The association between institutional ownership and audit properties. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 20(2): 199-222.
- Hay, D.; Knechel, W. R.; Ling, H. (2006). Evidence on the impact of internal control and corporate governance on audit fees. *International Journal of Auditing*, 23(1): 141-191.
- Instituto Brasileiro De Governança Corporativa. (2010). *Código das melhores práticas de Governança Corporativa*. 4. ed., São Paulo.
- Jaramillo, M. J., Benau, M. A. G., & Grima, A. Z. (2012). Factores que determinan los honorarios de auditoría: Análisis empírico para México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(59): 387-406.
- 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.
- Lopes, A. B.; Walker, M. (2007). Firm-level incentives and the informativeness of accounting reports: an experiment in Brazil [Working Paper]. *Manchester Business School*, Manchester, United Kingdom.

Machado, D. G. (2012). *Influência da política de remuneração dos executivos no nível de gerenciamento de resultados em empresas industriais brasileiras, estadunidenses e inglesas*. 2012. 273 f. Tese (Doutorado)-Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau.

Marconi, M. De A; Lakatos, E. M. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed, São Paulo, Atlas.

Martins, G. De A.; Theóphilo, C. R. (2007). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo, Atlas.

Mitra, S., Hossain, M., & Deis, D. R. (2007). The empirical relationship between ownership characteristics and audit fees. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 28(3): 257-285.

Nascimento, A. M.; Bianchi, M.; Terra, P. R. S. (2007). A controladoria como um mecanismo interno de Governança Corporativa: evidências de uma *survey* comparativa entre empresas de capital brasileiro e norte-americano. *Revista ABCustos*, 2(2): 82-108.

Silva, S. P. (2010). *Auditoria independente no Brasil: evolução de 1997 a 2008 e fatores que podem influenciar a escolha de um auditor pela empresa auditada*. São Paulo, SP. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, 147 p.

Simunic, D. A. (1980). The pricing of audit services: theory and evidence. *Journal of Accounting Research*, 18(1): 161-190. AGUILERA, R.; CUERVO-CAZURRA, A. 2004. Codes of good governance world-wide: what is the trigger? *Organization Studies*, 25(3): 415-443.

Spence, M.; Zeckhauser, R. (1971). Insurance, information, and individual action. *The American Economic Review*, 61(2): 380-387.

Thinggaard, F.; Kiertzner, L. (2008). Determinants of audit fees: evidence from a small capital market with a joint audit requirement. *International Journal of Auditing*, 12(2): 141-158.

Vergara, S. C. (2000). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed, São Paulo, Atlas.

Vidotto, R. S.; Migliato, A. L. T.; Zambon, A. C. (2009). O Moving average convergence-divergence como ferramenta para a decisão de investimentos no mercado de ações. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(2): 291-309.

Wang, K.; Sewon, O.; Chu, B. (2012). The impact of audit firm size and locality on audit fees in an emerging economy: evidence from China. *Journal of Academy of Business and Economics*, 12(4): 92-104.

Whisenant, S.; Sankaraguruswamy, S.; Raghunandan, K. (2003). Evidence on the joint determination of audit and non-audit fees. *Journal of Accounting Research*, 41(4): 721-744.

Wilson, R. (1968). On the theory of syndicates. *Econometrica*, 36(1): 119-132.

Xu, Y. (2011). *The determinants of audit fees: an empirical study of China's listed companies*. Lund, SN. Thesis of Master. Lund University, 41 p.

Zaman, M.; Hudaib, M.; Haniffa, R. (2011). Corporate governance quality, audit fees and non-audit services fees. *Journal of Business Finance & Accounting*, 38(1/2): 165-197.

Zerni, M. (2011). Audit partner specialization and audit fees: some evidence from Sweden. *Contemporary Accounting Research*, 29(1): 312-340.