

JUAN MIGUEL DEL CID GÓMEZ*Departamento de Economía Financiera y Contabilidad.
Universidad de Granada***Extracto:**

CONTINUAMENTE crece el número de empresas que tienen una página en Internet en la que incluyen alguna clase de información financiera, sobre todo en los países en los que el mercado de capitales está más desarrollado. En la actualidad, el uso de Internet para fines de comunicación corporativa tiene carácter voluntario en la mayoría de jurisdicciones. A pesar de esta paulatina generalización de la utilización de las nuevas tecnologías en el proceso de comunicación de la información contable, existen pocas guías de actuación. Como consecuencia, los contenidos y los formatos de las compañías presentan una gran diversidad. Dentro de esta variedad de prácticas se detectan algunas que implican riesgos potenciales desde una perspectiva legal para las empresas emisoras, ya que podrían dar lugar a demandas por parte de los usuarios de sus páginas web. Este artículo pone de relieve algunos de estos peligros a los que se enfrentan las empresas y las políticas y procedimientos que podrían ser implantados para comunicar la información de carácter financiero.

Palabras clave: Información financiera, Internet, riesgo legal.

Sumario:

1. Introducción.
2. Empresas en Internet: extensión, características y objetivos.
3. Contenidos de la información publicada en Internet.
4. Riesgos de la información financiera en Internet.
 - 4.1. Inclusión de información previsional.
 - 4.2. Informes de analistas.
 - 4.3. Extractos de cuentas anuales.
 - 4.4. Transcripción de conferencias y discursos corporativos.
 - 4.5. Información auditada y no auditada.
 - 4.6. Actualización de la información.
 - 4.7. Información sobre los productos de la compañía.
 - 4.8. Posibilidad de alterar la información.
 - 4.9. Información en tiempo real.
 - 4.10. Información interactiva.
5. Consideraciones finales.

Bibliografía.

1. INTRODUCCIÓN

La tecnología de la información representa un nuevo paradigma de creación de riqueza que está sustituyendo al paradigma industrial y está cambiando profundamente la forma de hacer negocios. En los últimos años se han producido progresos sustanciales tanto en el funcionamiento como en la reducción de costes de la tecnología de la información y de las comunicaciones. Uno de los cambios más importantes ha sido la adopción de Internet por el sector empresarial y por un creciente número de ciudadanos, lo que puede considerarse el ejemplo más visible de las tendencias hacia la globalización.

Los avances en la tecnología de las comunicaciones globales, mediante la fusión de la tecnología de la información y las telecomunicaciones, están jugando un importante papel en los flujos de capital, la producción y el marketing.

Internet ha reducido el coste de elaboración y ha incrementado el número de potenciales usuarios, posibilitando el acceso instantáneo y simultáneo a un gran volumen de información contable. El coste de impresión y distribución de dicha información no constituye ahora un impedimento para su difusión.

Por otra parte, el aumento de la demanda de información en línea está afectando a los mercados de capitales y a los mercados de acciones en particular. La negociación de acciones en línea, que es la más desarrollada en países como Estados Unidos, ha llevado al mercado a una nueva clase de inversores individuales que utilizan Internet para realizar sus inversiones. La reducción de las comisiones de las transacciones ha propiciado un mayor volumen de operaciones por parte de estos pequeños inversores que utilizan Internet tanto para invertir a corto plazo en acciones como en sus procesos de análisis.

Es más que probable que en los próximos años Internet se convierta en el primer canal de transmisión de información contable, sustituyendo al formato impreso que pasará a ser un canal secundario. Al no existir en la mayoría de los países una normativa que regule la publicación de

información contable mediante este canal de comunicación, el contenido y los formatos de las compañías presentan una gran diversidad. Este artículo pone de manifiesto esta variedad y las prácticas que implican riesgos potenciales desde una perspectiva legal para las empresas emisoras, ya que podrían dar lugar a demandas por parte de los usuarios de sus páginas web. También se recogen algunas recomendaciones sobre las políticas y los procedimientos a seguir por las compañías que publican información financiera en Internet para evitar dichos riesgos.

