

Mudanças de auditoria: tendências e comunicação no mercado

As mudanças de auditoria em empresas de capital aberto são um fenômeno recorrente e significativo no mercado financeiro. Essas movimentações não apenas refletem as dinâmicas internas das companhias, mas também têm implicações profundas na transparência e na confiança dos investidores. Auditores independentes desempenham um papel essencial ao garantir a precisão das informações financeiras, assegurando que os dados divulgados estão em conformidade com as normas contábeis e regulamentares.

E como essas mudanças são comunicadas pode influenciar diretamente a percepção dos stakeholders sobre a integridade e a credibilidade das companhias. Por isso, é importante entender as tendências desse fenômeno. Neste texto, será apresentada informações do estudo da MZ* sobre as mudanças de auditor no primeiro semestre (1S24) e nos nove meses de 2024 (9M24), explorando o impacto e a relevância desse tema para o mercado brasileiro.



Imagem: Banco de imagem - Canva

A relevância das auditorias independentes para o mercado

Conforme dito, os auditores independentes são fundamentais para a validação das demonstrações financeiras, garantindo que as empresas cumpram rigorosamente os princípios contábeis internacionais, como o IFRS (International Financial Reporting Standards). A atuação desses profissionais é monitorada por órgãos reguladores, como a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) no Brasil, que estabelece regras rigorosas para assegurar que as auditorias sejam conduzidas de maneira imparcial.

A precisão e a confiabilidade das informações divulgadas são determinantes para decisões de investimento informadas, permitindo que investidores e stakeholders avaliem a saúde financeira das empresas e identifiquem riscos e oportunidades.

Tendências identificadas nas mudanças de auditores em 2024

De acordo com o estudo realizado pela MZ, nos primeiros nove meses de 2024, 57 empresas de 16 setores distintos arquivaram documentos referentes à mudança de auditor, um aumento de 9,6% em relação ao mesmo período de 2023. No primeiro semestre (1S24), foram 51 empresas de 15 setores, representando um crescimento de 6,3% em comparação ao 1S23.

Esses números refletem uma movimentação consistente nas auditorias das companhias, o que pode ser atribuído, em grande parte, ao sistema de "rodízio" de auditores estabelecido pela CVM. Entre os principais destaques, o estudo aponta a KPMG como a auditora mais contratada no período, enquanto a Deloitte e a Ernst & Young foram as mais substituídas, respectivamente, no 1S24 e 9M24. O mês de abril foi o que registrou o maior número de arquivamentos desde 2022, reforçando a sazonalidade do processo de auditoria.

O impacto do rodízio de auditores nas decisões das empresas

Uma das principais razões citadas para a substituição de auditores é o rodízio obrigatório a cada cinco anos, conforme estabelecido pela Resolução CVM nº 23. Essa política visa evitar vínculos muito próximos entre auditor e empresa, promovendo maior imparcialidade e novas perspectivas sobre os controles internos. O rodízio não apenas garante a renovação das análises, mas também ajuda a identificar áreas de melhoria que podem ter passado despercebidas sob auditorias anteriores.

Dessa forma, a comunicação sobre essa mudança deve ser clara e transparente, evitando mal-entendidos e preservando a confiança dos investidores. As companhias devem aproveitar a oportunidade do rodízio para explicar aos stakeholders como essa nova auditoria pode trazer benefícios, como maior rigor na avaliação dos controles internos e aprimoramento nas práticas contábeis. Essa abordagem proativa pode transformar uma obrigação regulatória em uma vantagem competitiva.

O papel do engajamento na comunicação de mudanças de auditor

Um aspecto que considero fundamental nessa comunicação de mudanças de auditor é o engajamento dos stakeholders. Manter uma comunicação ativa e transparente com investidores, analistas e o mercado em geral vai muito além de simplesmente cumprir exigências regulatórias. Trata-se de criar confiança, garantindo que todos os envolvidos compreendam os motivos e as implicações da mudança, e que isso não seja visto como um ponto de incerteza, mas sim como uma ação necessária para a transparência e o bom funcionamento da empresa.

Ao comunicar uma mudança de auditor, é essencial que os stakeholders não apenas recebam a informação, mas se sintam parte do processo. O engajamento significa criar um diálogo contínuo, onde dúvidas podem ser esclarecidas e onde os investidores sentem que suas preocupações estão sendo ouvidas. Esse tipo de envolvimento é vital para manter a confiança no longo prazo, especialmente em momentos de transição.

Influência na governança e na reação do mercado

De uma forma geral, podemos dizer que a maneira como as mudanças de auditoria são comunicadas pode influenciar significativamente a reação do mercado. Uma comunicação eficaz e transparente ajuda a mitigar preocupações dos investidores e a prevenir interpretações negativas. As empresas que demonstram um forte compromisso com a governança corporativa, comunicando claramente suas decisões e processos, tendem a experimentar reações mais positivas.

Uma governança estratégica não apenas fortalece a confiança dos investidores, mas também promove um ambiente de negócios mais saudável, onde as práticas éticas são priorizadas e a responsabilidade corporativa é evidenciada. Por isso, o alinhamento entre auditoria, comunicação e governança é essencial para que as empresas construam uma reputação sólida e mantenham relacionamentos de longo prazo com seus stakeholders.

Ter um RI que seja proativo nesse sentido faz toda a diferença. Ao explicar de maneira clara e direta o porquê da mudança, especialmente quando se trata do rodízio obrigatório, criamos uma oportunidade para fortalecer a relação com nossos stakeholders. Isso demonstra que a empresa está comprometida com a transparência, independente das circunstâncias.

*O estudo completo citado no artigo está disponível no [Portal da MZ](#).

-

Cássio Rufino
CFO & COO

Cássio Rufino é CFO & COO da [MZ](#), empresa líder em soluções para relações com investidores. Graduado em Administração de Empresas pelo Mackenzie, possui pós-graduação em Finanças Corporativas pelo Insper e MBA Executivo em Finanças pela mesma instituição. É especialista em comunicação financeira e criador do método dos 3Cs, que já ajudou dezenas de RIs a gerar mais valor e aumento de liquidez para suas companhias.

Assessoria de Imprensa
imprensa@mzgroup.com