

Según Adam J. Greiner, Mark J. Kohlbeck & Thomas J. Smith (2023), en su artículo titulado [Auditor pricing of abnormal income from sales of available for sale securities: evidence from the banking industry](#), publicado por *Accounting and Business Research*, 53:6, 611-645, “We examine the relationship between abnormal income from sales of available for sale (AFS) securities and bank external auditor fees. Prior research finds that income from sales of AFS securities is used to achieve financial and regulatory reporting objectives, helpful in predicting future bank income, and assigned a persistent valuation multiple by investors. Building on prior research that suggests real activities management leads to negative outcomes, we predict and find that auditors respond to abnormal income from AFS securities sales with increases in audit fees and the effect is stronger among high risk (i.e. higher stock return and earnings volatility) banks relative to low risk banks. In additional analyses concerning a bank’s limited flexibility to achieve regulatory capital objectives through managing loan loss provisions, we find evidence of higher audit fees for banks with low regulatory capital and aggressive income-increasing AFS security sales. Among other robustness tests, we find higher audit fees as abnormal income from sales of AFS securities increases among banks with liquidity concerns and those approaching failure. Our findings suggest that auditors interpret abnormal income from AFS securities sales as an indicator of increased client business risk.” Para muchos el precio de una auditoría equivale a su costo más el porcentaje estipulado como utilidad. Sin embargo, en el gran mercado del

aseguramiento, la tarifa es sensible a los riesgos que se identifiquen durante las investigaciones previas a la cotización. Diríamos que se consideran principalmente los riesgos profesionales, que podrían disminuir la reputación o complicar la realización de trabajo, o aumentar sus costos, o reducir su utilidad. La mecánica tiene parecido a la que se está utilizando para calcular la tasa de interés en el mercado financiero. Hay muchas cosas por considerar, como los clientes de baja utilidad pero que generan gran reputación. Hay muchos peligros en la deficiente contabilidad o el control interno inadecuado. Los administradores impulsarán o evitarán riesgos. Los competidores pueden presionar a una empresa a hacer trampas para no perder mercado. La ubicación de las locaciones puede influir negativamente en el equipo, dificultando su integración. La buena o mala fama de los clientes en materia de responsabilidad social se transferirá a sus aseguradores. La exposición a la supervisión o a litigios influye en los honorarios. Son mejores los clientes que utilizan buenos asesores y les hacen caso. El criterio de muchos clientes de pagar lo más barato suele ser un error. Ellos deberían entender cómo se les percibe y, consecuentemente, cómo se les cobra. La práctica de aumentar los honorarios únicamente en el porcentaje de incremento del IPC desestimula las metódicas reflexiones de las firmas sobre sus clientes, debilitando el análisis exigido para concluir si se mantienen o no unos clientes. El solo cambio de un alto ejecutivo, por ejemplo, el administrativo, puede ser clave.

Hernando Bermúdez Gómez