2. EMPRESAS EN INTERNET: EXTENSIÓN, CARACTERÍSTICAS Y OBJETIVOS

Continuamente crece el número de empresas que tienen una página en Internet en la que incluyen alguna clase de información financiera, sobre todo en los países en los que el mercado de capitales está más desarrollado. El uso de Internet para fines de comunicación corporativa tiene carácter voluntario y a excepción de Estados Unidos no alcanza por el momento un uso generalizado; sin embargo, algunos trabajos existentes como los de DEBRECENY y GRAY (1999), DELLER *et al.* (1999), IASC (1999) coinciden en su aumento progresivo. Este último analiza la utilización de Internet para difundir información por parte de las 30 mayores empresas de 22 países incluidas en el Dow Jones Global Index. El resultado es que el 86% de las empresas tiene página web, variando el índice de penetración desde el 100% en Alemania, Francia, Suecia, Canadá y EEUU, al 43% en Malasia o el 53% en Chile. Siendo el 97% en el Reino Unido, el 90% en Holanda, el 83% en Italia, el 80% en Noruega y el 73% en España.

En España, los estudios realizados se centran en las 35 compañías que componen el IBEX. En este sentido, los trabajos de SÁNCHEZ (1999), MOLERO *et al.* (1999), LARRÁN y GINER (2001), demuestran una evolución positiva del número de las empresas que suministran las cuentas anuales.

MOLERO *et al.* (1999) utilizando como muestra 215 compañías que cotizaban en la Bolsa de Madrid para el año 98, muestran cómo el uso medio de Internet disminuye significativamente. GOWTHORPE y AMAT (1999) utilizan como muestra las 379 compañías que cotizan en la Bolsa de Madrid para el año 1998, destacando unos bajos porcentajes.

GANDÍA (2001) elabora un indicador de calidad para las empresas incluidas en el IBEX 35, destacando en sus conclusiones el hecho de que las grandes compañías españolas aún no han apostado por el uso de Internet como instrumento de divulgación financiera.

Se puede constatar que, en general, son las variables tamaño y capitalización bursátil de las compañías las que guardan relación con la difusión generalizada de información financiera en sus páginas web. En este sentido, ASHBAUGH *et al.* (1999) y ETTREDGE *et al.* (1999) analizan las características empresariales que explican el hecho de que las empresas en Estados Unidos tengan página web, destacando el tamaño, la rentabilidad y la necesidad de recursos ajenos. Por su parte, CRAVEN y MARSTON (1999) demuestran con empresas del Reino Unido que el tamaño está relacionado posi-

tivamente con la circunstancia de tener página web, con la publicación de información financiera en la misma y con la cantidad de información que se incluye. En España LARRÁN y GINER (2001) destacan la asociación significativa entre el tamaño y la cotización en bolsas internacionales con la divulgación de información. También se constata en algunos estudios que la calidad de las páginas web (contenido, tecnología, facilidad de acceso y oportunidad) es mayor con el tamaño y la dispersión en la propiedad de las compañías (PIRCHEGGER y WAGENHOFER, 1999).

Entre los objetivos de las empresas para llevar a cabo la distribución de información financiera vía Internet, el estudio realizado por el FASB (2000) destaca los de: a) complementar la información impresa, b) sustituirla y c) innovar, ofreciendo nuevos contenidos informativos y herramientas de software.

En un extremo se encuentran las empresas que consideran la distribución electrónica principalmente como un complemento en lugar de un sustituto de la distribución de material impreso. Ninguna de estas compañías se esfuerza activamente por ser un líder en la distribución electrónica de información financiera. Su interés está en diseñar y mantener una página que contenga una versión electrónica de la información que proporcionan en formato impreso que incremente la accesibilidad y velocidad de distribución con relación a la información que pudiera llegar a los destinatarios por correo o vía fax.

