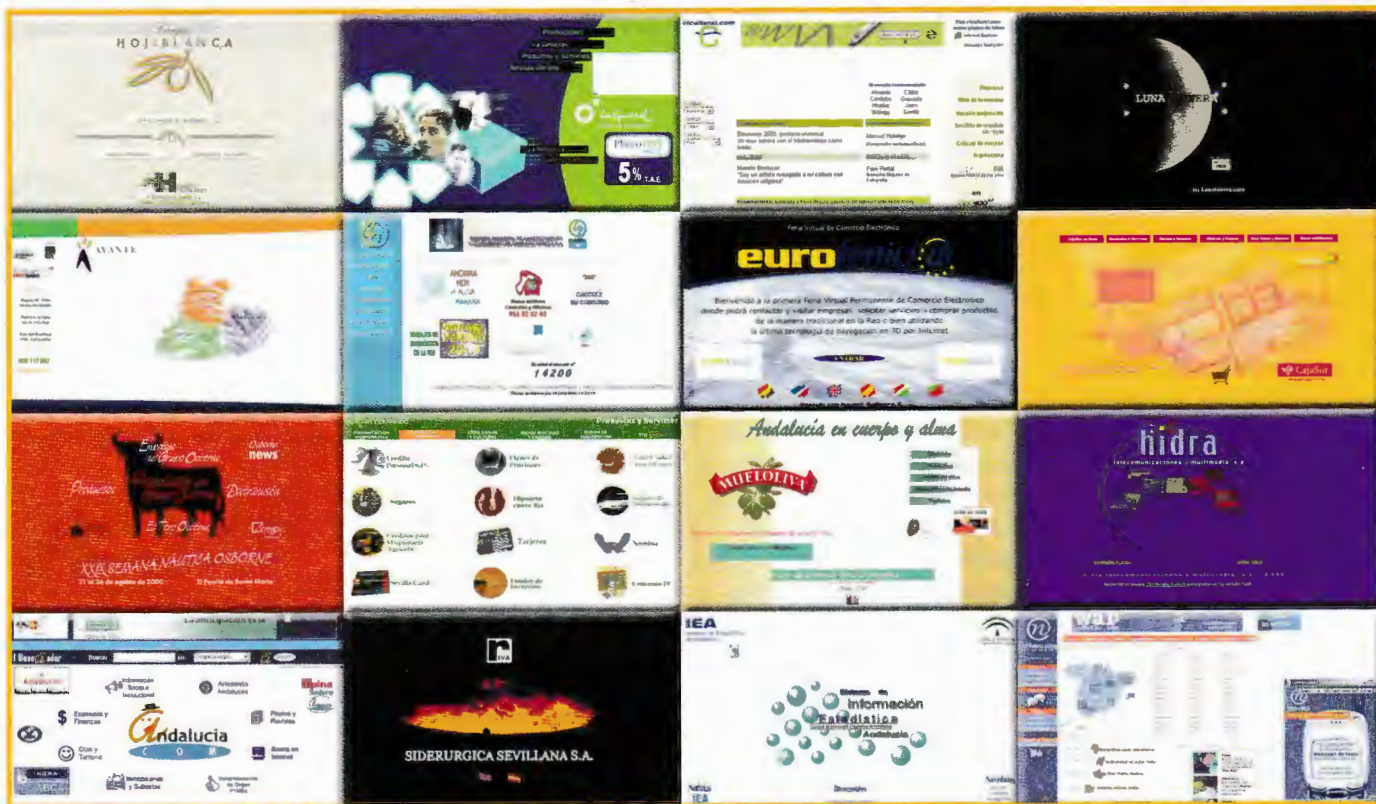


Andalucía ECONOMICA

Nº 114 SEPTIEMBRE 2000 500 Ptas. / 3 Euros



ANDALUCÍA EN LA RED



Webs andaluzas, cantidad y calidad

Con algún retraso, pero con fuerza, la empresa andaluza se adentra ya en Internet. Todavía sólo una de cada siete empresas andaluzas utiliza la red, pero florecen iniciativas, apoyos y se multiplican las páginas propias. Hay mucho que mejorar aún en calidad e información para evitar decepciones, pero el paso está dado.