Otro grupo de empresas no sólo comparte los objetivos de accesibilidad y velocidad en la distribución de la información, sino que también se esfuerza activamente en sustituir algún material impreso por la distribución electrónica. En este grupo es más probable encontrar otra información, además de los estados financieros normalizados y los comunicados de la prensa. Estas compañías consideran la distribución electrónica de información como un sustituto de los envíos por correo y fax que les permite reducir los costes de impresión y distribución, ser más respetuosos con el medio ambiente e incrementar la eficiencia del departamento de relaciones con los inversores.

En el otro extremo están las compañías que tienen las metas más agresivas y que no sólo comparten los objetivos de complementar y sustituir la información impresa, sino que pretenden innovar con la difusión de nuevos contenidos y la utilización de nuevas herramientas de software. Estas empresas se esfuerzan en ser líderes en la distribución electrónica de información financiera y están constantemente buscando nuevas formas de maximizar las capacidades de sus páginas web.

3. CONTENIDOS DE LA INFORMACIÓN PUBLICADA EN INTERNET

Existe una gran variedad de formatos y contenidos en la información publicada, sin embargo, los distintos modos de operar y las prácticas que las empresas utilizan para maximizar el uso de las capacidades que ofrece Internet para difundir información económico-financiera tienen aspectos comunes.

La información de interés para los inversores se presenta frecuentemente en una sección separada en la página de entrada de la compañía a la cual se accede fácilmente. La mayoría de las empresas que proporcionan un mínimo de información financiera en sus páginas mantiene una sección separada, denominada «Inversores» o «Relaciones con los Inversores», que contiene información como: la historia financiera de la compañía, los estados financieros trimestrales y anuales, comunicados de prensa, información remitida a los organismos supervisores, respuestas a las preguntas más frecuentes y cotización de la acción. Las empresas que mantienen esta sección pueden reducir significativamente el número de las llamadas telefónicas que reciben en demanda de información sobre la compañía, reduciendo también el coste de remitir información por correo y por fax.

Numerosas empresas han ampliado su oferta de información económico-financiera vía Internet para incluir información que en origen había sido elaborada para analistas e inversores institucionales, haciéndola accesible a una audiencia más amplia. En esta oferta incluyen las transcripciones de presentaciones realizadas por los directivos, diapositivas, archivos sonoros de conferencias corporativas, presentaciones a analistas, comentarios sobre los resultados y un calendario de eventos de interés para los inversores. Suministrando estas informaciones, las empresas no sólo consiguen incrementar la velocidad de distribución de la información dirigida a analistas e inversores institucionales, sino que también incrementan la accesibilidad para los inversores individuales y otras partes interesadas.

Las empresas más innovadoras utilizan formatos y herramientas diseñadas para asistir a los usuarios en la revisión, análisis y utilización de la información. Estas empresas incluyen en su versión de las cuentas anuales para Internet una relación de dispositivos que facilitan la utilización de los contenidos y el enlace con otras secciones relevantes, así como presentaciones en diferentes formatos (por ejemplo PDF y HTML). Actualmente se está trabajando en el desarrollo de lenguajes que permitan un fácil manejo de la información económico-financiera que se publica en las páginas web de las empresas, son los denominados XML y, dentro de éste, el XRBL que permiten a los distintos usuarios que se relacionan con la empresa analizar directamente la información económico-financiera o los estados contables sin necesidad de adaptar previamente dicha información.

En ocasiones, las páginas de Internet proporcionan gráficos y otras herramientas que permiten al usuario obtener una visión de la historia de la cotización de la acción de la empresa durante el período de tiempo seleccionado o el precio de cierre a una fecha concreta.

Determinadas páginas permiten descargar aplicaciones con herramientas analíticas que proporcionan al usuario la posibilidad de resumir y analizar datos financieros históricos de la compañía y realizar proyecciones de los beneficios.

Hay empresas que no se conforman con proporcionar sólo mayor accesibilidad a la información previamente suministrada en formato impreso, sino que utilizan los avances tecnológicos para transmitir mediante audio y vídeo informaciones de contenido financiero. Estas

transmisiones permiten escuchar y ver las conferencias dirigidas a analistas financieros, los desarrollos de las juntas generales de accionistas y realizar presentaciones similares en directo, e incluso proporcionan un archivo de presentaciones que el usuario de Internet puede seleccionar.

Para que las partes interesadas puedan disponer de información actualizada lo más rápidamente posible, muchas empresas permiten a los usuarios de Internet recibir alertas a través del correo electrónico. Dependiendo de la empresa, los usuarios de este servicio pueden recibir artículos, comunicados de prensa y mensajes cada vez que la empresa incluye nueva información financiera en su página web.

Existe una preocupación general por supervisar regularmente la utilización de la sección de relaciones con los inversores para identificar la forma de aumentar la eficiencia y la utilización de la página. Las empresas controlan no sólo el número de visitas, sino que también recogen información relativa a la utilidad de los diferentes tipos de información incluida en la página web; además estas empresas utilizan encuestas y revisan otras páginas para identificar la información que los inversores necesitan y que puede ser distribuida electrónicamente.

4. RIESGOS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA EN INTERNET

Internet está proporcionando a los inversores individuales un acceso sin precedentes a la información financiera. Este nuevo paradigma informativo evoluciona constantemente y parece limitado sólo por la imaginación de aquellos que lo crean, aunque en parte está limitado por las mismas normas y regulaciones que gobiernan la distribución de información financiera impresa.

La mayoría de las empresas que operan en Internet han adoptado prácticas inocuas en la publicación de la información; sin embargo, se detectan prácticas que presentan riesgos potenciales para las empresas emisoras, ya que dependiendo de la legislación de cada país, podrían dar lugar a demandas por parte de los usuarios de sus páginas. Entre dichas prácticas son comunes las siguientes:

4.1. Inclusión de información previsional.

Dado el riesgo que supone la predicción de hechos futuros, las compañías tradicionalmente han sido reacias a incluir estados financieros previsionales o proyecciones de resultados en la difusión de información pública. En Estados Unidos, con el propósito de facilitar la divulgación de este tipo de información, los tribunales han establecido la doctrina *bespeak caution*

para proteger a las compañías emisoras ante una posible responsabilidad. De esta forma, si los estados previsionales finalmente resultan ser incorrectos, la empresa no será responsable, siempre que haya incluido la correspondiente cláusula de exención de responsabilidad (*disclaimer*). En ésta, la empresa tendría que indicar aquellos factores que podrían causar que las proyecciones realizadas no se cumplieran y los estados financieros previsionales no se aproximaran a la realidad.

Por su parte, el Congreso norteamericano ha intentado fomentar la divulgación de información prospectiva por parte de las empresas. Como parte del *Private Securities Litigation Reform Act* de 1995 (*Reform Act*), que parcialmente codificó la doctrina del *bespeak caution*, el Congreso proporcionó un estatuto de puerto seguro (*safe harbour*) para determinada información previsual que reúna un requisito clave: ir acompañada de una declaración de advertencia que identifique los factores que podrían hacer que los resultados efectivos difirieran sustancialmente de los descritos en las declaraciones predictivas. Para que la compañía quede protegida, la divulgación de información previsual debe ir acompañada de la relación de los riesgos relevantes que pueden afectar a esa situación en particular.

Una fuente importante de responsabilidad potencial en la publicación de información en Internet procede de las declaraciones financieras que después son consideradas falsas o engañosas o de las omisiones que contienen. El problema consiste en no invocar adecuadamente el *safe harbour* mediante la inclusión de la oportuna advertencia junto a las declaraciones.

4.2. Informes de analistas.

Uno de los riesgos legales más importantes se deriva de la existencia de enlaces de la página web de la compañía con páginas de analistas, o de la inclusión en la página de informes de analistas que cubren la compañía. En Estados Unidos, los tribunales pueden declarar a una compañía responsable directa de las declaraciones falsas realizadas por los analistas que ella misma adopta como suyas o hace públicas.

Por su parte, la SEC (*Securities Exchange Commission*) considera los enlaces con las páginas de analistas una transmisión de información hecha directamente por la compañía. El riesgo se incrementa si la empresa incluye sólo una lista parcial de analistas.