Antonio Checa

El espectacular aumento de usuarios de Internet en Andalucía, que debe dar un nuevo paso adelante en estos meses últimos del año con la generalización de las tarifas planas, tiene su paralelo en el auge de

las páginas webs de empresas e instituciones andaluzas en la red de redes. Puede afirmarse que ya no hay empresa relevante en la comunidad que no la tenga y que son también mayoría las empresas medianas que utilizan Internet —es de destacar el esfuer-

zo que vienen realizando en este campo las cooperativas sureñas—, pero que todavía queda mucho por hacer en el campo de la pequeña empresa andaluza, tan mayoritaria en la región, lo mismo en el campo del comercio electrónico como a la hora de disponer de

páginas propias o agrupadas en la red. No obstante, para paliar ese problema se desarrollan últimamente iniciativas ambiciosas, como Andalucía Comercio Electrónico, que busca llevar al pequeño comercio las ventajas de estar en la red y que impulsa, con im-

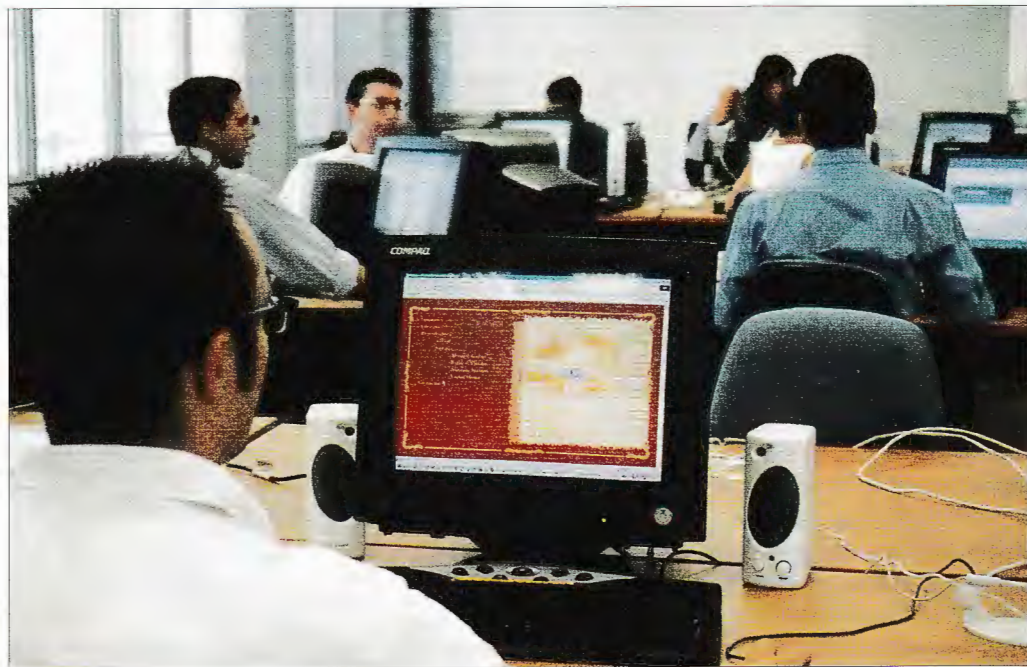
portantes apoyos, la Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía, CECA.