La falta de una advertencia en el sentido de que el visitante está saliendo fuera de su página puede hacer responsable a la compañía del contenido de la información de las páginas con las que ofrece enlaces. En todos estos casos en los que una empresa hace referencia a los informes de analistas, las declaraciones de advertencia son particularmente importantes y deberían establecer que la compañía no revisa la veracidad de las previsiones del analista, su consistencia con las previsiones de la gerencia y no respalda el informe de aquél o sus conclusiones.

4.3. Extractos de cuentas anuales.

Algunas compañías colocan en sus páginas de Internet información financiera que omite alguno de los estados financieros principales o las notas a los estados financieros. Esta práctica es contraria a los principios de contabilidad generalmente aceptados, que requieren que las notas acompañen a los estados financieros. Las notas revelan información que amplía, explica y comenta la información contenida en los estados financieros, necesaria para su correcta comprensión e interpretación. En consecuencia, la presentación incompleta de los estados financieros puede suponer una omisión de hechos relevantes y no ofrecer la imagen fiel de la situación de la compañía.

El problema se acentúa si el informe de auditoría acompaña a unos estados financieros que resultan incompletos o desprovistos de notas, ya que dicho informe hace referencia a que las cuentas contienen toda la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuadas. De esta forma, los usuarios pueden pensar equivocadamente que están en presencia de unos estados financieros que cumplen con los principios de contabilidad generalmente aceptados y que contienen toda la información requerida.

4.4. Transcripción de conferencias y discursos corporativos.

En Estados Unidos, las declaraciones orales están sujetas a menos requerimientos en cuanto a advertencias que los estados financieros impresos. Bajo la doctrina del *safe harbour*, el orador sólo necesita identificar su declaración como previsional y referirse a un documento que contiene la declaración de advertencia. Las compañías que incluyen en su página de Internet las conferencias de prensa y los discursos corporativos sin la correspondiente advertencia están incurriendo en una práctica de riesgo.

4.5. Información auditada y no auditada.

En algunas compañías, es difícil distinguir entre información auditada y no auditada cuando el usuario se mueve desde la página que contiene los estados financieros a otras páginas que contienen comentarios de la gerencia y de analistas, gráficos, notas de prensa, información sobre la empresa y traducciones a otros idiomas. En estos casos, el lector puede pensar que toda la información que está analizando ha sido sometida a auditoría.

Existe una tendencia generalizada de las empresas a excluir el informe de auditoría de la información financiera de sus páginas web, sobre todo, aquellas que tienen un informe de auditoría con salvedades por gestión continuada. Las que publican el informe de auditoría suelen omitir la firma del auditor.

4.6. Actualización de la información.

Algunos tribunales de Estados Unidos han establecido la obligación de actualizar la información difundida por las compañías. Existe un deber de corregir o revisar la información difundida, que en su momento fue precisa, cuando se convierte en engañosa por acontecimientos posteriores. Esta obligación persiste mientras los operadores del mercado puedan confiar razonablemente en la información. La obligación de actualizar la información incrementa la necesidad por parte de la compañía de revisar periódicamente su página. La solución podría ser que la gerencia segregara la información antigua y potencialmente anticuada en un archivo separado, indicando que sólo tiene un interés histórico.

4.7. Información sobre los productos de la compañía.

Las empresas también suelen ofrecer información sobre los productos que comercializan. En este supuesto el riesgo se centra en que la información esté anticuada o tenga un carácter predictivo. En el último supuesto es necesario acompañar dicha información de las correspondientes declaraciones de advertencia.

El precio de las acciones de las compañías que operan en determinados sectores es especialmente sensible a la información relativa a la innovación de los productos que comercializan. Si la compañía anuncia en una nota de prensa la aparición de un producto que supondrá una importante innovación en el mercado y después la realidad no se ajusta a esa declaración, la empresa puede ser acusada de una declaración falsa. Una solución puede ser separar claramente la información sobre los productos en una sección distinta para que no sea confundida con la destinada a los inversores.