Anotemos no obstante que Andalucía aporta a la red algunas páginas muy originales, de gran calidad estética, como la de Osborne —osborne.es—, que no faltan las interactivas con posibilidad de premios, como la de Cruzcampo —cruzcampo.es— o las que ofrecen una larga serie de servicios, como la de Covirán —coviran.es—. Sevilla

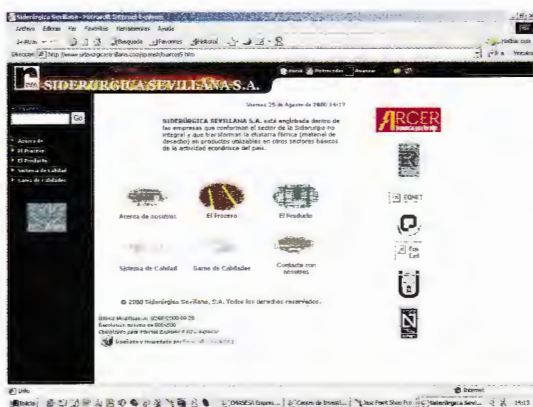
na de Electricidad —sevillaelec.es— incorpora a sus muchas informaciones documentos y datos medioambientales aportados por el grupo Endesa. El sector hotelero se muestra muy innovador en este campo, donde la información es en algunos casos exhaustiva. Todas las grandes cadenas tienen su web, pero también hoteles independientes.

Un buen ejemplo es el del hotel Aguamarina, de Estepona, con amplia información propia y de la Costa del Sol y, como en casi todos los hoteles en red, posibilidad de realizar reservas —hotelaguamarina.com/index.html—. Hay páginas muy didácticas, como pueda ser la de Siderúrgica Sevillana —siderurgicasevillana.com—, con explicaciones de su gama de productos y los procesos productivos.

No es excepción la empresa pública, como lo demuestra la página web de Emasesa —emasesa.com—, con muchos servicios prácti-



Miguel A. León

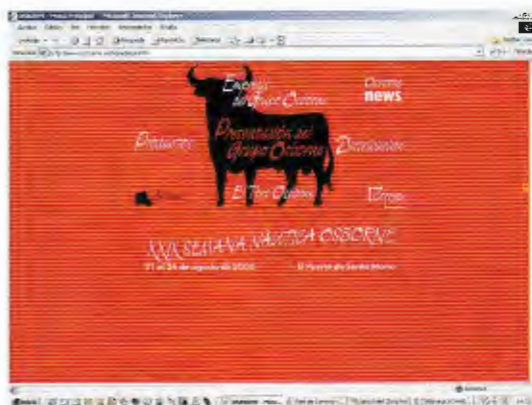


cos, incluido solicitar el cambio de contador o calcular el propio consumo de agua. Canalsur.es permite acceder a toda la programación de la televisión y la radio de la empresa pública andaluza. A otro nivel, la web de la Cámara de Cuentas de Andalucía —ccuentas.es— permite acceder a resúmenes de todas las tareas de fiscalización desarrolladas por este organismo. Puede parecer una información muy especializada, pero es el caso que viene registrando por encima de las 5.000 vi-

sitas mensuales.

Ocurre que, de forma paralela a la empresa privada, ha aumentado extraordinariamente en los tres últimos años la presencia institucional en la red, desde ayuntamientos o mancomunidades a relevantes organismos autonómicos o delegaciones del gobierno central, esa presencia en la red es hoy relevante, si bien en muchos casos a las buenas intenciones de estar en línea no se corresponde un esfuerzo continuado y una actualización paulatina de los contenidos. Ejemplo de buena

y útil página web puede ser la de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía —cap.junta-andalucia.es—. Curiosa es la web creada en Málaga sobre contratación en la administración pública —acop.es—, por la Asociación de Contratistas con Organismos Públicos, con una impresionante base de datos sobre empresas andaluzas. El ayuntamiento de Granada ha desarrollado una sugestiva página web comercial, zocoweb.com, mientras la Cámara de Comercio de la misma ciudad diseña la camerfirma, para avalar operaciones de comercio electrónico. Un grupo de 14 municipios andaluces y Faecta impulsan Eurofenicia, toda una feria del comercio electrónico. Los ejemplos pueden, por fortuna, multiplicarse.



Negocio y empleo

Aunque el comercio electrónico registra aún cifras comparativamente modestas —si bien