4.8. Posibilidad de alterar la información.

Los fallos de seguridad pueden propiciar que los piratas informáticos modifiquen la información financiera incluida en la página de la compañía. El riesgo legal que puede derivarse de ello es que cualquier conducta de la firma que provoque fallos en el sistema de seguridad de la página podría considerarse como negligente.

En muchos casos, las cuentas anuales de la compañía se incluyen en un archivo separado (a menudo en formato PDF), que permite la descarga y la impresión de los documentos exactamente igual que aparecen en el formato impreso. Al tratarse de una copia completa de los documentos impresos, el riesgo de modificación del documento es el mismo que el del formato impreso, ya que los estados financieros auditados están claramente identificados. Sin embargo, la información finan-

ciera no siempre se publica utilizando esta presentación y las compañías utilizan otras tecnologías como el lenguaje HTML que permite la modificación del formato de los estados financieros para su análisis. Esta posibilidad incrementa las dudas sobre si esta presentación es la misma que la que aparece en el formato impreso de los estados financieros y sobre si las cuentas han podido ser modificadas después de su auditoría.

4.9. Información en tiempo real.

La información en tiempo real generada bajo la tecnología actual permite suministrar más datos a los usuarios, pero no necesariamente más información. Los principios de contabilidad generalmente aceptados exigen el tratamiento de la información en bruto para transformarla en unos estados financieros comprensibles. Los ajustes que este proceso requiere van en la actualidad más allá de la capacidad de cualquier sistema de información de ofrecer la información en tiempo real. Por tanto, hay que ponderar los efectos que para los usuarios supone el disponer de una información más oportuna pero menos consistente.

4.10. Información interactiva.

Algunas compañías proporcionan a los usuarios, además de los estados financieros, los instrumentos necesarios para determinar cuál sería la situación de la empresa en distintos escenarios futuros. Estos escenarios podrían ser considerados como estados previsionales, con las consecuencias legales que esta posibilidad puede tener para la compañía.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Aunque se está produciendo una paulatina generalización de la utilización de las nuevas tecnologías en el proceso de comunicación de la información contable, actualmente existen pocas guías de actuación en esta área. La excepción la constituyen las normas publicadas por la Bolsa de Toronto y por la Commission des Opérations de *Bourse de Francia* ¹, que han emitido una lista de recomendaciones sobre la publicación de información financiera en Internet.

¹ Véase www.tse.com y www.bourse-de-paris.fr

Hasta tanto los problemas planteados, fruto del rápido cambio tecnológico, no sean abordados de una forma generalizada y resueltos mediante la emisión de normas en cada uno de los países, las compañías pueden adoptar códigos de conducta para difundir información financiera mediante este canal. Un ejemplo de ello es el emitido por el IASC (1999), que recoge la recomendación de:

- a) Hacer coincidir la información contenida en la página de la compañía con la que se suministra bajo otros formatos, como el impreso, evitando que se produzcan contradicciones.
- b) Colocar la información complementaria que no forme parte en sentido estricto de las Cuentas Anuales (estados previsionales, información medioambiental, responsabilidad social de la empresa y análisis de la gerencia) en un apartado separado para que no se confunda con aquéllas.
- c) Proporcionar las declaraciones de advertencia adecuadas, acompañando a cualquier estado previsional. Las transcripciones de discursos y conferencias de prensa podrían ser consideradas como divulgaciones escritas y, por tanto, deben incluir la apropiada cláusula de advertencia.
- d) No facilitar enlaces con páginas de analistas ni incluir comentarios de éstos en la página de la compañía. Si se suministra una relación de analistas que cubren la compañía, habría que incluir el nombre de todos, y no sólo los que realizan comentarios favorables.
- e) Incluir un conjunto completo de estados financieros. Cualquier ayuda a la navegación debería aumentar la integridad de los estados financieros. Si las Cuentas Anuales se presentan en ficheros separados, habría que proporcionar un índice de los documentos que las integran, proporcionando referencias cruzadas entre todos los documentos para que puedan leerse conjuntamente.
- f) Si la información publicada fuera incompleta o extractada, debería indicarse claramente, facilitando los enlaces para acceder a toda la información.
- g) Indicar la información que ha sido objeto de revisión por auditores externos, proporcionando una copia íntegra del informe de auditoría.
- h) Incluir la fecha original de las distintas páginas y la fecha de la última actualización.
- i) Revisar periódicamente las medidas de seguridad del sistema.

Para optimizar la eficacia de la información financiera publicada en Internet debería asignarse un mínimo nivel de responsabilidades a todas las partes implicadas en el proceso de divulgación de la información financiera: sociedades emisoras, auditores de las mismas y usuarios externos de las páginas web.

En este sentido, las sociedades han de velar, esencialmente, para que la información se presente de tal forma que no se confundan los datos estrictamente financieros con aquellos publicados con propósitos publicitarios. Así como por la autenticidad y seguridad del sistema, evitando alteraciones no autorizadas de la información corporativa.

Por su parte, los auditores han de responsabilizarse de asegurar que en la página web de la compañía se identifiquen claramente las informaciones que han sido objeto de verificación de las que no lo han sido, así como de realizar el seguimiento de los cambios que se hayan producido entre dos auditorías sucesivas, y si éstos fueran relevantes, dejar constancia en su informe.

Por último, a los usuarios externos, a los que se le supone un nivel de conocimiento razonable del negocio y de las prácticas contables, se les atribuye la responsabilidad de revisar íntegramente la página web antes de tomar decisiones y poner en conocimiento del administrador de la página web los problemas encontrados, y en su caso, los datos aparentemente incorrectos o incompletos.

BIBLIOGRAFÍA

- ASHBAUGH, H., JOHNSTONE, K.M. y WARFIELD, T.D. (1999): «Corporate reporting on the Internet». *Accounting Horizons*. Vol. 13. págs. 241-257.
- CRAVEN, B.M. y MARSTON, C.L. (1999): «Financial reporting on the Internet by leading UK companies». *European Accounting Review*. Vol. 8. N.º 2. págs. 321-333.
- DEBRECENY, R. y GRAY, G. (1999): «Financial reporting on the Internet and the external audit». *European Accounting Review*. Vol. 8. N.º 2. págs. 335-350.
- DELLER, D., STUBENRATH, M. y WEBER, C. (1999): «A survey of the Internet for investor relations in the USA, the UK and Germany». *European Accounting Review*. Vol. 8. N.º 2. págs. 351-364.
- ETTREDGE, M., RICHARDSON, V.J., y SCHOLZ, S. (1999): *Determinants of voluntary dissemination of financial data at corporate web sites*, Working paper, University of Kansas.
- FASB (2000): *Business Reporting Research Project. Electronic Distribution of Business Reporting Information*. Financial Accounting Standards Board. <http://www.rutgers.edu/Accounting/raw/fasb/brrppg.html>.
- GANDÍA, J. L. (2001): *La divulgación de información financiera en la era digital*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), Madrid.

- GOWTHORPE, C. y AMAT, O. (1999): «External reporting of accounting and financial information vía the Internet in Spain». *European Accounting Review*. Vol. 8. N.º 2. págs. 365-372.
- IASC (1999): *Business Reporting on the Internet*. Informe preparado por LYMER, A., DEBRECENY, R., GRAY, G.L. y RAHMAN, A. http://www.iasc.org.uk/frame/cen3_26.htm.
- LARRAN, M, y GINER, B.: *La oferta de información financiera en Internet. Un estudio de las grandes compañías españolas*. XI Congreso de AECA, 26-28 de septiembre de 2001, Madrid.
- MOLERO, J.J., PRADO, A. y SEVILLANO, F.J. (1999). *The presentation of financial statements through the Internet: analysis of the most significant companies in Spain*. Comunicación presentada al 22th Congress of the European Accounting Association. Burdeos. Francia.
- PIRCHEGGER, B. y WAGENHOFER, A. (1999): «Financial Information on the Internet: a survey of the homepages of Austrian Companies». *European Accounting Review*. Vol. 8. N.º 2. págs. 383-393.
- SÁNCHEZ, M. (1999): *La Memoria como cuenta anual. Un estudio empírico*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla.