

Comercio electrónico extremeño: estudio
cualitativo (2006) y cuantitativo de websites
empresariales (2003-2007 y 2011)

TESIS DOCTORAL

COMERCIO ELECTRÓNICO EXTREMEÑO:
ESTUDIO CUALITATIVO (2006) Y CUANTITATIVO DE
WEBSITES EMPRESARIALES (2003-2007 y 2011)

MARÍA ANTONIA HURTADO GUAPO

M^a Antonia
Hurtado
Guapo

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



TESIS DOCTORAL

**COMERCIO ELECTRÓNICO EXTREMEÑO: ESTUDIO CUALITATIVO
(2006) Y CUANTITATIVO DE WEBSITES COMERCIALES (2003-2007 Y
2011)**

MARÍA ANTONIA HURTADO GUAPO

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

2013



TESIS DOCTORAL

**COMERCIO ELECTRÓNICO EXTREMEÑO: ESTUDIO CUALITATIVO (2006) Y
CUANTITATIVO DE WEBSITES COMERCIALES (2003-2007 Y 2011)**

MARÍA ANTONIA HURTADO GUAPO

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Conformidad del/los Director/res:

Fdo: M^a Del Rosario Fernández Falero

2013

Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.

Mahatma Ghandi (1869-1948)

AGRADECIMIENTOS

El desarrollo de esta tesis ha sido el resultado de horas de estudio, reflexión y trabajo a lo largo de las diferentes etapas en las que se ha llevado a cabo.

Agradecer a todas esas personas que han estado apoyándome desde que comencé, que han sabido ser pacientes, escucharme y aconsejarme a pesar de mis insistencias y cabezonerías.

A mis padres, por sus consejos y valores.

A mi marido, por sus continuos alientos y paciencia conmigo.

A mi amiga Rebeca Sendras Casas, que aunque nos separen casi dos mil kilómetros siempre está a mi lado. Por tu cariño y palabras de aliento y motivación constante.

Agradecer en especial a mi amiga M^a Soledad Ferrera Barrán, como maestra de todas aquellas materias que no vienen explicadas en ningún libro, esas cosas de la vida..., por sus ánimos y cariño hacia mí.

A mis compañeros de la Unidad de Atención al Usuario del Servicio de Informática de la Universidad de Extremadura, por su aguante y total disposición ante cualquier problema.

Quiero expresar mi agradecimiento a la profesora D^a M^a del Pilar Ortego de Lorenzo Cáceres por sus valiosas sugerencias y acertados aportes durante el desarrollo de este trabajo.

A Pepe y a Tomás, por su aguante en las tardes interminables de trabajo al calor de una taza de té.

Y por supuesto a mi directora de tesis, M^a del Rosario Fernández Falero, por sus correcciones, su cariño y apoyo moral con el cual he logrado culminar mi esfuerzo, terminando así mi carrera profesional, que es para mí la mejor de las herencias.

ÍNDICE

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	I
ÍNDICE DE TABLAS	II
ÍNDICE DE GRÁFICOS	IV
LISTADO DE SIGLAS/ABREVIATURAS	VI
ESTRUCTURA DE LA MEMORIA DE TESIS.....	1
I. INTRODUCCIÓN	3
II. JUSTIFICACION Y OBJETIVOS.....	18
II.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO	18
II.2. OBJETIVOS	21
II.3. HIPÓTESIS DE PARTIDA Y FINALIDAD DEL TRABAJO.....	24
III. MARCO TEÓRICO.....	25
III.1. COMERCIO ELECTRÓNICO	25
III.1.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	26
III.1.2. DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO	28
III.1.3. TIPOLOGÍA DE COMERCIO ELECTRÓNICO	32
III.1.3.1 Business to Administration (B2A) o comercio entre empresa y administración	33
III.1.3.2 Business to Business (B2B) o comercio entre empresas	33
III.1.3.3 Business to Consumers (B2C) o comercio entre empresa y consumidor	35

III.1.3.4 Consumer to Administration (C2A) o comercio entre consumidores y administración	36
III.1.3.5 Consumer to Business (C2B) o comercio entre consumidores y empresas.....	36
III.1.3.6 Consumers to Consumers (C2C) o comercio entre consumidores	37
III.1.3.7 Business to Employee (B2E) o comercio entre empleados	37
III.1.4. UNA NUEVA FORMA DE COMERCIO: COMERCIO UBICUO.....	37
III.1.4.1 TIPOS DE COMERCIO UBICUO.....	40
III.1.4.1.1 Mobile To Business (M2B) o comercio a través de móvil	40
III.1.4.1.2 T-Commerce.....	40
III.2. USUARIOS	42
III.2.1. DEFINICIÓN DEL TÉRMINO USUARIO	43
III.2.2. TIPOLOGÍA DE USUARIO	44
III.2.3. PERFIL DEL USUARIO EN INTERNET	47
III.2.3.1 Europeo.....	47
III.2.3.1.1 Individuos que usan regularmente Internet.....	48
III.2.3.1.2 Individuos que usan frecuentemente Internet.....	50
III.2.3.1.3 Individuos que no han usado nunca Internet	51
III.2.3.2 Nacional	53
III.2.3.2.1 Uso de las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas	53
III.2.3.2.2 Uso de las TICs por tramos de edad.....	54
III.2.3.2.3 Uso de las TICs por sexo.....	56
III.2.3.2.4 Nacionalidad del internauta español.....	56
III.2.3.2.5 Situación laboral del internauta español.....	57
III.2.3.3 Regional.....	58

III.2.3.3.1	Uso de las Tic en Extremadura.....	58
III.2.3.3.2	Uso de las TICs por tramos de edad.....	59
III.2.3.3.3	Uso de las TICs por sexo.....	60
III.2.3.3.4	Nacionalidad del internauta extremeño.....	61
III.2.3.3.5	Situación laboral del internauta extremeño.....	62
IV.	ESTADO DE LA CUESTIÓN	64
IV.1.	COMERCIO ELECTRÓNICO	64
IV.2.	ESTUDIOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y WEBS	64
IV.3.	ESTUDIOS DE USUARIOS	66
IV.4.	COMPRA, VENTA Y PAGO EN INTERNET	68
IV.5.	COMERCIO UBICUO	69
IV.6.	OTROS ESTUDIOS MÁS ACTUALES DE COMERCIO ELECTRÓNICO: REDES SOCIALES Y MÓVILES	70
V.	MATERIAL Y MÉTODO	71
V.1.	MATERIAL	71
V.2.	METODOLOGÍA.....	71
V.2.1.	BÚSQUEDA EN INTERNET POR PALABRA CLAVE	72
V.2.2.	CLASIFICACIÓN DE LAS WEBS.....	74
V.2.3.	ESTUDIO DE PARÁMETROS AÑO 2006	80
V.2.3.1	Análisis de características.....	80
V.2.3.2	Análisis estadístico.....	83
V.2.4.	EVOLUCIÓN CUANTITATIVA: 2003-2007-2011.....	83
VI.	RESULTADOS	84

VI.1. EVOLUCION CUANTITATIVA DE EMPRESAS EXTREMEÑAS EN RED: 2003-2007	85
VI.2. ANÁLISIS DE PARÁMETROS AÑO 2006	90
VI.2.1. Sectores por provincias	90
VI.2.2. Análisis de características	92
VI.2.3. Análisis estadístico	94
VI.3. EVOLUCION CUANTITATIVA DE EMPRESAS EXTREMEÑAS EN RED: 2003-2007-2011	101
VI.4. EVOLUCION CUANTITATIVA POR SECTORES Y SUBSECTORES: 2003-2007-2011	107
VI.4.1. SECTORES QUE AUMENTAN	107
VI.4.2. SUBSECTORES QUE AUMENTAN	108
VI.4.3. SECTORES QUE DISMINUYEN	109
VI.4.4. SUBSECTORES QUE DISMINUYEN	110
VI.4.5. SECTORES EN “V”	111
VI.4.6. SUBSECTORES EN “V”	113
VI.4.7. SECTORES EN “V” INVERTIDA	114
VI.4.8. SUBSECTORES EN “V” INVERTIDA	115
VII. DISCUSIÓN	116
VIII. CONCLUSIONES	144
IX. LÍNEAS FUTURAS	152
BIBLIOGRAFÍA	153

ANEXOS.....170

Anexo I. ANÁLISIS DE PARÁMETROS POR SECTORES Y SUBSECTORES AÑO 2006

Anexo II. DIRECTORIO ALFABÉTICO DE DE WEBS EMPRESARIALES

LISTA DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. I-1. Beneficios que las Nuevas Tecnologías ofrecen al empresario (Solé, 2000)	6
Fig. I-2. Pilares básicos del negocio virtual (Solé, 2000).....	10
Fig. III-1. Tipos de comercio electrónico (Gómez ,2012)	32
Fig. III-2. Individuos que usan regularmente Internet (Eurostat, 2011)	49
Fig. III-3. Individuos que usan frecuentemente Internet (Eurostat, 2011)	51
Fig. III-4. Individuos que no han usado nunca Internet (Eurostat, 2011)	52
Fig. V-1. Esquema de tareas ejecutadas.....	72
Fig. V-2. Ejemplo de ficha de empresa	73
Fig. V-3. Ejemplo de página web	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I-1. Ventajas y razones del comercio electrónico para la empresa. Elaboración propia.....	10
Tabla III-1. Características del Usuario Inmigrante (Prensky, 2004).....	46
Tabla III-2. Características del Usuario Nativo (Prensky, 2004).....	46
Tabla III-3. Características del Usuario Experto Rutinario. Elaboración propia a partir de los datos del autor Aníbal de la Torre (Torre, 2009).....	47
Tabla III-4. Nº de personas que usan las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	54
Tabla III-5. Porcentaje de uso de las TICs por tramos de edad a nivel nacional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	55
Tabla III-6. Uso de las TICs por sexo. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	56
Tabla III-7. Nacionalidad del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	57
Tabla III-8. Situación laboral del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	57
Tabla III-9. Uso de las TICs en Extremadura. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	59
Tabla III-10. Uso de las TICs por tramos de edad a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	60
Tabla III-11. Uso de las TICs por sexo a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	61
Tabla III-12. Nacionalidad del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	62
Tabla III-13. Situación laboral del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	62
Tabla V-1. Número total de páginas por año utilizadas.....	71
Tabla V-2. Ejemplo de clasificación realizada con la CDU.....	75
Tabla V-3. Clasificación mediante CDU de sectores y subsectores.....	80

Tabla V-4. Tabla de características estudiadas en las páginas web comerciales.....	83
Tabla VI-1. Evolución cuantitativa de empresas extremeñas en Red: 2003-2007	89
Tabla VI-2. Sectores por provincias.....	92
Tabla VI-3. Tabla-análisis de características.....	94
Tabla VI-4. Tabla de frecuencias	96
Tabla VI-5. Tabla-resultado del análisis estadístico	97
Tabla VI-6. Tabla-análisis de características totales / posibles.....	99
Tabla VI-7. Evolución cuantitativa de empresas extremeñas en Red: 2003-2007-2011	104
Tabla VII-1. Características analizadas por diferentes autores.....	119
Tabla VII-2. Sectores/subsectores con mayor número de websites: 2003-2007 y 2011	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico III-1. Individuos que usan regularmente Internet (Eurostat, 2011)	49
Gráfico III-2. Individuos que usan frecuentemente Internet (Eurostat, 2011).....	50
Gráfico III-3. Individuos que no han usado nunca Internet (Eurostat, 2011)	52
Gráfico III-4. Uso de las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	54
Gráfico III-5. Uso de las TICs por tramos de edad a nivel nacional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)	55
Gráfico III-6. Uso de las TICs por sexo. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	56
Gráfico III-7. Nacionalidad del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	57
Gráfico III-8. Situación laboral del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)	58
Gráfico III-9. Uso de las TICs en Extremadura. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	59
Gráfico III-10. Uso de las TICs por edades a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)	60
Gráfico III-11. Uso de las TICs por sexo a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)	61
Gráfico III-12. Nacionalidad del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)	62
Gráfico III-13. Situación laboral del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011).....	63
Gráfico VI-1. Gráfico-análisis características totales/posibles.....	100
Gráfico VI-2. Evolución cuantitativa por sectores de empresas extremeñas en Red: 2003-2007-2011.....	105
Gráfico VI-3. Evolución cuantitativa total de empresas extremeñas en Red: 2003-2007-2011.....	106
Gráfico VI-4. Sectores que aumentan.....	107

Gráfico VI-5. Subsectores que aumentan.....	108
Gráfico VI-6. Sectores que disminuyen.....	109
Gráfico VI-7. Subsectores que aumentan.....	110
Gráfico VI-8. Sectores en "V"	111
Gráfico VI-9. Subsectores en "V".....	113
Gráfico VI-10. Sectores en "V" invertida.....	114
Gráfico VI-11. Subsectores en "V" invertida.....	115

LISTA DE SIGLAS/ABREVIATURAS

LISTADO DE SIGLAS/ABREVIATURAS

AECE	Asociación Española de Cooperación Europea
AENOR	Asociación Española de Normalización y Certificación
AMETIC	Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los contenidos digitales
B to A ó B2A	Business to Administration
B to B ó B2B	Business to Business
B to C ó B2C	business to consumer
B to E ó B2E	Business to Employee
BMR	Model Reinforcement Building
C to A ó C2A	Consumer to Administration
C to B ó C2B	Consumer to Business
C to C ó C2C	Consumers to Consumers
CC.AA	Comunidades Autónomas
CDU	Clasificación Decimal Universal
CMT	Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
CNAE	Clasificación Nacional de Actividades Económicas
CNUDMI	Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
EC	Electronic Commerce
EDI	Electronic Data Interchange
EUROSTAT	Statistical Office of the European Communities
GM	General Motors
GPRS	General Packet Radio Service
INE	Instituto Nacional de Estadística
ISO	International Standard Organization

MUCS	Model for Ubiquitous Commerce Support
M2B	Mobile To Business
NACE	Clasificación de Actividades Económicas
NASDAQ	National Association of Securities Dealers Automated Quotation
NCSA	National Center for Supercomputing Applications
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
OMC	Organización Mundial de Comercio
PC	Personal Computer
PDA	Personal Digital Assistant
PYMEs	Pequeñas y Medianas Empresas
SMS	Short Messaging Service
T-Commerce	Televisión Commerce
TICs	Tecnologías de la Información y la Comunicaciones
TPV	Terminal de Punto de Venta
UE	Unión Europea
UMTS	Universal Mobile Telecommunication System
WAP	Wireless Application Protocol
WI-FI	Wireless Fidelity
3G	Third Generation

ESTRUCTURA DE LA MEMORIA DE TESIS

ESTRUCTURA DE LA MEMORIA DE TESIS

En las líneas siguientes se describen los nueve capítulos de esta Tesis Doctoral, con la intención de ofrecer una perspectiva general de la estructura de la Memoria.

Las primeras páginas de la Memoria están ocupadas por los agradecimientos, el índice, lista de siglas, relación de figuras, tablas y gráficos contenidos y Memoria de Tesis.

En el primer epígrafe se encuentra la **Introducción** en la que se expone una aproximación del estudio, mostrándose las líneas generales del trabajo y el contexto del mismo. Además de las aportaciones de las nuevas tecnologías al comercio electrónico se citan las características del e-marketing, de los productos en Red y una visión de la España On line.

A continuación, en el **Capítulo II** se detalla la justificación del trabajo, los objetivos, las hipótesis de partida de la tesis y la finalidad de la misma.

A lo largo del **Capítulo III**, se muestra el marco teórico, estableciéndose el origen y la evolución histórica del comercio electrónico. Se presentan diferentes definiciones del concepto de comercio electrónico desde el año 1999 hasta la actualidad. A continuación se expone la tipología de comercio electrónico en función de los participantes en la transacción, mostrando una nueva forma de e-commerce: el comercio ubicuo. El segundo subapartado del capítulo III, está dedicado a los usuarios, parte importante del comercio electrónico, ya que sin ellos no se podría llevar a cabo la compra y venta de productos. Se presentan unas breves reseñas del concepto de usuario, la evolución de la tipología de los mismos y por último se dan datos sobre los estudios realizados por diferentes organismos en el uso de las TICs a nivel europeo, nacional y regional.

En el **Capítulo IV** y con el objetivo de tener una visión general del tratamiento bibliográfico que se ha venido dando a la producción científica acerca del comercio

electrónico y su aporte a la ciencia mundial, se realiza una revisión bibliográfica por cobertura temática y dentro de ésta por orden cronológico.

A lo largo del **Capítulo V** se presentan el material y metodología utilizados para llevar a cabo el estudio. En el primer apartado se expone el material utilizado para la realización de éste. En la segunda parte se detalla el proceso de trabajo para la obtención de los resultados.

A través del **Capítulo VI** se desarrollan los resultados obtenidos. En el primer subapartado se realiza una evolución cuantitativa anual de webs empresariales extremeñas en el período 2003-2007. En el siguiente epígrafe se estudian cualitativamente los datos del año 2006, en primer lugar por provincias; en segundo lugar se realiza un análisis de características que presentan dichas webs empresariales y por último se realiza un estudio estadístico. A continuación, en el tercer subapartado, se expone la evolución cuantitativa del número de empresas on line en los años 2003-2007-2011. Para finalizar, el cuarto epígrafe muestra la adaptación a la Red de los diferentes sectores y subsectores.

En el **Capítulo VII** se detalla la discusión de los resultados obtenidos.

A lo largo del **Capítulo VIII** se desarrollan las conclusiones a las que se ha llegado una vez concluido el trabajo de investigación.

En el **Capítulo IX** se presentan las futuras líneas de investigación y, por último, en el apartado de **Bibliografía**, se exponen las fuentes tanto referenciales como electrónicas utilizadas en el desarrollo de la tesis.

Este trabajo se completa además con dos anexos, el primero con los resultados del análisis por provincias y de características por sectores y subsectores y el segundo dedicado al directorio alfabético de webs empresariales recuperadas.

I. INTRODUCCIÓN

En este primer apartado se presenta una aproximación al tema de estudio, mostrándose las líneas generales del trabajo y el contexto en el que se ha trabajado. Además de las aportaciones de las nuevas tecnologías al comercio electrónico se exponen las características del e-marketing, de los productos en red y una visión de España on line.

I. INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico, un fenómeno de reciente creación ligado a la aparición de Internet como Red de redes, inicia su crecimiento a lo largo de la década de los noventa cuando al potenciarse el uso comercial de internet; de hecho, si analizamos el tiempo que se ha empleado en adoptar las nuevas tecnologías en la vida diaria (Fox, 1999) se puede ver claramente que en el caso de Internet la velocidad de aceptación de la misma ha sido muy superior a la del resto de descubrimientos tecnológicos: por ejemplo, la radio tardó cerca de 38 años en ser utilizada por 50 millones de personas (Fernández, 2003) en tanto que Internet ha alcanzado esta cifra en tan sólo cuatro años.

En estos momentos nos encontramos inmersos en la llamada era digital (Hernando, 1999), donde las relaciones comerciales sobre lo social, lo político y lo cultural forman parte del concepto de un mundo globalizado. De manera que Internet es una herramienta (Moore, 2001) que nos facilita muchas cosas y muy variadas; una de ellas es la de eliminar barreras al comercio. Una empresa inaugurada en Internet alcanzará de forma más rápida el mercado mundial que una nueva acería.

El comercio electrónico, como lo definen Virginia de Pablo y Natividad Fernández (Pablo, 2001), puede definirse como “una forma de transacción comercial que se basa en la trasmisión de datos en Internet. Pero este tipo de comercio no se establece sólo como la compra-venta de productos por este canal, sino que marca también los pasos anteriores o posteriores a éstas, como son la publicidad del producto, la búsqueda de información sobre el mismo o la atención al cliente”.

Hace unos años era difícil imaginar que las herramientas informáticas que usaban los militares para enviarse información bélica (Solé, 2000) se iban a convertir en una auténtica revolución económica y social. En el caso del comercio electrónico está suponiendo un cambio a nivel global, pues el mundo se está transformando en

una aldea planetaria (Potts, 2004) y aunque son los países industrializados los que lideran este sector, no cabe duda de que es una magnífica herramienta para mejorar la situación económica de países en vías de desarrollo.

Se puede considerar que se inicia hace unos 30 años (Solé, 2000) con la aparición de las primeras calculadoras, evolucionando hasta la actualidad en la que un terminal puede calcular el importe de una cesta de la compra en apenas unos minutos, iniciándose así la revolución tecnológica, mucho más importante y rápida que la revolución industrial. Fruto de esta revolución son la aparición de la informática y con ella el concepto de Red como la conexión entre distintos ordenadores con la finalidad de compartir información.

Recordemos que Internet se inició en los años 70 (Ibídem) como una Red para conectar ordenadores de distintas instituciones militares estadounidenses con el fin de que las comunicaciones no se interrumpieran si alguna de ellas quedaba fuera de servicio. Este sistema de conexión fue utilizado posteriormente por distintas universidades, que se dieron cuenta de que esta capacidad de intercambio de información abría grandes posibilidades en los campos de la investigación y la docencia, mediante la transmisión no sólo de datos sino también de imágenes y sonidos, originándose así la Red con elementos multimedia.

Finalmente, las empresas se percataron de las grandes vías de negocio que abría la Red; si bien en un principio no podían acceder a ella por restricciones de organismos gubernamentales, la necesidad de financiación de la Red debido a la falta de subvenciones hizo que se abrieran las puertas de su uso comercial. Esto ha supuesto una revolución social y económica dado que con sólo una llamada y en tiempo real te puedes conectar a cualquier parte del mundo y realizar la transacción comercial que desees. Esto ha hecho modificar no sólo la manera de comercializar los productos, sino también el modo de entender la economía, y por ende la propia filosofía empresarial.

Hoy es posible realizar las compras de la semana, reservar un billete de avión o una consulta médica, además de poder conocer y adquirir las últimas novedades literarias o musicales, con un sólo clic. Cada vez es más habitual “la vida social

electrónica” mediante la cual es posible poner en contacto instantáneo a personas de todo el mundo al mínimo coste para enviarse mensajes o para charlar en tiempo real.

De esta manera surge el término “cultura tecnológica”, pues si bien la tecnología era hasta hace relativamente poco tiempo una rama del saber al alcance de unos pocos, su difusión obliga a familiarizarse con unos términos y conceptos difíciles de entender; y puesto que supone un esfuerzo el aprendizaje de los mismos, es por ello que, salvo que se demuestren sus beneficios de forma tangible, siempre habrá un sector de la sociedad reacio a acceder a la misma.

La tecnología es un bien que aumenta el valor de los productos producidos de una empresa, pero ¿tener una página web o instalar complejos sistemas informáticos en una compañía va a incrementar su cadena de valor? El problema es que la cadena de valor está sufriendo una transformación, modificando los pasos desde la producción en una industria hasta la entrega al cliente con el componente esencial de la información.

Hoy en día es tan importante que el producto fabricado tenga un acabado perfecto como que éste llegue en el momento oportuno al cliente y cumpla con sus expectativas. En consecuencia, la información que rodea a la producción, tanto en lo que se refiera a los agentes externos (entre los que podríamos citar a los proveedores y a los clientes o incluso a la competencia) como a los internos, cobra mayor protagonismo y mediante su análisis se pueden encontrar las claves de las ventajas competitivas de las empresas. Administrar correctamente esta información obliga a tener contacto permanente con los proveedores y al mismo tiempo intentar que los clientes puedan acceder a una compañía que va a satisfacer sus necesidades con productos que responden a sus expectativas.

En el siguiente esquema se muestran los beneficios que las nuevas tecnologías ofrecen a las empresas:



Fig. I-1. Beneficios que las Nuevas Tecnologías ofrecen al empresario (Solé, 2000)

De manera que el mayor beneficio que aportan las nuevas tecnologías es el intercambio de información, ya que a través de la Red se puede obtener información de empresas de un mismo sector, lo que se conoce como “benchmarking”, es decir la comparación de los productos, los servicios o los procesos de una empresa con los líderes del mercado, para analizar las diferencias y definir los planes necesarios para acercarse. Además facilita la comunicación con nuevos clientes e incluso con proveedores y distribuidores, disminuyendo los costes y el tiempo entre la solicitud del pedido y su entrega.

A su vez, la Red permite la publicidad de los productos y servicios de una empresa, e incluso la venta de los mismos. La gestión de equipos geográficamente dispersos, las posibilidades del teletrabajo o las videoconferencias son muy útiles desde el punto de vista comercial.

Por tanto, queda claro que el comercio electrónico (Solé, 2000), no es sólo compra y venta electrónica de bienes, información y servicios, sino que también incluye el uso de la Red para actividades anteriores y posteriores a la venta, como la

publicidad, la búsqueda de información sobre proveedores, la negociación, la cumplimentación de trámites administrativos o la colaboración de empresas.

En lo que se refiere a la publicidad, Juan Luis Mayordomo (Mayordomo, 2003) dice que “Internet ha cambiado las reglas de acceso a la información y al conocimiento, ha universalizado la comunicación entre individuos y organizaciones y ha generado un cambio sin precedentes en el mundo empresarial. Este cambio significa la apertura de una nueva etapa en las técnicas, que no en el fondo, del Marketing”.

Una de las posibles definiciones de marketing (Ibídem) es “la adecuación entre las capacidades de la empresa y los deseos de los consumidores, para dar satisfacción al cliente y generar mayor beneficio”. En definitiva es la interacción entre los servicios de la empresa y las necesidades de los consumidores finales permitiendo satisfacer las necesidades del público objetivo y de todo el mercado en su conjunto. De esta manera se debe programar un Plan de comunicación (Ibídem), a fin de informar al público al que se dirige mediante la publicidad y las promociones, junto con otros instrumentos, y estudiar las necesidades del mercado y, en base a las mismas, desarrollar productos, ideas y servicios que las cubran a un precio razonable, disponiendo con facilidad su adquisición por parte de los destinatarios.

Así, un proyecto de marketing virtual para una empresa debe tener estas características:

- Internet como nuevo medio de comunicación se convertirá en la herramienta más importante del departamento de comunicación de la empresa.
- Orientación y análisis de nuevos mercados virtuales según las diferentes necesidades por grupos y países.
- Adaptación a las nuevas tecnologías: velocidad, imagen, costes.
- Adaptación a las nuevas formas y herramientas de comunicación tendentes a la satisfacción de las necesidades del cliente.
- Enfoque de la publicidad adaptada y exclusiva para Internet.

Pero ¿qué aporta el e-marketing?: Principalmente desarrolla un sentimiento de cercanía al reducir las distancias entre mercados, lo cual potencia la globalización e

internacionalización, de manera que se pueden comercializar los productos en otros mercados distintos al de la ubicación de la empresa. Dadas las diferencias entre el mercado tradicional y el virtual, sus estrategias empresariales son distintas. Así, el comercio electrónico se basa en el mantenimiento de los clientes y en su fidelización, creando comunidades de personas que debido a sus intereses comunes buscan satisfacer de la misma forma sus necesidades.

Las principales aportaciones del e-marketing son:

- Reducción de los costes de comunicación y publicidad.
- Venta electrónica.
- Estrategias directas One to One.
- Disminución de la fuerza de ventas.
- Nuevos productos virtuales.
- Subcontratación de procesos individuales.
- Servicio postventa personalizado.

Para poder desarrollar un plan de marketing virtual, Internet ofrece las siguientes herramientas: Cookies, autocontestadores, correo electrónico, boletín o e-zines, banners, redes sociales; también se puede comprar espacio directamente en las web de mayor tráfico y, finalmente, en la empresa no debe faltar un departamento de atención al cliente que además de ocuparse de la recepción de reclamaciones por parte de los visitantes, también se encargue de facilitar al cliente-visitante lo que requiera para satisfacer sus necesidades .

En definitiva, el mercado electrónico es el resultado de la venta de productos en la Red; pero no todos los productos se adaptan a este medio y aunque no parece existir acuerdo sobre las características que deben cumplir, los productos idóneos para su distribución en la Red (Andersen, 2000) serán aquellos que presenten las siguientes:

- Fáciles de distribuir o intangibles.
- No se prueban antes de comprar.
- No satisfacen necesidades inmediatas.
- Se consumen fuera del lugar de compra.
- Prima el contenido sobre la apariencia.

- Marcas conocidas.
- Caros, así el coste de distribución es un pequeño porcentaje del precio.
- Complejos, que requieren mucha información.
- Sensibles al precio.
- Con poca diferenciación entre distintos oferentes.
- La privacidad del adquiriente facilita la compra.

Sin embargo, la web del futuro de acuerdo con Inmaculada Rodríguez Ardura (Rodríguez, 2002) debe tener compra directa, ya que el comercio electrónico empieza a tener cada vez más importancia, aunque con productos cuyas características difieren al menos en parte de las que se mencionan más arriba:

- Un producto pequeño y liviano, ya que el transporte y el embalaje son un condicionante importante.
- Que tenga margen y sea rentable, es decir, con alto valor añadido, aspecto que nos permitirá minimizar los costes de envío y alcanzar un porcentaje razonable de beneficios para nuestra empresa.
- Que no sea demasiado caro. Un precio alto frena al comprador y significa un aumento para nuestros costes.
- Lo más importante es que sea ASEQUIBLE.

Lo que sí parece fuera de toda duda es que el objetivo del diseño web (Rodríguez, 2002) no se reduce a deslumbrar sino a hacer llegar la información al público más amplio posible, asiendo es necesario que la web comercial esté integrada dentro de las ideas de la empresa en cuanto a marketing, contabilidad y ventas, ya que si no el sitio puede ser técnicamente perfecto pero no tener nada que ver con la empresa.

En cuanto a las características de la web (Ibídem), desde el punto de vista del usuario de la misma, deberá ser de acceso rápido y sencillo, con servicios de gran valor añadido y fácil comparación de productos, que ofrezca información dinámica y fácil de localizar y que no tenga un diseño lento, sobrecargado ni caótico, ya que una espera de más de 10 segundos equivale al abandono de la mayor parte de los internautas. Se recomienda ofrecer un buscador de palabras clave para ir de forma más directa al producto. Sería conveniente reducir el número de pasos para la compra ya que no es

bueno a la hora de transmitir confianza a los clientes, que se sentirán muy confusos si deben rellenar más de una vez sus datos, o deben repetir continuamente pasos.

Internet se caracteriza por ofrecer comunicación en dos sentidos, en esto gana la partida a los medios de comunicación distribuidos, y no se puede desaprovechar la oportunidad de contrastar opiniones de clientes, simplemente poniendo direcciones electrónicas de contacto o formularios de opinión. En definitiva, construir algo que atraiga a los usuarios, no excluyendo fax, teléfono o papel.

Así se pueden considerar las siguientes ventajas y razones del comercio electrónico para la empresa y poder comerciar en la Red:

VENTAJAS	RAZONES
Nuevos mercados / clientes	Costes más bajos
Velocidad de procesos	Mejor información
Flexibilidad / adaptabilidad	Nuevos mercados
Ahorro de costes	Mejor servicio
Percepción de innovación	Mayores beneficios
Simplificación de tareas	

Tabla I-1. Ventajas y razones del comercio electrónico para la empresa. Elaboración propia

Considerando todo lo anterior se establecen los tres pilares básicos de un negocio virtual, que como indica M^a Luisa Solé Moro (Solé, 2000) son:

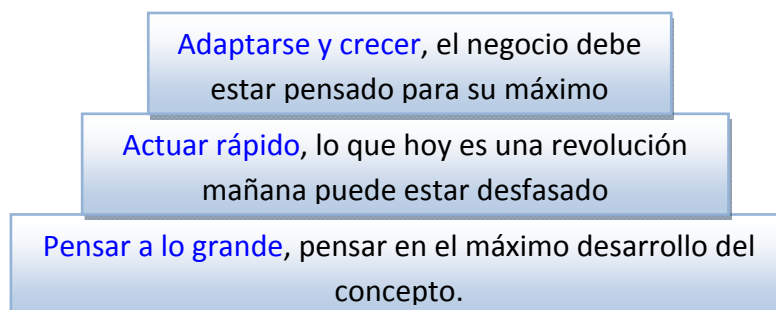


Fig. I-2. Pilares básicos del negocio virtual (Solé, 2000)

ESPAÑA ON-LINE

El impacto que ha sido y es Internet en las empresas españolas (Andersen, 2000), independientemente del sector al que pertenezcan, como indican los datos estudiados, muestran una clara tendencia al alza tanto del número de usuarios de la Red como del volumen de negocio y transacciones (Bello, 2012). Así el informe de la Andersen Consulting y el Banco de Santander (Andersen, 2000) indica que, “el crecimiento de este mercado será exponencial, apoyado fundamentalmente en la aparición de nuevos dispositivos de acceso que aumentarán el alcance del nuevo medio (telefonía móvil, televisión interactiva digital, etc.)”.

En general parece existir aún una cierta desconfianza, sobre todo en el usuario particular, hacia el establecimiento de transacciones a través de la Red, motivada por la creencia en una falta de seguridad en los mecanismos empleados. No obstante, en ciertos sectores de la economía parece, tal y como las estadísticas demuestran en diferentes estudios, que estas reticencias están pasando a mejor vida.

Tal y como se cita en este informe, “en lo que respecta al negocio con particulares (B2C), podemos afirmar que Internet tendrá un impacto notable a corto plazo en la distribución de todo tipo de bienes y servicios, pero especialmente en aquellos que no requieren distribución física (como la música, el software o los servicios financieros)”.

El éxito de Internet en España (Andersen, 1999), se pone de manifiesto en que un 74% de las principales empresas españolas dice realizar alguna actividad relacionada con el comercio electrónico, de manera que se puede clasificar a las empresas españolas de:

- a. Visionarias: aquellas que consideran que las websites son el futuro comercial de su empresa y de hecho ya están realizando actividades comerciales en la Red o bien tienen presupuestadas una serie de acciones para adaptar la empresa al comercio electrónico.
- b. Pragmáticas: compañías que poco a poco se van introduciendo en la Red a la vista del éxito que están teniendo otras empresas más audaces. Estas empresas se caracterizan por su labor de análisis de empresas similares y por planificar sin prisa, pero sin pausa, su estrategia en la Red.

- c. Indecisas: aquellas que están esperando a que se consolide el comercio electrónico; se comportan como meras observadoras a la espera de resultados. Estas empresas que no quieren arriesgar, cuando deseen incorporarse a la Red corren el peligro de encontrar a sus empresas competidoras ya establecidas en Internet, con una imagen sólida y de empresas potentes.
- d. Reticentes: aquellas que no manifiestan la más mínima intención de establecerse en la Red, planificando su futuro empresarial de espaldas a la misma.

El comercio electrónico está contribuyendo a la globalización, facilitando la comunicación con las empresas sin importar la localización geográfica de las mismas, de manera que está cambiando la organización y forma de actuar del comercio tradicional, eliminándose barreras jerárquicas entre empresas, así como entre proveedores y clientes (Potts, 2004). Esto es debido a que Internet como canal de comunicación presenta una serie de características novedosas que le hacen superar los canales tradicionales: comodidad, instantaneidad, ubicuidad e interactividad (Andersen, 2000).

En esta tesis se analiza cómo se ve afectado el comercio local por los cambios mencionados. En particular en Extremadura, que junto con Navarra y la Comunidad Valenciana (Comercio, 2003), se caracterizan por ser las comunidades españolas con el menor uso del comercio electrónico en 2002.

Según el estudio del Banco Santander Central Hispano (Andersen, 1999) realizado en el año 1999, solo un 31% de las grandes empresas españolas serán competitivas en la Red durante los primeros años de expansión del comercio en España; fue por esto que se consideró interesante un estudio de esta expansión comercial en Internet por parte de empresas Extremeñas y con esta idea se inicia la investigación en el año 2003. Así años más tarde, según un informe de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2005) sobre la economía española y sus previsiones para el año 2005, ésta en los últimos tiempos ha disfrutado de una etapa de rápido crecimiento en su intento de converger con las economías de los países más avanzados de la Unión Europea; y si bien se ha adelantado mucho, aún no

se ha llegado a su nivel. Es por ello que este informe plantea los puntos fuertes y débiles así como las medidas a tomar para que siga avanzando; una de ellas es la adopción de nuevas tecnologías pues “la inversión en equipos de TICs (tecnología de la información y las comunicaciones), que es un potente motor de las mejoras de productividad en el seno de las empresas, es escasa, y otros indicadores de TICs son también relativamente modestos”. Por tanto el comercio electrónico como aplicación directa de las TICs al sector empresarial es básico para aumentar el crecimiento del sector económico de una economía como la Española, que como se ha indicado antes se encuentra en una situación de claro crecimiento

En un estudio (Vázquez, 1999) sobre la situación del comercio electrónico en España se resumen las siguientes líneas de actuación en esta materia según la OCDE:

- a. Confianza: Generar confianza en las transacciones comerciales es uno de los puntos de actuación de los gobiernos. En ese sentido la OCDE elabora una serie de actividades en el campo de la seguridad y privacidad, así como en temas más relacionados con el consumidor como son: “derechos de renuncia o devolución de artículos comprados electrónicamente, prevención del fraude, información sobre contratos, procedimientos de resolución de disputas que no requieran acudir a los tribunales, etc.”
- b. Legislación: Propone igualar las leyes correspondientes al comercio electrónico en todos los países, incluyendo impuestos, aranceles y derechos de la propiedad intelectual.
- c. Acceso a Internet: Con los diversos estudios realizados por esta organización, se ha llegado a la conclusión de lo beneficioso que sería una infraestructura global de información. De manera particular “está analizando temas concretos como los servicios de acceso condicional, interconexiones de redes, tarifas de uso de Internet, nombres de dominio y estándares para interoperabilidad”.
- d. Impacto social y económico: El comercio electrónico ha supuesto un cambio en una serie de factores sociales y económicos tales como “el crecimiento, competitividad, empleo, impacto por sectores económicos, reorganización

de sectores intermediarios (venta al por mayor y al por menor, transporte, financiero) y nuevas oportunidades de negocio”.

Finalmente hay otra serie de problemas en Internet que también han sido objeto de estudio: éstos son en primer lugar (Ibídem) los “problemas logísticos ocasionados por los sistemas de pago electrónico, transporte y entrega de mercancías”, y en segundo lugar los relacionados con los contenidos de la Red, si son legales, o pueden suscitar controversia, y finalmente las necesidades específicas de las PYMEs al enfrentarse al comercio electrónico, como usuario o como empresa que utiliza Internet con fines empresariales.

Por tanto el estudio de la evolución del comercio electrónico nos indicará su situación actual y sus posibilidades de futuro. Esto se pone de manifiesto en los estudios que elabora la Asociación Española de Cooperación Europea. Estos trabajos se realizan con la intención de analizar cuáles son las características e intereses del consumidor español en la Red y así poder tomar medidas destinadas a la promoción del uso comercial de Internet por parte de los consumidores españoles, mediante campañas (AECE, 2003) destinadas a subsanar los problemas detectados a través de sus estudios de consumidores: así, cabe destacar la campaña “Estrenate.com”, que se realizó con el apoyo del Ministerio de Ciencia y Tecnología para interesar a aquellos internautas indecisos a la hora de realizar sus compras por Internet; también se han realizado campañas de información, etc.

Otra de las barreras a eliminar es la de la desconfianza, así que ganarse la confianza del comprador es uno de los retos de la Asociación: por ello colaboró con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial en la elaboración del Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva y apoyó al lanzamiento del Sello confianza on line.

Todas las campañas antes indicadas van dirigidas a aumentar el número de compradores. La evolución del número de usuarios de Internet ha ido aumentando (Meseguer, 2003), caracterizándose por ser un usuario urbano y con disponibilidad de ordenador en el domicilio; es más, en un estudio de la Asociación (AECE, 2003) se considera que el perfil del internauta español es el de varón en la mayoría de las veces, con una edad comprendida entre 25 y 34 años, y residente principalmente en

Andalucía, Cataluña y Madrid. El incremento del número de usuarios va unido al aumento del número de transacciones y en definitiva del volumen de negocio. Así pues, según el informe conjunto del Observatorio de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Entidad Pública Empresarial de Red.es y la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (Observatorio, 2006), cerca de 4,5 millones de usuarios compraron en la Red en 2005 siendo las ventas generadas por el comercio electrónico B2C de unos 2.143 millones de euros amentando un 16.6% respecto a años anteriores.

Una de las razones por las que ha aumentado el número de operaciones económicas por Internet es el aumento de compradores, y esto es debido en primer lugar a la comodidad (AECE, 2003) tanto en las formas de pago, como en la flexibilidad de horarios; además puede hacerlo desde diferentes sitios, no es necesario hacer colas, ni desplazamientos físicos al comercio; en segundo lugar cuenta el precio del producto; otras razones han sido que era el único medio de que disponían, la rapidez, etc. Y una de las características es que el comprador normalmente se siente satisfecho con la compra y con la entrega de los pedidos.

Pese a todos estos buenos datos hay una serie de usuarios que nunca han comprado en la Red. Normalmente la razón que más alegan es “la falta de motivación que les proporciona este medio”, seguido de miedo a dar los datos personales, desconfianza en el sistema de pago, en la presentación del producto: en definitiva, el usuario no se siente seguro comprando en la Red. Pero “el que no hayan hecho efectiva la compra on-line, no significa que no se hayan servido de este canal como fuente de información para adquirir productos en otros medios: así, tenemos más de un tercio de este grupo de internautas que después de haber conseguido información en Internet (una de las principales funciones de la Red) ha comprado fuera el producto o servicio sobre el que obtuvo datos”.

Estas son las características que hemos observado sobre la situación de los usuarios de la Red. Pero para aumentar el volumen de ventas hay que tener en cuenta también cuál es la situación de las empresas en la Red: para ello se estudian los cambios producidos en determinados parámetros, tales como evolución del volumen de negocio o el número de transacciones del comercio electrónico en España.

En la situación actual, podemos considerar al comercio electrónico como un tipo de venta ya estabilizado, de manera que ningún empresario que se precie carece de página web donde mostrar y comercializar sus productos; así hemos pasado en muy pocos años de la utilización de las páginas web por parte de las empresas como medio de hacer publicidad, porque quedaba muy bien en las tarjetas el dominio .com, al momento actual en el que las transacciones comerciales a través de la Red son tan numerosas que empiezan a acercarse a las realizadas por medios convencionales.

La era digital llega a casa, y empresas como Microsoft (Medina, 2005), se están tomando mucho interés en desarrollar la tecnología adecuada; por ello el propio Gates en una de sus declaraciones mencionó que una de las labores de su empresa es la de desarrollar innovaciones que permitan a los fabricantes de dispositivos y a las compañías de equipos electrónicos de consumo crear tecnología poderosa y atractiva para el entretenimiento, la creatividad y la productividad en el hogar.

A continuación figuran los cinco errores del comercio electrónico que no deben cometerse en la Red (Five, 2002):

- Claridad en la venta del producto.
- Explicación clara y sistemática de cómo funciona.
- Claridad en el precio y los gastos de envío.
- No debe existir texto difícil de leer, bien por la combinación de colores tales como letras naranja sobre fondo azul, verde oliva sobre negro, gris claro sobre blanco o finalmente azul sobre azul.
- Existencia de enlaces que no lleven a ningún sitio.

Tras el análisis de diferentes modelos de estudio de web Sites (Miranda, 2004), se observa que algunas de las características a analizar son muy subjetivas, como es el caso de calidad de la presentación, calidad de los textos, colores, sonidos, etc. En estos casos se ha tratado de minimizar los factores subjetivos especificando a priori una serie de líneas de actuación muy precisas.

Después de analizar algunos de los numerosos trabajos sobre evaluación de información digitalizada, y más concretamente en Internet, encontramos que faltaba un protocolo de evaluación más centrado en el usuario, es decir desde el punto de

vista del comprador que se enfrenta a la web con unas necesidades específicas que el sitio debe cumplir y que en caso de no hacerlo supondrá la búsqueda del mismo en otras páginas, o lo que es peor, optar por otros tipos de venta, que no tienen que ser necesariamente más convencionales teniendo en cuenta el avance de las nuevas tecnologías: al comercio electrónico le han salido numerosos competidores, tales como el comercio por televisión, el comercio por móviles, el comercio por radio, etc...; en definitiva cualquiera de las posibilidades que ofrece el comercio ubicuo -o sea, comprar y vender a través de cualquier medio tecnológico-, o como muy bien definen Watson, Pitt y otros (Watson, 2002): “El uso de redes ubicuas de comunicación para realizar transacciones entre una firma y sus clientes para proporcionar un nivel de valor, más allá del comercio tradicional”, siendo éste el futuro del comercio electrónico.

II. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

En este apartado se exponen la justificación del trabajo, objetivos, hipótesis de partida y finalidad de la tesis.

II. JUSTIFICACION Y OBJETIVOS

II.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

Como se ha comentado en la introducción, el comercio electrónico inicia su crecimiento en la década de los 90; debido al desarrollo de años posteriores, se decide comenzar a trabajar en este asunto a partir de tal fecha. Al principio de esta labor eran inexistentes los estudios específicos a nivel regional.

Debido a la magnitud y características del comercio electrónico (Meseguer, 2003) era difícil determinar la evolución cuantitativa del mismo; de hecho, uno de los problemas encontrados al realizar esta tesis es que la información encontrada no coincide numéricamente en todos los casos: eso es debido a las distintas maneras de tomar los datos. Así, hay datos basados en:

- Determinar la presencia de las empresas en la Red mediante el número de websites comerciales, caso objeto de este estudio.
- Establecer el número de transacciones comerciales realizadas.
- Determinar el volumen de negocio; esta cantidad puede hallarse en función de la forma de pago (pago contra reembolso y transferencia bancaria, pago a través de tarjetas), de manera que hay informes como el estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (Comisión, 2005) que determina este dato en base al pago a través de tarjetas bancarias, pues si bien no abarcan todo el volumen de negocio al menos abarca una parte relevante del mismo.

De manera que tal disparidad en la recogida de cifras ha llevado a considerar la evolución de los mismos como la variable a comparar en los distintos estudios elaborados; es decir, un aumento o una disminución del número de páginas web comerciales, del número de transacciones comerciales realizadas, del volumen de

negocio o de otro indicador, mostrará la buena o mala marcha del negocio en la Red. De todas formas en los últimos años, debido a la gran cantidad de fuentes y la diversidad en cuanto a los sistemas de toma de datos, algunos institutos de estadística y otros organismos oficiales han propuesto que el indicador a seguir sea el del número de transacciones que se llevan a cabo.

Si bien es cierto que hay una gran cantidad de fuentes que aportan información sobre el volumen de transferencias en la Red (Meseguer, 2003), los datos suelen variar entre otras causas debido a que parten de definiciones distintas de transacciones comerciales: así, hay quienes consideran que son “intercambios realizados a través de redes de comunicación asistidas por ordenador, que pueden ser distintas de Internet, e incorporan las operaciones de compra en las que la formulación del pedido, los pagos y la distribución del producto se han realizado a través de medios no electrónicos”; y los que lo definen como “las realizadas íntegra y exclusivamente a través de la Red Internet”. Por ello, la OCDE recomienda que se establezca la diferencia entre comercio electrónico realizado a través de cualquier Red telemática de comunicaciones y el comercio electrónico por Internet.

En el caso de España, también nos encontramos con este problema (Meseguer, 2003), pues las fuentes principales de datos sobre comercio electrónico, tal y como se pone de manifiesto en este estudio, utilizan métodos muy diferenciados.

La Asociación Española de Comercio Electrónico, se caracteriza porque:

- Elabora estudios frecuentes que repite cada ciertos intervalos de tiempo.
- Los realiza mediante encuestas por teléfono a un número representativo de consumidores y de empresas.
- Los resultados suelen ser algo elevados debido a que la Asociación, en el caso de los consumidores, incluye aquellas transacciones cuya forma de pago no haya sido a través de la Red.
- En el caso de las empresas tiene en cuenta cualquier transacción realizada independientemente de la Red de comunicación empleada.

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) realiza informes trimestrales y anuales en función de las transacciones comerciales que se realizan

durante cada año. Esta comisión es el Organismo Público regulador (Comisión, 2011) independiente de los mercados nacionales de comunicaciones electrónicas y de servicios audiovisuales. Entre los informes que elabora cabe destacar los que desarrolla en materia de comercio electrónico a través de entidades de medios de pago, que evalúan el volumen de transacciones electrónicas que se hayan realizado mediante tarjetas bancarias exclusivamente, es decir, considera aquellas transacciones realizadas entre “sitios web de comercio electrónico españoles que tengan instalado un terminal de punto de venta virtual (TPV virtual) y personas físicas o jurídicas que utilizan como medio de pago tarjetas bancarias”.

De manera que no sólo no considera aquellas transacciones (Meseguer, 2003) donde el pago se ha hecho fuera de la Red (contrareembolso, transferencia o domiciliación bancaria) sino que tampoco considera las realizadas a través de Internet, en las que no se ha utilizado tarjeta bancaria.

Junto a ella, en España encontramos el Instituto Nacional de Estadística (INE), quien realiza encuestas anuales sobre el uso de TICs y comercio electrónico en las empresas y sobre equipamiento y uso de TICs en los hogares.

A nivel europeo, es la Oficina Europea de Estadística (Eurostat) la encargada de realizar anualmente las encuestas comunitarias sobre el uso de las TICs.

Este tipo de trabajos nos muestra que los estudios en la Red no abarcan todas las variables y siempre son bienvenidos los trabajos con visiones nuevas que aporten claridad a este medio y que permitan cotejar todas las posibilidades sin excepción.

Este estudio se comienza en el año 2003. Se continúa hasta el año 2007 para establecer la evolución en este período en la región. Ante la situación de crisis económica y los datos obtenidos durante el período 2006-2007, se entiende que no es el marco idóneo para continuar con el análisis, quedando cerrado el trabajo.

En los años posteriores los informes de la Comisión del Mercado de las Tecnologías (Comisión, 2008, 2009, 2010) muestran una clara tendencia al alza del comercio electrónico en España indicando que es el único sector al que no le ha afectado la crisis. Por ello se decide retomar el análisis cuantitativo del comercio electrónico extremeño en el año 2011.

II.2. OBJETIVOS

1. Recuperación de las tiendas en línea extremeñas

➤ Mediante búsquedas realizadas a partir de los buscadores Google y Altavista se compilarán aquellas websites que respondan a los criterios de búsqueda elegidos previamente.

2. Elaboración de un directorio empresarial

➤ Elaborar un directorio alfabético de las web comerciales extremeñas recuperadas adaptadas a la Clasificación Decimal Universal, que muestre la situación empresarial de la Comunidad Autónoma Extremeña.

3. Clasificación de las tiendas en líneas

➤ Comprobar que la Clasificación Decimal Universal (CDU) se adapta a los sectores existentes en el mundo empresarial en línea.

➤ Usar la CDU para realizar la clasificación de los websites recuperados, usando para ello los códigos de numeración de la CDU.

➤ Comprobar cómo esta clasificación es válida para la ordenación de los sectores existentes en el mundo empresarial en línea.

4. Análisis de las tiendas recuperadas en el año 2006

➤ Elaborar una metodología adecuada al estudio del comercio electrónico, un instrumento de recolección de datos y análisis de los mismos.

➤ Comprobar qué sectores son los que mejor diseño web tienen según la metodología de evaluación diseñada a partir del análisis de diferentes parámetros.

➤ Ver qué características de las estudiadas son mejorables y cuáles destacables. De esta manera este trabajo puede ser una herramienta para revelar

los puntos fuertes y débiles de tales páginas mostrando desde errores de diseño hasta errores de contenido, e indicando otras características propias de las web comerciales que deberían desarrollarse para así mejorar los servicios de su comercio en Red y en definitiva aumentar los beneficios de la empresa.

5. Adaptación de la empresa al comercio electrónico extremeño

➤ Se pretende comprobar si el comercio electrónico de nuestra región se adapta a la Red, estudiando si la evolución es o no favorable.

➤ Demostrar qué sectores y subsectores son los que mejor se han adaptado a la Red.

6. Evolución del comercio electrónico

➤ Mostrar la evolución, adaptación y situación actual del comercio electrónico a nivel regional. Se estudia el período comprendido entre los años 2003-2007 y 2011, años en que la situación económica mundial ha variado considerablemente, y se pueden obtener conclusiones válidas para mejorar el desarrollo económico de la sociedad extremeña, sirviendo de referencia para situaciones parecidas que se presenten en el futuro.

➤ También se pretende exponer el curso del comercio electrónico extremeño a lo largo de este período, algo fundamental para el mundo empresarial, para los empresarios que ya existen y que quieren ser competitivos y los nuevos emprendedores que comienzan.

7. Elaborar una metodología de estudio

➤ No se pretende elaborar una guía más de evaluación de información en Internet, sino que se trata de indicar qué es lo que los compradores desean encontrar al enfrentarse a la Red con vistas comerciales, indicando de alguna manera lo que el empresario debe especificar en sus páginas web, cómo debe estar

II. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

organizada la información, de forma que el cliente acceda a ella rápida y sencillamente.

II.3. HIPÓTESIS DE PARTIDA Y FINALIDAD DEL TRABAJO

A lo largo de las páginas anteriores se ha pretendido mostrar las líneas generales de la tesis. A continuación se va a concretar más dicha pretensión; para ello se parte de las siguientes hipótesis:

- El comercio electrónico ha evolucionado favorablemente en la última década en nuestra región.

- La Clasificación Decimal Universal es una herramienta válida para la sistematización de las páginas web comerciales.

- El comercio electrónico extremeño ha adaptado sus empresas a la Red.

Podemos, pues, decir que la que la finalidad de esta tesis es la siguiente:

“Mostrar la evolución, de forma cuantitativa de las empresas extremeñas en línea, en el período 2003-2007 utilizando para su clasificación la CDU. Analizar de forma cualitativa los websites recuperados en el año 2006. Y analizar la evolución cuantitativa del número de empresas extremeñas en los años 2003-2007 y 2011.”

III. MARCO TEÓRICO

En el primer apartado de este capítulo se establece el origen y la evolución histórica del comercio electrónico, presentándose un recorrido cronológico por las definiciones encontradas en diferentes fuentes de información a lo largo de los años. Se exponen también los diferentes tipos de comercio electrónico.

En el segundo apartado, se estudia el concepto de usuario a través de diferentes definiciones obtenidas en distintos medios, la tipología de éstos y su perfil tanto a nivel internacional, como nacional y regional.

III. MARCO TEÓRICO

III.1. COMERCIO ELECTRÓNICO

Hace aproximadamente unos 10 años los equipos de trabajo eran grandes y aparatosos; trabajar con ellos resultaba lento y en muchos casos difícil. Hoy en día podemos llevarlos en una sola mano y son capaces de desarrollar multitud de tareas. Al igual que con los equipos de trabajo ha ocurrido con otras nuevas tecnologías como es el caso de los móviles, o la televisión. En la actualidad, estas nuevas tecnologías se han impuesto en nuestras vidas, haciendo que surjan nuevas formas de mercado. Las máquinas existentes hoy en día permiten realizar operaciones complejas, transformándolas en sencillos pasos para los usuarios. Éste es el caso del comercio electrónico, desde sus inicios una importante herramienta para los usuarios que navegan por la Red. La compra y venta a través de la web ha supuesto un gran avance en nuestras vidas. La facilidad con la que se puede acceder a las plataformas de comercio electrónico favorece que el empresario ponga a disposición de los usuarios los productos que puede encontrar en sus instalaciones, pero esta vez con la comodidad de no tener que desplazarse hasta la empresa.

Se reducen costes, mejorar la calidad de los productos y servicios, acorta el tiempo de entrega e incluso puede llegar a mejorar la comunicación con el cliente. Aunque este término se ha venido aplicando a la compra y venta de información, productos y servicios a través de las redes, en los últimos años se está imponiendo la creencia de que es el gran empujón que la Red necesita para que el uso de ésta se convierta en algo cotidiano y general.

III.1.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En pocos años, Internet ha evolucionado a pasos agigantados. Al igual que Internet, el comercio electrónico ha crecido con la ayuda de las Nuevas Tecnologías. El comercio electrónico en su forma más pura (Zwass, 2001), existe desde hace más de 40 años, iniciándose con la transmisión electrónica de mensajes durante 1948 a través del puente aéreo de Berlín, donde se intercambiaban los documentos de las transacciones electrónicas de ordenador a ordenador. En la década de 1960 (Guardia, 2000) un esfuerzo de cooperación entre los grupos de la industria produjo un primer intento electrónico común de formatos de datos. Los formatos, sin embargo, eran sólo para la compra, el transporte y los datos financieros, y se utilizaban principalmente para las transacciones intra-industria.

Podemos contextualizar el comercio electrónico en tres etapas bastante distintas:

En la primera etapa surge el comercio electrónico tras la aparición de Internet. Después de ésta nos encontramos con la llegada de la tienda on line. Y por último, actual etapa es la que engloba todo lo relacionado con el comercio ubicuo.

No fue sino hasta la década de 1970 (Ibidem) que se iniciaron los trabajos para el nacional Electronic Data Interchange (EDI), que se desarrolló hasta bien entrada la década de 1990. La introducción del primer navegador gráfico, NCSA Mosaic, en 1993, (Ibidem) marcó el inicio de la primera etapa del comercio electrónico por Internet: la era del folleto electrónico.

En esta etapa se pretendía difundir la imagen y características más importantes de una empresa entre el cada vez más numeroso público de Internet, especialmente de la World Wide Web. El mecanismo para lograr esto era tener una página web. De todas formas, cuando surge la web desaparece el conocido Gopher (Adell, 1997), sistema que permite navegar por gran parte de la información de Internet a través de menús jerarquizados.

La segunda etapa del comercio electrónico la encontramos en la tienda en línea. Las empresas ofrecían información de sus productos en la web. Una vez que los productos estaban disponibles en Internet, el siguiente paso era venderlos a través de ese medio.

Las nuevas tecnologías ayudaron a que esto fuera posible. Poco a poco fueron surgiendo nuevas herramientas que permitían interaccionar al usuario con los sistemas existentes, como las bases de datos o los sistemas de cobro por tarjeta. Surgieron los Aparadores virtuales (Joe, 2008), páginas en la que puedes ofrecer tu producto o servicio y además puedes buscar en toda la Red todo lo que necesites, y el Centro comercial virtual (Hoffman, 1997) o también denominado Mall que constituye un conjunto de tiendas electrónicas, cada una de las cuales puede contener varias categorías de artículos a la venta. En este tipo de tiendas on line el proveedor aportaba la infraestructura tecnológica para crear la tienda electrónica y vendía espacio en la misma a través de diversos arrendatarios (empresas interesadas en vender por Internet pero sin los medios necesarios para crear sus propias tiendas on line). En esta etapa, el mayor fenómeno fueron los negocios de Internet puros, es decir, empresas creadas desde cero para vender artículos o servicios. Un ejemplo claro de este tipo de empresas fue Amazon.com (Alfonzo, 2010): masificó el comercio electrónico, lo sacó del segmento empresarial y lo puso al alcance del más simple y básico comprador. Muchas empresas siguieron a Amazon y con estas también llegaron las ventas de publicidad a través de la Red.

Ya en los años 1997-98 el Comercio electrónico alcanzó la cima, para comenzar a caer en el año 1999 en los que numerosos negocios de Internet puro fueron cayendo en la bolsa NASDAQ de los Estados Unidos;, incluso Amazon tuvo pérdidas.

Solo algunos de los sitios de Internet más importantes, como Yahoo.com, lograron sacar provecho de la venta de publicidad. Los prometedores centros comerciales virtuales nunca pudieron despegar y sufrieron la misma suerte que los portales basados en publicidad ó advertisement model (Alonso, 2004); eran similares a los medios de difusión como la radio o la televisión pero adaptados a Internet. Se basaban en la difusión de contenido gratuito (noticias, callejeros y otros) en los que se mezclaba la publicidad (principal fuente de ingresos para estas empresas) mediante la inserción de banners publicitarios. Esto significaba no un fin, sino una transformación del comercio electrónico. Mientras los grandes negocios de Internet puro acaparaban la atención, negocios tradicionales, con infraestructuras tradicionales, como Barnes and Noble, Ford, GM y muchos otros más, estaban obteniendo ganancias verdaderas de

sus esfuerzos comerciales por Internet. Todo esto le hizo ver a los empresarios que lo importante es hacer negocios y no las tecnologías.

La actual etapa histórica del comercio electrónico se inició con el concepto de B2B, Business to Business o comercio entre empresas. En esta etapa el empresario se centraba en utilizar Internet como una parte integral de los procesos de las empresas, para aprovechar las ventajas de comunicación, acceso a la información y procesamiento que ofrecía el medio. La tecnología al servicio de los procesos (Guardia, 2000).

En la actualidad el comercio electrónico forma parte de la vida diaria de muchas personas, desde la reserva y pago de un viaje, el alquiler de un coche, hasta realizar la compra en la tienda habitual, hacerse con un billete de lotería o realizar regalos sin moverse de su casa. La compra a través de Internet cada día se realiza de una forma más habitual, el mercado tradicional se transforma en la Red para ofrecer a los usuarios todos los productos que se encuentran en la tienda tradicional. El usuario puede entrar y ver aquello que desee con un solo clic.

III.1.2. DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO

La definición de comercio electrónico ha variado a lo largo de los años, por ello en este epígrafe se realiza un recorrido histórico de diferentes definiciones a través de las cuales se observa la evolución del concepto en el tiempo.

■ En el “Libro blanco del comercio” (Comisión, 1999) se recoge la siguiente definición de comercio electrónico, en la que se considera a éste como un todo, asemejándolo al término más actual de comercio ubicuo:

“El comercio electrónico cubre todo tipo de negocio, transacción administrativa o intercambio de información que utilice cualquier tecnología de la información y las comunicaciones. Desde la perspectiva empresarial, va desde la simple compra diaria hasta los complejos sistemas que completan el ciclo comercial”.

■ Efraim Turban, Jae Lee, David King y Michael Chung en su publicación “Electronic Commerce: a managerial perspective” (Turban, 1999) limitan el comercio electrónico exclusivamente a las redes de comunicación, concretamente Internet:

“Electronic Commerce (EC) is where business transactions take place via telecommunications networks, especially the Internet”.

■ Paul Timmers en su trabajo “Electronic Commerce-Strategies and Models for Business-to-Business Trading” (Timmers, 2000) presenta una definición menos tecnológica, centrándose en las ganancias a través de la Red:

“Electronic commerce is about doing business electronically”

■ En el “Estudio de situación del comercio electrónico en España” realizado para la Secretaría General de Comunicaciones en el año 1999 (Vázquez, 1999) se define de forma global , detallando el concepto:

“[...] cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet. En este sentido, el concepto de comercio electrónico no sólo incluye la compra y venta electrónica de bienes, información o servicios, sino también el uso de la Red para actividades anteriores o posteriores a la venta, como son:

- La publicidad.
- La búsqueda de información sobre productos, proveedores, etc.
- La negociación entre comprador y vendedor sobre precio, condiciones de entrega, etc.
- La atención al cliente antes y después de la venta.
- La cumplimentación de trámites administrativos relacionados con la actividad comercial.

- La colaboración entre empresas con negocios comunes (a largo plazo o sólo de forma coyuntural)”.

■ Virginia de Pablo y Natividad Fernández Sancho (Pablo, 2001) toman una definición más amplia y lo definen de forma general:

“una forma de transacción comercial que se basa en la transmisión de datos en Internet. Pero este tipo de comercio no se establece sólo como la compra venta de productos por este canal, sino que marca también los pasos anteriores o posteriores a éstas, como son la publicidad del producto, la búsqueda de información sobre el mismo o la atención al cliente”.

■ Bibiana Luz Clara (Luz, 2001) en su Manual de Derecho Informático y coincidiendo con Efraim Turban, Jae Lee, David King y Michael Chung (Turba, 1999) define el término como:

“Cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet”.

■ Vladimir Zwass, editor jefe de la Revista Internacional de comercio electrónico, (Zwass, 2001), al igual que en el anterior caso define el concepto de forma general:

“[...] is sharing business information, maintaining business relationships, and conducting business transaction by means of telecommunicatios networks”.

■ Francisco Javier García, en su trabajo “Comercio y firma electrónicos” (García, 2002) lo define de forma general:

“[...] cualquier forma de transacción o de intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como

Internet,... compra de bienes, información o servicios,... uso de la Red para aspectos de publicidad...”

■ Gladys Rodríguez (Rodríguez, 2004) en su trabajo “El comercio electrónico (E-commerce). Bajo el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI). Regulación para América Latina” avanza una tipología de comercio electrónico:

“[...] la parte del comercio que se desarrolla a través de redes (cerradas y abiertas) mediante la relación entre oferta y demanda, para lo cual se utilizan herramientas electrónicas y telecomunicaciones, con el objeto de agilizar el proceso comercial por medio de la reducción de tiempos y de costos. Abarca, por tanto, todas las formas en que se puede desarrollar el comercio, es decir, entre Estados, entre Estados y empresas, entre Estados y particulares, entre empresas, entre empresas y consumidores y entre consumidores”.

■ Más actual es la definición del Informe e-commerce de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones del Tercer Trimestre de 2011 (Comisión, 2011), que lo define como:

“[...] toda compra realizada a través de Internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado. La característica básica del comercio electrónico reside en la orden de compraventa, la cual tiene que realizarse a través de algún medio electrónico, con independencia del mecanismo de pago efectivo.”

■ Otra definición aparecida en 2011 es la de Teresa Garín y Teodosio Pérez (Garín, 2011) en su trabajo “Factores determinantes en el comercio electrónico en España”:

“[...] uso de Internet para comprar, vender o apoyar los productos o servicios.”

✚ En el sitio de Internet Consulting (Internet, 2006) centran la definición en el hecho de comprar y vender y además presentan una tipología.

“[...] is the conduct of a financial transactions by electronic means. With the huge success of commerce on the Internet, ecommerce usually refers to shopping at online stores on the World Wide Web, also known as ecommerce Websites. Ecommerce can be business to business (B to B) or business to consumer (B to C)”.

III.1.3. TIPOLOGÍA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

La tipología de comercio electrónico (Gómez, 2012), se establece en función de los participantes en la transacción: Empresa, Consumidores o Administración.

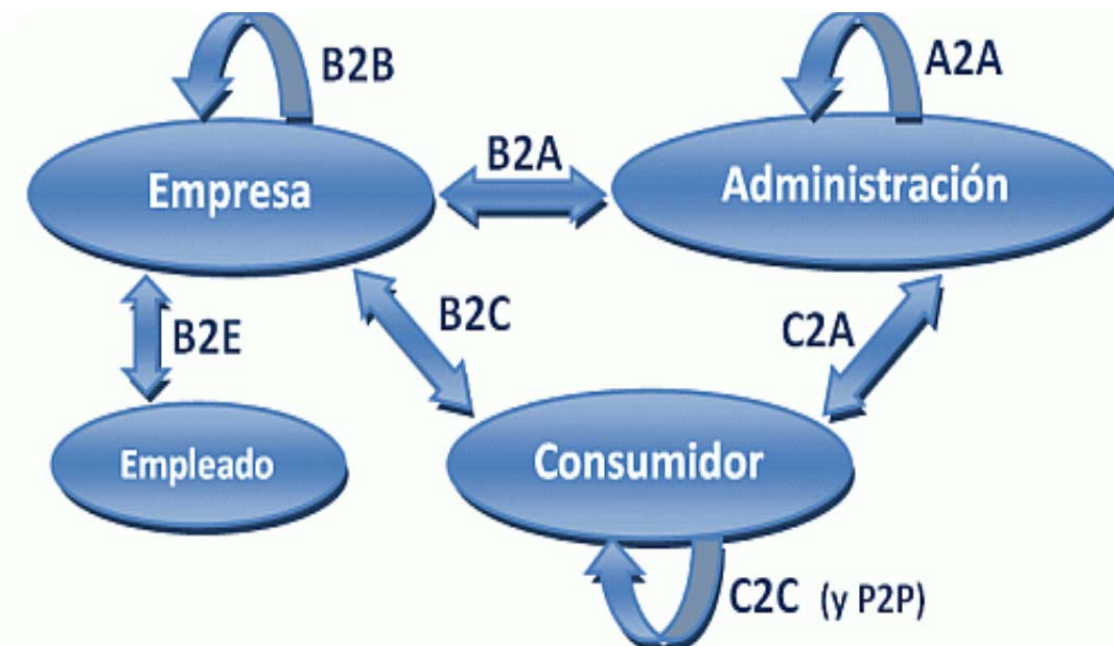


Fig. III-1. Tipos de comercio electrónico (Gómez ,2012)

Las abreviaturas hacen referencia a los actores que participan en las transacciones electrónicas, según sean:

- B: Business (empresas) .
- C: Consumer (consumidor) .

- A: Administration (administración) .
- E: Employee (empleado) .
- 2 sustituye a la palabra inglesa *to*. Una relación C2C, puede traducirse como una relación “Consumer to Consumer” (de consumidor a consumidor). A continuación, se explicará más detenidamente la definición de este tipo de comercio electrónico.

III.1.3.1 Business to Administration (B2A) o comercio entre empresa y administración

Es el que se da entre las empresas y la Administración. Consiste en que las empresas se conviertan en proveedoras de la administración (Solé, 2000); para ello la administración está realizando una labor de introducción de la Red en las empresas mediante la solicitud de diversos servicios a través de ella, tales como presentación de documentación, la solicitud de información o el pago de impuestos, entre otros.

III.1.3.2 Business to Business (B2B) o comercio entre empresas

Se trata de la compra venta de productos y servicios entre compañías; este tipo de comercio es el más potenciado pues las posibilidades que ofrece la Red son mucho mayores debido a que se abre el mercado aumentando el número de empresas al que se tiene acceso, además de generar una oferta concreta y especializada. Es el más utilizado a nivel regional, nacional (Aguirre, 2007) e internacional, como compradores y vendedores de bienes y servicios, así como intermediarios en transporte, entrega y pago de mercancías.

Según Joseph Maixenchs de Andersen Consulting (Maixenchs, 1999) las causas del desarrollo de B2B son debidas a:

Mayor acceso y familiaridad: puesto que las empresas tienen el hardware, el software y el personal adecuado para trabajar en la Red. Esto no lo posee el usuario doméstico; de hecho, en España hay un 32,1% (INE, 2012) de hogares que carecen de acceso a Internet.

Confidencialidad: Ya existían antecedentes de comercio entre empresas, tal era el caso del sistema EDI, Electronic Data Interchange, que era un sistema de protocolos estandarizados de intercambio de datos a través de la Red utilizado sobre todo por empresas.

Incentivos: las empresas, pese a pertenecer a distintos sectores, tienen una serie de características comunes, tales como el coste, los ingresos y los beneficios; esto hace que la comunicación entre ellas sea más fluida que con otros clientes.

En cuanto al funcionamiento del comercio entre empresas en Internet (Solé, 2000), supone una reducción del coste de producción de un 12% debido al descenso de los trámites, y esto se puede realizar de dos maneras posibles:

Mediante una subasta a tiempo real en la cual la empresa da a conocer a sus proveedores sus necesidades y estos realizan ofertas hasta que llegan a un acuerdo; se evita así la pérdida de tiempo que suponen las peticiones de presupuestos a distintas empresas, lo cual conlleva un encarecimiento de los costes debido a la labor burocrática. Para que esta tarea sea posible se han creado una serie de empresas en Internet que se dedican a este tipo de subastas.

La otra posibilidad es que los proveedores coloquen sus artículos en la Red y los compradores sean los que pujen por ellos.

En ambos casos las empresas de subastas suelen cobrar entre un 5% o un 10% de la venta, con lo cual la Red no sólo facilita el comercio entre empresas sino también la creación de empresas dedicadas a este fin.

Según Forrester Research, una consultora estadounidense dedicada a la investigación de mercados, el 90 % de las empresas de Estados Unidos pretenden realizar sus compras y ventas a través de la Red, y presumen que un 53% del comercio tendrá lugar en los Emarketplace, que son páginas de mercado electrónico creadas exclusivamente para empresas. Estas plataformas de negocios pueden presentarse con diferentes diseños y características:

- *Marketplace:* es una dirección virtual donde las empresas pueden compartir información, catálogos, servicios, etc.

- *Catálogos on-line*: donde cada empresa pone a disposición de todos sus productos, al mostrar sus catálogos, los cuales actualiza y renueva puntualmente.
- *Demandas de productos*: Las compañías realizan sus pedidos desde la página web, con lo cual la respuesta del proveedor es inmediata.
- *Personalización de la oferta*: Cada empresa puede realizar sus pedidos después de haber estudiado las ofertas que le ofrecen otras compañías.
- *Seguridad*: Existen una serie de garantías en las transacciones bancarias; de hecho la seguridad en la Red es una de las características más desarrolladas en el comercio electrónico en los últimos años.

Este proceso de implantación del comercio electrónico entre empresas, que les permite realizar sus pedidos de forma más competitiva y rápida, está dando como resultado la realización de determinadas alianzas entre especialistas en tecnología, con entidades financieras o con organizaciones informáticas para poder tener mayor capacidad de adaptación y mejoras en el uso comercial de la Red.

III.1.3.3 Business to Consumers (B2C) o comercio entre empresa y consumidor

Este sería el mercado tradicional llevado a la Red (Solé, 2000), aplicándole las características de la misma. Lo primero que analizan las empresas es el cliente; éste era inicialmente masculino (Observatorio, 2011) aunque ya se están incorporando mujeres (Observatorio, 2012), de hecho en este último año ha aumentado con respecto al 2011 en un 3%. El perfil en ambos casos es una persona con un nivel cultural alto; por tanto, este tipo de comprador sabe lo que quiere y el reto de la compra en Internet es el de ofrecérselo en el momento en que lo necesita, el *just in time*. De forma que el comprador solicita una serie de características en la Red, que a veces en el comercio tradicional no se tienen muy en cuenta, tales como niveles aceptables de precio-calidad o un servicio y atención impecables. Así, habrá que cuidar

muchos aspectos tales como el cumplimiento del servicio y/o la personalización de la oferta.

En definitiva una buena web comercial tiene en primer lugar que estudiar las necesidades del cliente virtual y tratar de cubrirlas dándole el mejor servicio.

III.1.3.4 Consumer to Administration (C2A) o comercio entre consumidores y administración

Este tipo de comercio electrónico es aquel que recoge cualquier intercambio entre el ciudadano y la administración (Martínez, 2008). Habitualmente, para realizar transacciones como ciudadano o como empresa con las administraciones públicas se debe estar en posesión de un certificado digital, que se puede conseguir desde la Web de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (Gómez, 2012). Esto permite rellenar formularios, participar en convocatorias públicas, petición de certificados como la vida laboral, conocer como padres las notas y asistencia de sus hijos al colegio, entre otros.

III.1.3.5 Consumer to Business (C2B) o comercio entre consumidores y empresas

Este tipo de comercio consiste en que un grupo de consumidores finales (Seosane,2005) que necesitan el mismo o parecido producto se unen y solicitan a la empresa que oferte el producto en función del número de compradores, así cuantos más sean más barato es el mismo. Si bien es un proceso de compra más lento, pues tiene que reunirse un número determinado de compradores, el resultado normalmente merece la pena (Solé, 2000).

Alguno de los inconvenientes de este tipo de comercio (Chen, 2008) son:

- Cómo sintetizar las preferencias individuales para que sean consensuadas con el grupo.
- Como comunicarse entre ellos y el grupo.
- Cómo negociar colectivamente con el vendedor.

La gran ventaja de este tipo de comercio es el abaratamiento de costes.

III.1.3.6 Consumers to Consumers (C2C) o comercio entre consumidores

Es un sistema muy usado en la Red. Engloba aquellas transacciones en las que tanto el vendedor como el comprador son consumidores finales, que actúan a través de una plataforma de intercambio (Martínez, 2008). Es un tipo de comercio que se emplea en las webs dedicadas a las subastas entre particulares. Se pueden diferenciar dos tipos de comercio basados en las subastas (Solé, 2000):

El primero consiste en buscar el mayor número de usuarios que visiten la página, para así aumentar la facturación publicitaria. De forma que la subasta en sí no es el negocio sino otro servicio que oferta la compañía que gestiona este portal.

El segundo consiste en que desde la página se pretende hacer una labor de intermediación y así cobrar un tanto por ciento del precio de venta del producto.

III.1.3.7 Business to Employee (B2E) o comercio entre empleados

Algunas empresas con muchos empleados (Gómez, 2012) facilitan canales para la realización de comercio electrónico con los mismos (Business to Employee o B2E), en condiciones, normalmente, ventajosas para los empleados. Para ello, se suele utilizar la Intranet o “portal del empleado”, donde el empleado puede utilizar los recursos de la empresa (Bresciani, 2007) en beneficio propio, incluyendo la facturación por comisiones de ventas o la introducción de gastos de hospedaje y viajes, entre otros.

III.1.4. UNA NUEVA FORMA DE COMERCIO: COMERCIO UBICUO

Hace dos décadas, Mark Weiser (Weiser, 1991) introdujo un nuevo concepto llamado computación ubicua. En esos años la tecnología para dar servicio a este tipo de comercio (que cumpliera el requisito de ubicuidad) aún no estaba disponible. Pero a medida que ha ido transcurriendo el paso de los años, los PCs, móviles, tablets, y demás recursos electrónicos se han convertido en más potentes, proporcionando tecnologías de interconexión basadas en redes WI-FI, como Bluetooth, 3G, entre otros.

En esa primera década se necesitaban ciertos requisitos para que éste tipo de comercio funcionase (Fano, 2002):

- Estar siempre conectado con los clientes.
- Ser siempre conscientes del contexto real de los clientes (dónde están, qué están haciendo y que hay disponible a su alrededor).
- Tomar siempre la iniciativa, identificar las oportunidades en tiempo real para satisfacer las necesidades del cliente.

Es un continuo flujo de comunicación, intercambios de contenidos y servicios entre empresas, proveedores, empleados, clientes y productos (Watson, 2002). A medida que los medios digitales nos han ido aportando una mayor comodidad en la realización de ciertas tareas en nuestras vidas, han aumentado los problemas de privacidad, es decir la información personal es capturada, transmitida y distribuida a favor de aquellos que nos facilitan estos servicios. Pero a pesar de ello muchas empresas han utilizado y siguen usando el comercio ubicuo (u-commerce) como una referencia para utilizar las nuevas tecnologías en el comercio de productos y servicios.

Este tipo de comercio (Junglas, 2003), también conocido como u-commerce, ultimate commerce o uber-commerce, es aquel comercio tradicional que se extiende a un mundo de redes ubicuas y dispositivos universales. Para George Roussos y Theano Moussouri (Roussos, 2004) está íntimamente relacionado al e-commerce y al m-commerce, utilizando la infraestructura y la experiencia de ambos. Se trata de un nuevo paradigma (Galanxhi-Janaqi, 2004) que amplía y se extiende a la era de Internet y tiene el potencial de crear un nuevo entorno de negocios.

Los requisitos necesarios para que sea comercio ubicuo son (Galanxhi, 2006):

- La identificación electrónica de los productos físicos.
- El aprovisionamiento de servicios a las empresas.
- La infraestructura de los consumidores en computación ubicua.

Los últimos años de la década pasada, el comercio ubicuo (Sheng, 2008), era en cualquier momento y en cualquier lugar, aportando grandes beneficios a los clientes y un alto nivel de personalización.

Hoy en día el concepto de comercio ubicuo es similar a la década pasada, definiéndose (Deng, 2010) como aquel tipo de comercio electrónico que está disponible en cualquier momento y a cualquier hora mediante el uso de cualquier dispositivos de computación generalizado. Ejemplos: bibliotecas digitales, líneas de negocio, televisión móvil. Ejemplo de esto es si estamos fuera de casa, de vacaciones, etc. y queremos ver un partido o programa que dan por televisión, será suficiente con hacerlo a través de nuestro dispositivo móvil.

En un futuro, el reto para el comercio (Sheng, 2010) a través de este tipo de servicios es hacer frente a las capacidades del cliente heterogéneo y dinámico asegurando la calidad de lo ofertado y la satisfacción del cliente.

Es a principios de 2011 cuando el comercio electrónico comienza a verse como una integración en el comercio ubicuo. Laerte Franco, Joao Rosa y otros (Franco, 2011) lo definen como la integración del e-comercio, la identificación de los productos físicos por vía electrónica, permitiendo a los usuarios realizar compras de manera fácil e intuitivamente en cualquier momento y lugar, con la ayuda de un entorno inteligente.

Las características de este tipo de comercio son varias. En primer lugar y como su nombre indica la ubicuidad: los equipos informáticos están en cualquier sitio y se pueden conectar a Internet.

En segundo lugar la universalidad: permite al usuario acceder desde cualquier sitio a la Red. Estas dos características permiten conectarse desde cualquier sitio y a cualquier hora.

Finalmente otra característica importante en este tipo de comercio es la Unicidad: no todas las personas buscan lo mismo a la misma hora, ni de la misma forma. Esto permite la personalización de los servicios para los usuarios.

Autores como Martínez y Luna (Martínez, 2008) añaden una última característica, la armonía entre los dispositivos electrónicos que use el usuario, (Tablet, PC, móvil, entre otros) debiendo estar interconectados y coordinados en tiempo real, de manera que lo que realice el usuario en cualquiera de ellos debe reflejarse en los otros.

Pero hay aspectos cruciales como la privacidad, la seguridad y las cuestiones éticas que inquietan al usuario, creando preocupación e intranquilidad a la hora de darse de alta en los websites o realizar sus compras a través de la Red.

III.1.4.1 TIPOS DE COMERCIO UBICUO

III.1.4.1.1 Mobile To Business (M2B) o comercio a través de móvil

Con la llegada en el año 1993 de los Smartphone o teléfonos inteligentes, los cuales incorporan voz y datos en el mismo dispositivo (Torre, 2012), se revolucionó el mundo de la telefonía. Este tipo de dispositivos se caracterizan por poseer un sistema operativo más versátil que los anteriores móviles. Esto permite que tengan más aplicaciones que podamos utilizar; aplicaciones de muy diferentes características. Gracias a la conexión a Internet de la que disponen este tipo de dispositivos es posible realizar todo tipo de gestiones.

En el año 2011 (AMETIC, 2011) las comunicaciones de voz sufrieron una caída manteniéndose un incremento de los servicios de datos, entre los que se encuentra el M2B o comercio a través de móvil. Nuevo tipo de comercio electrónico en constante crecimiento a través de dispositivos móviles como pueden ser teléfonos, PDAs, Iphone, y otros recursos electrónicos. Nace para los entornos de Internet móvil con el fin de conectar al usuario con Internet y que pueda realizar compra de productos para este tipo de dispositivos (juegos, música, imágenes, etc.). Gracias a la proliferación de dichos dispositivos (Ávila, 2010), las ventas por M2B será el futuro de muchas empresas a nivel comercial. Las nuevas tecnologías como SMS, WAP, GPRS, UMTS y JAVA entre otras serán las que hagan avanzar este tipo de comercio a niveles altos de e-commerce.

III.1.4.1.2 T-Commerce

Con la llegada de la televisión digital, el consumidor tiene acceso a nuevos servicios, entre ellos la T-commerce, definida por Yu, Choi y Rho (Yu, 2005) como el comercio a través de la televisión interactiva.

Las nuevas tecnologías permiten nuevas formas de negocio (Millán, 2005), muchos de los cuales aún no se han desarrollado; uno de ellos es el comercio por televisión. La llegada de la televisión digital, permitiendo la interactividad a los usuarios, está siendo aprovechada por las empresas para desarrollar nuevos modelos de comercio.

Las formas de venta en la televisión (Fernández, 2006) serían:

- La tradicional teletienda.
- Canales específicos de venta que, por ejemplo en el caso de Digital plus, es una copia exacta de lo que hay en Internet, las mismas imágenes, textos, etc.
- La posibilidad de comprar cuando se está viendo una serie, película, acontecimiento deportivo y otros.

III.2. USUARIOS

Una de las razones por las que ha aumentado el número de operaciones económicas por Internet es el aumento de compradores. La ley de Say, principio atribuido a un importante economista francés del siglo XIX, (véase Feito, 2010) indica que no puede haber demanda sin oferta. Si nos remontamos aún más en el tiempo, en la Biblia, en el libro de Eclesiastés cita algo que bien pudo ser la inspiración para la ley de mercados de Say: “Cuando aumentan los bienes, también suben los que los consumen...” (Eclesiastés, capítulo 5, versículo 11).

Así pues, según el estudio “Comercio Electrónico B2B-2011” del Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (Observatorio, 2011), cerca de 11 millones de usuarios a nivel nacional compraron en la Red en 2010, generando una cifra de negocio de 9.100 millones de euros, incrementando en un 17,4% los 7.760 millones de euros del año anterior.

Después de analizar la literatura sobre evaluación de información digitalizada, y más concretamente en Internet, se detecta que falta un protocolo de evaluación más centrado en el usuario. Desde el punto de vista del comprador, la web a la que se enfrenta debe dar respuesta a unas necesidades específicas y en caso de no ser así supondría la búsqueda de otras páginas, o lo que es peor, incluso la decisión de optar por otros tipos de venta, no necesariamente más convencionales, teniendo en cuenta el avance de las nuevas tecnologías. Al comercio electrónico le han salido numerosos competidores, tales como el comercio por televisión, el comercio por radio o el comercio por móviles, entre otros; en definitiva cualquiera de las posibilidades que ofrece el comercio ubicuo, comprar y vender a través de cualquier medio tecnológico, o como muy bien se define en Watson et al. (Watson, 2002): “El uso de redes ubicuas de comunicación para realizar transacciones entre una firma y sus clientes para proporcionar un nivel de valor, más allá del comercio tradicional”

Así que la era digital llega a casa, y empresas como Microsoft (véase Medina, 2005), se están tomando mucho interés en desarrollar la tecnología adecuada; por ello el propio Bill Gates declaró que una de las labores de sus empresas es la de desarrollar innovaciones que permitan a los fabricantes de dispositivos y a las compañías de

equipos electrónicos de consumo, crear tecnología poderosa y atractiva para el entretenimiento, la creatividad y la productividad en el hogar.

La Web 2.0, término acuñado por Dale Dougherty (Dougherty, 2004) y definido más tarde por Tim O'Reilly (O'Reilly, 2006) como “un sitio Web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido generado por usuarios en una comunidad virtual, a diferencia de sitios web donde los usuarios se limitan a la observación pasiva de los contenidos que se han creado para ellos” hay que tener en cuenta los usuarios a los que nos dirigimos.

Más tarde Christian Van Der Henst (Henst, 2012) define Web 2.0 como “la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final”.

Por ello es necesario que nos centremos en el tipo de usuario que empresas, diseñadores web y demás personal de páginas empresariales después van a encontrarse al otro lado de la pantalla para ofrecer sus productos. Es muy importante conocer qué tipo de usuario final se puede encontrar: un usuario inexperto, un usuario conocedor de las nuevas tecnologías o quizás uno intermedio.

III.2.1. DEFINICIÓN DEL TÉRMINO USUARIO

El diccionario de la Real Academia Española define el término usuario como “que usa ordinariamente algo” haciendo mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público. En el ámbito de las telecomunicaciones este término es muy utilizado, refiriéndose a una persona, computadora o software, ya que el concepto también está vinculado al acceso a ciertos recursos o dispositivos.

El usuario es la razón de ser de cualquier entidad dedicada a ofrecer servicios de información (véase Hernández, 2001), el personaje principal de la trama informática, es el principio y fin del ciclo de transferencia de la información.

Según el Diccionario de términos informáticos e Internet (Alarcón, 2007) usuario único (“unique user”) se define como “una persona que visita un sitio web”. Seguir el rastro a

los usuarios únicos es importante para garantizar el éxito de un sitio web determinado, ya que indica cuantos visitantes diferentes acceden al sitio al contrario que el número de accesos, visitas por el mismo o diferentes individuos que recibe el sitio. Este término también se conoce como visitante único.

En la enciclopedia libre o Wikipedia (Wales, 2012) el término usuario viene definido como “persona que tienen contacto directo con las computadoras”.

Para autores como José Román, el término “usuario” es demasiado rudo y piensa que margina a las personas (Román, 2006). Según él, existen personas utilizando sitios web, no una especie de autómatas y sugiere que se sustituya el término usuario por miembro de la audiencia o visitante del sitio.

III.2.2. TIPOLOGÍA DE USUARIO

Tradicionalmente se ha venido estudiando al usuario en función de su nivel de conocimiento o experiencia. Así encontramos al usuario principiante, intermedio o avanzado.

Alistair Sutcliffe (Sutcliffe, 1988) clasifica a los usuarios como:

- **Inexpertos:** aquellos que no tienen experiencia en el uso de máquinas y tecnología (algo muy raro de encontrar hoy en día).
- **Principiantes:** personas que han tenido algún contacto con maquinaria y tecnología.
- **Habilitados:** son usuarios competentes, pero que les falta algo (al nivel de conocimiento o comprensión) que les permitan ser clasificados como expertos.
- **Expertos:** son aquellos que poseen tal conocimiento sobre la maquinaria y tecnología, que serían capaces de desmontarla y volver a montarla si fuera necesario. Constituyen un grupo relativamente reducido de personas.

Más tarde Joann Hackos (Hackos, 1994) sugirió que debería haber una categoría de **usuarios en transferencia** para incluir los habilitados que están aprendiendo una nueva aplicación (convirtiéndose temporalmente en **novatos**).

También recomendó que se tuviese en cuenta el tipo de uso: para ello incluyó a los **usuarios por repetición** que serían aquellos que pueden utilizar el sistema de manera competente, siguiendo instrucciones y rutinas.

Más reciente Andy Smith (Smith, 1997) añadió una tercera dimensión al modelo, el conocimiento general de tecnología de la información (alfabetización informática), lo que le permitió crear el “cubo del nivel de habilidad del usuario”. Al clasificar en *alto* o *bajo* el conocimiento de la aplicación, del sistema y de la alfabetización informática, Este autor definió ocho tipos diferentes de usuarios: **principiantes, loros** (que sólo repiten lo que se enseña), **alfabetizados, capacitados, ocasionales, específicos, en transferencia y expertos**.

En 1998, Joann Hackos y Janice Redish (Hackos, 1998) emitieron su propia clasificación basada en la de Dreyfus y Dreyfus (Dreyfus, 1986): **usuarios principiantes, principiantes avanzados, usuarios competentes y usuarios expertos**.

Aunque parece suficiente la clasificación de los usuarios por el nivel de experiencia, actualmente están tomando fuerza otras clasificaciones con las nuevas generaciones y su relación con las nuevas tecnologías (Hurtado, 2011). Está bastante extendida la idea de que en la nueva sociedad coexisten dos generaciones muy diferentes, una de jóvenes y otra de adultos, que aunque comparten la misma tecnología de mercado, la usan y transforman de maneras muy diferentes. La primera serían los usuarios nativos y la segunda los usuarios inmigrantes (Cassany, 2008). Recientemente aparece el término que se está imponiendo de experto rutinario. A continuación se muestran las características que presentan cada uno de los tipos:

- a. **Usuarios inmigrantes:** son aquellos que se han adaptado a la tecnología y hablan su idioma pero con “un cierto acento”. Este colectivo es fruto de un proceso de migración digital que supone un acercamiento hacia un entorno altamente tecnificado, creado por las TICs. Se trata de personas entre 35 y

55 años que no son nativos digitales y han tenido que adaptarse a una sociedad cada vez más tecnificada (García, 2007)

USUARIO INMIGRANTE
Procesamiento secuencial monotarea
Procesamiento e interacción lentos
Itinerario único
Prioridad de la lengua escrita
Trabajo individual, aislamiento
Textos extensos
Aprendizaje con trabajo serio y pesado
Actualización mediante consulta física (libros, revistas, cursos)

Tabla III-1. Características del Usuario Inmigrante (Prensky, 2004)

- b. **Usuarios nativos:** La expresión “nativos digitales” fue acuñada por Marc Prensky (Prensky, 2004) en un ensayo titulado “The death of command and control?”, donde los identificaba con aquellas personas que han crecido con la Red y los distinguía de los “inmigrantes digitales”, llegados más tarde a las TICs. Nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad consumada. Su característica principal es sin duda su tecnofilia. Sienten atracción por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías. Con las TICs satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, tal vez, también de formación.

USUARIO NATIVO
Procesamiento paralelo: multitareas
Procesamiento e interacción rápidos
Acceso abierto: hipertexto
Multimodalidad
Conexión en línea con la comunidad
Paquetes breves de información
Aprendizaje con juego y diversión
Autoaprendizaje mediante tutoriales interactivos

Tabla III-2. Características del Usuario Nativo (Prensky, 2004)

- c. **Experto rutinario:** Aunque los “nativos digitales” usan las nuevas tecnologías, varios estudios e investigaciones como “Jóvenes y Cultura Messenger” (Gordo, 2006) ó “La integración de Internet en la educación escolar española” (Mominó, 2008) demuestran que usan lo digital para el ocio, como puede ser MSN o las redes sociales, siendo unos ignorantes en las herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías para la vida y el trabajo diario (plataformas virtuales de asignaturas, creación de trabajos con procesadores de texto...etc.). El término “nativo digital” debería ser sustituido por el de Experto Rutinario en el uso de las TICs (Torre, 2009). La generación de los “expertos rutinarios” sería aquella con una visión y alcance bastante limitada sobre lo que ofrece la Sociedad Digital y las TICs a pesar de crecer con ellas y, muchas veces, usarlas de forma habitual.

EXPERTO RUTINARIO
Potencial cognitivo desperdiciado
Visión y alcance limitado
Uso de lo digital para el ocio

Tabla III-3. Características del Usuario Experto Rutinario. Elaboración propia a partir de los datos del autor Aníbal de la Torre (Torre, 2009)

III.2.3. PERFIL DEL USUARIO EN INTERNET

III.2.3.1 Europeo

A nivel europeo se han estudiado diferentes variables obtenidas de los datos de la Oficina Europea de Estadísticas (Eurostat) y el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Observatorio, 2011); éstas son:

- Individuos que usan regularmente Internet
- Individuos que usan frecuentemente Internet
- Individuos que no han usado nunca Internet

III.2.3.1.1 Individuos que usan regularmente Internet

De acuerdo con los últimos datos (Observatorio, 2011) se pone de manifiesto que no sólo se está produciendo un aumento de las personas que utilizan Internet, sino que además lo utilizan de manera cada vez más regular. Las ventajas derivadas de la utilización de la Red para cuestiones cotidianas se han traducido en un incremento considerable de los internautas con acceso regular. Tanto es así que, en el caso español, el porcentaje de personas que acceden regularmente a Internet era en 2004 de un 31%, creciendo hasta el 58% en 2010, por encima de Italia y Portugal. Estas cifras están cercanas a la media europea, situada en un 65%. A la cabeza se sitúan Holanda y Suecia, con valores del 88% y por debajo se sitúan países como Rumanía (34%), Grecia (41%) y Bulgaria (42%).

En el Gráfico III-1 y la Fig. III-2 se muestra la comparativa, expresada en porcentaje, de individuos que usan de manera regular (al menos una vez por semana) Internet, sobre el total de la población, cualquiera que sea el equipamiento o tecnología de acceso.

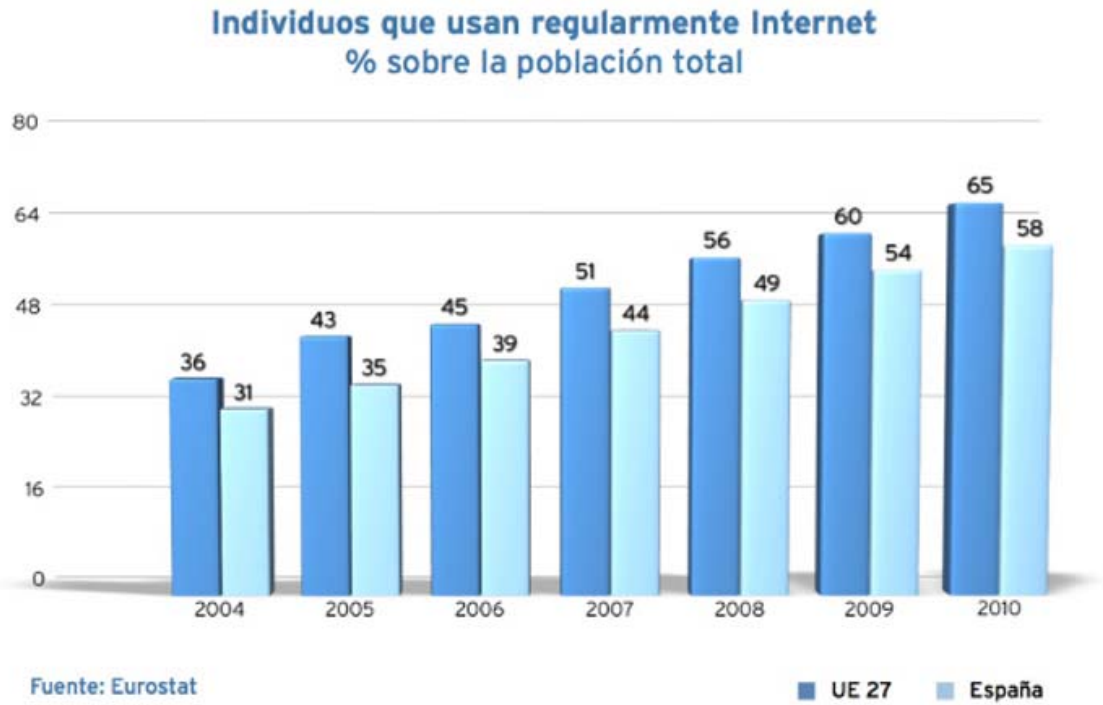


Gráfico III-1. Individuos que usan regularmente Internet (Eurostat, 2011)

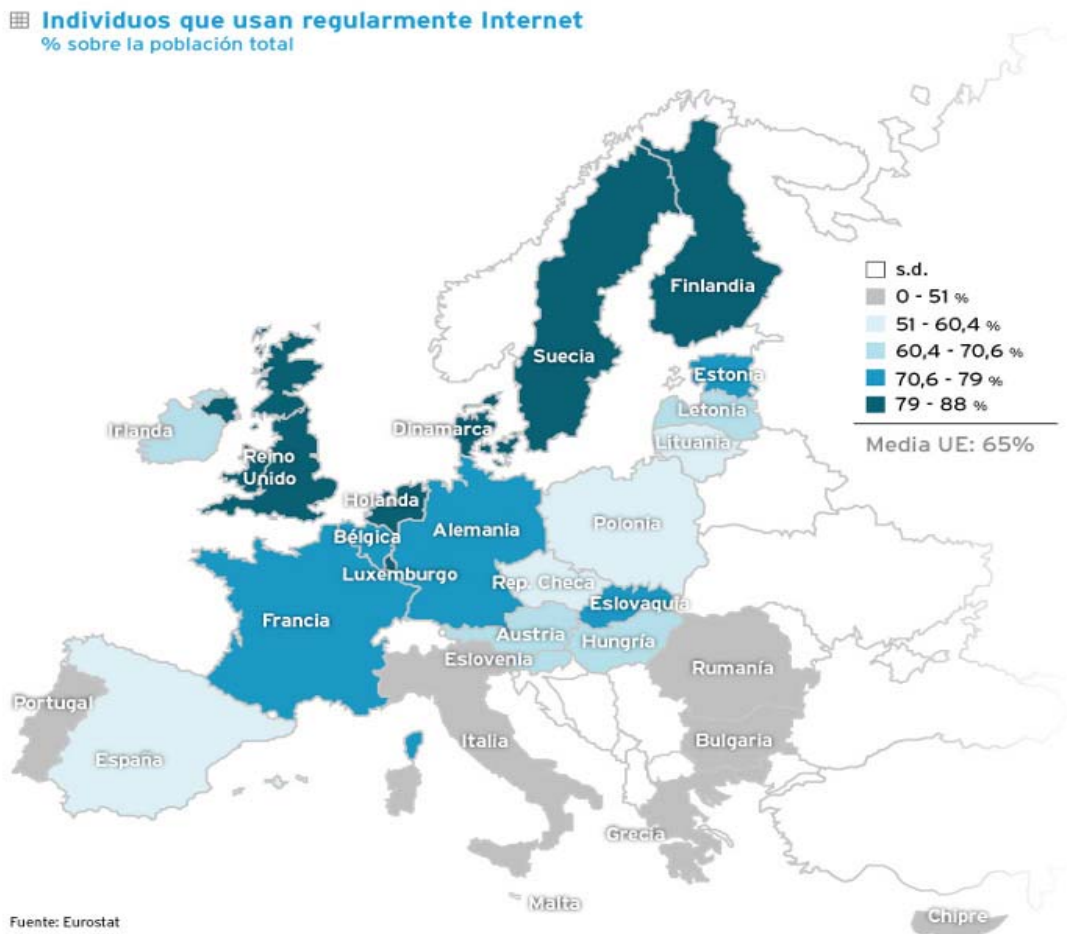


Fig. III-2. Individuos que usan regularmente Internet (Eurostat, 2011)

III.2.3.1.2 Individuos que usan frecuentemente Internet

Según los últimos datos disponibles (Observatorio, 2011), se pone de manifiesto un aumento progresivo de las personas que utilizan Internet de manera frecuente. A nivel europeo se observa una tendencia creciente en el uso de Internet, con un porcentaje del 23% en 2004, mientras en el año 2010 se sitúa en un 53%. En el caso de España, el porcentaje de personas que acceden frecuentemente a Internet es, en 2010, de un 44%, 26 puntos porcentuales más que en 2004. En el resto de Europa, se observa esta misma tendencia en el uso de Internet. Por debajo de la media europea se encuentran Rumanía (21%) y Grecia (31%) y en el lado contrario encontramos a Suecia, Dinamarca y Holanda con un 76%.

En el Gráfico III-2 y la Fig. III-3 se muestra la comparativa, expresada en porcentaje, de individuos que usan de manera frecuente (todos los días o casi todos los días) Internet, sobre el total de la población, cualquiera que sea el equipamiento o tecnología de acceso.

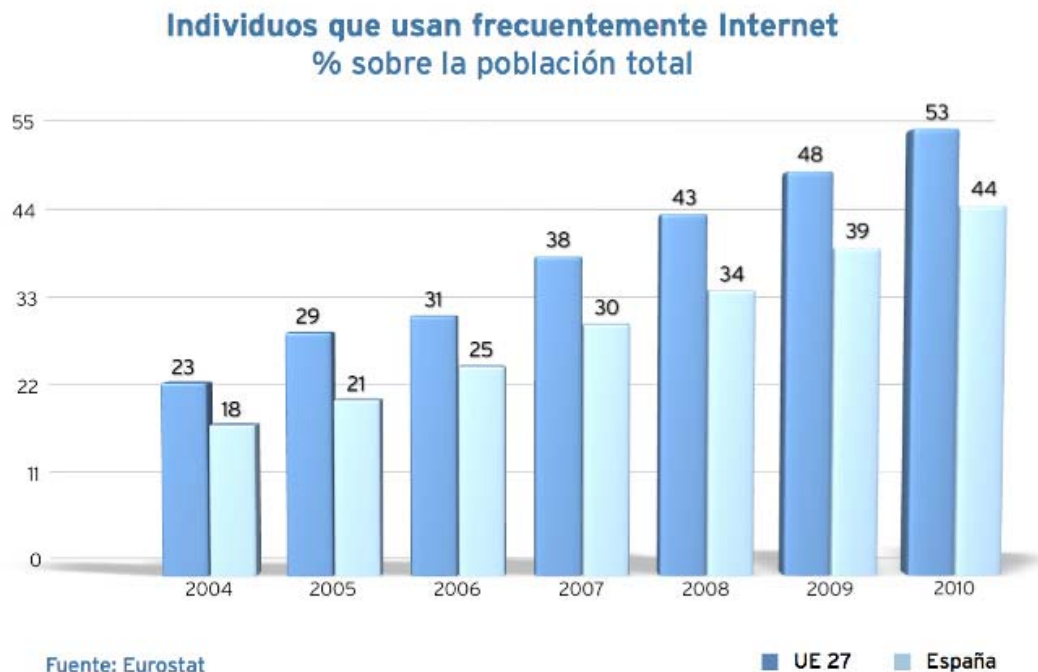


Gráfico III-2. Individuos que usan frecuentemente Internet (Eurostat, 2011)

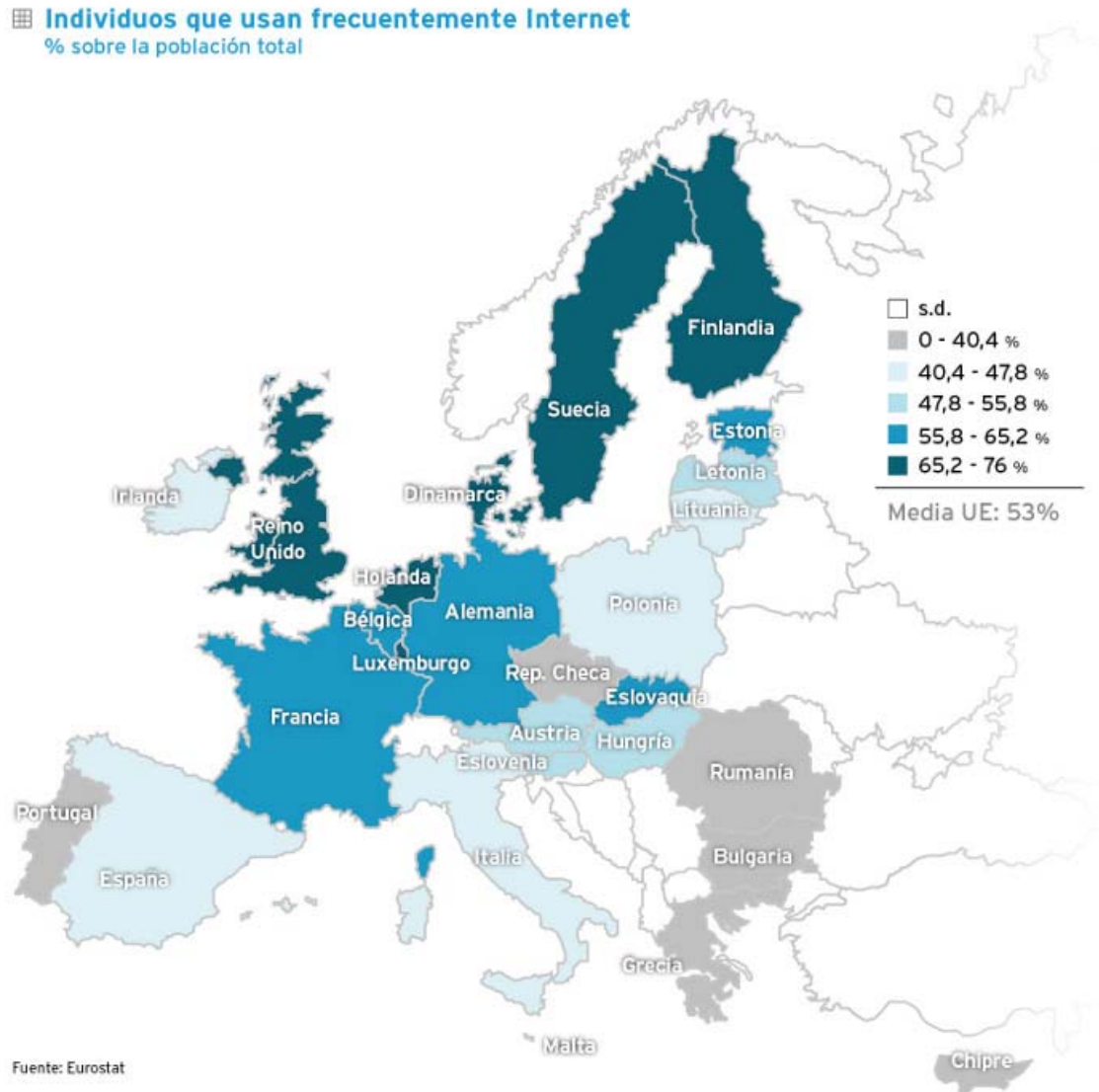


Fig. III-3. Individuos que usan frecuentemente Internet (Eurostat, 2011)

III.2.3.1.3 Individuos que no han usado nunca Internet

La evolución decreciente en los últimos datos disponibles (Observatorio, 2011), revela el fenómeno cada vez más generalizado de la utilización de la Red para cuestiones cotidianas. Según los valores de Eurostat, en España el porcentaje de españoles que no han utilizado nunca Internet en 2010 es de un 32%, 17 puntos porcentuales menos que en 2005. A nivel europeo, se observa esta misma tendencia decreciente en el uso de Internet. En particular, el porcentaje de individuos que no habían usado nunca Internet en 2005 era de un 43%, mientras que el dato para el año 2010 se sitúa en el 26%.

En el Gráfico III-3 y la Fig. III-4 se muestra la comparativa, expresada en porcentaje, de individuos que no han usado nunca Internet, sobre el total de la población, cualquiera que sea el propósito o lugar de acceso.

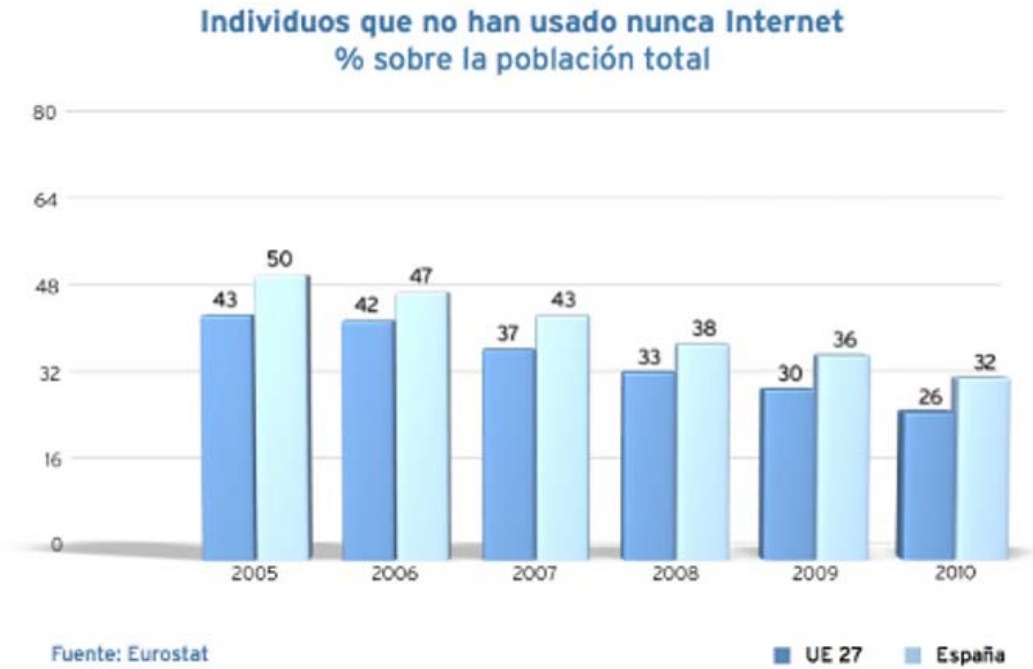


Gráfico III-3. Individuos que no han usado nunca Internet (Eurostat, 2011)

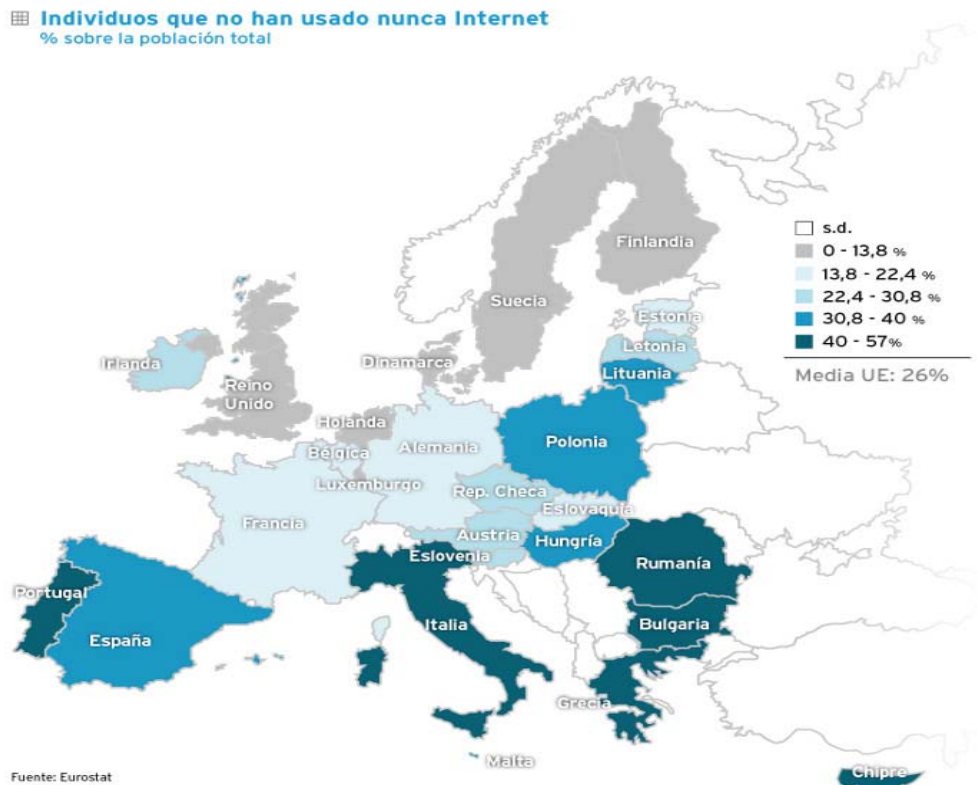


Fig. III-4. Individuos que no han usado nunca Internet (Eurostat, 2011)

III.2.3.2 Nacional

A nivel nacional se han estudiado diferentes variables obtenidas de los datos de la última “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares” del Instituto Nacional de Estadística (INE) relativos al año 2011. Éstas son:

- Uso de las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas.
- Uso de las TICs por tramos de edad.
- Uso de las TICs por sexo.
- Nacionalidad del internauta español.
- Situación laboral del internauta español.

III.2.3.2.1 Uso de las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas

Según los datos del año 2011 (Instituto, 2011) y cómo se muestra en el Gráfico III-4 las comunidades autónomas que mayor uso hacen de las Tecnologías de la Información y la Comunicación son Andalucía, Cataluña, Madrid y Comunitat Valenciana frente a Ceuta y Melilla que son las que menos las utilizan.

COMUNIDAD / CIUDAD AUTÓNOMA	Nº DE PERSONAS
Andalucía	6192642
Aragón	969685
Asturias, Principado de	800741
Balears, Illes	827310
Canarias	1629929
Cantabria	436125
Castilla y León	1833478
Castilla-La Mancha	1509807
Cataluña	5437239
Comunitat Valenciana	3788069
Extremadura	799039
Galicia	2058928
Madrid, Comunidad de	4799349
Murcia, Región de	1090153

Navarra, Comunidad Foral de	457078
País Vasco	1608275
Rioja, La	231398
Ceuta	53792
Melilla	53904
TOTAL	34576941

Tabla III-4. Nº de personas que usan las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

Uso de las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas

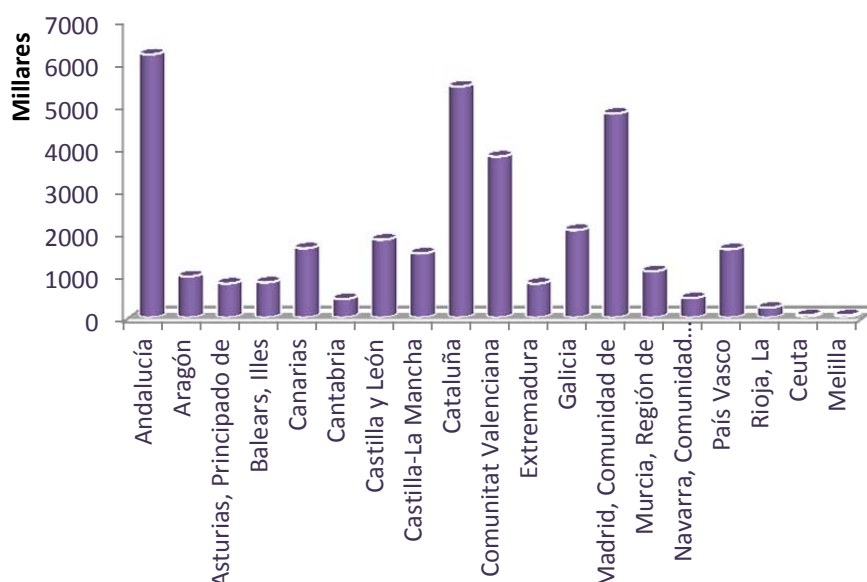


Gráfico III-4. Uso de las TICs por Comunidades y Ciudades Autónomas. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.2.2 Uso de las TICs por tramos de edad

Según los datos del año 2011 (Instituto, 2011), el total de personas que utilizan Internet es de 34.576.941; de éstos y cómo podemos apreciar en el Gráfico III-5, el uso de las TICs es inversamente proporcional a la edad del usuario de las mismas. Los jóvenes de edad comprendida entre 16 y 24 años son los que más usan el ordenador, Internet, realizan compras y usan el teléfono móvil, frente a las personas de entre 65 y

74 años que son las que menos utilizan las Tecnologías de la Información y Comunicación.

USO DE TICs	TRAMOS DE EDAD					
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	95,5	89,5	81,6	68	41,3	16,9
Han utilizado Internet en los últimos 3 meses	95	87,8	79	65,1	37,7	15,6
Han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	91,5	81,2	72,5	58,1	33,9	14,6
Han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	21,7	30,2	23,4	16,2	9,2	3
Usan teléfono móvil	98	99	98,1	94,1	86,6	70,7

Tabla III-5. Porcentaje de uso de las TICs por tramos de edad a nivel nacional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

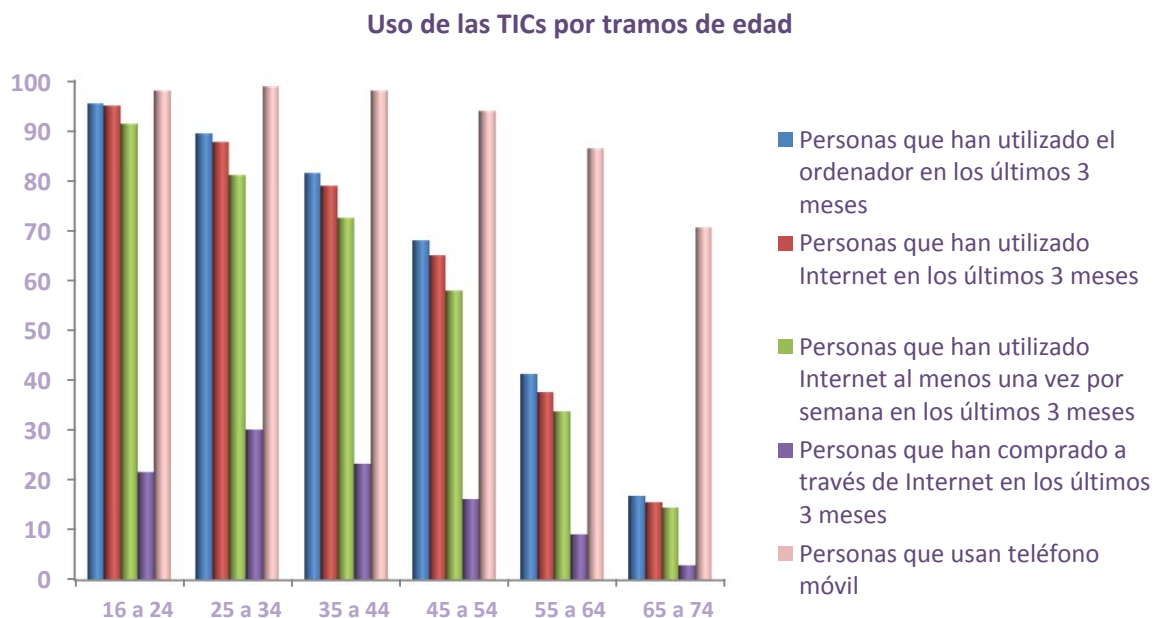


Gráfico III-5. Uso de las TICs por tramos de edad a nivel nacional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.2.3 Uso de las TICs por sexo

En la Tabla III-6 y el Gráfico III-6 se muestra que tanto hombres como mujeres de edades comprendidas entre 35 y 44 años, seguidos por los de edad comprendida entre 25 y 34 años son los que usan Internet con más asiduidad.

TRAMOS DE EDAD	HOMBRES	MUJERES
16-24	2190959	2100213
25-34	3610747	3468226
35-44	3949664	3769028
45-54	3282944	3312371
55-64	2462214	2612907
65-74	1775589	2042079
TOTAL	17272117	17304824

Tabla III-6. Uso de las TICs por sexo. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

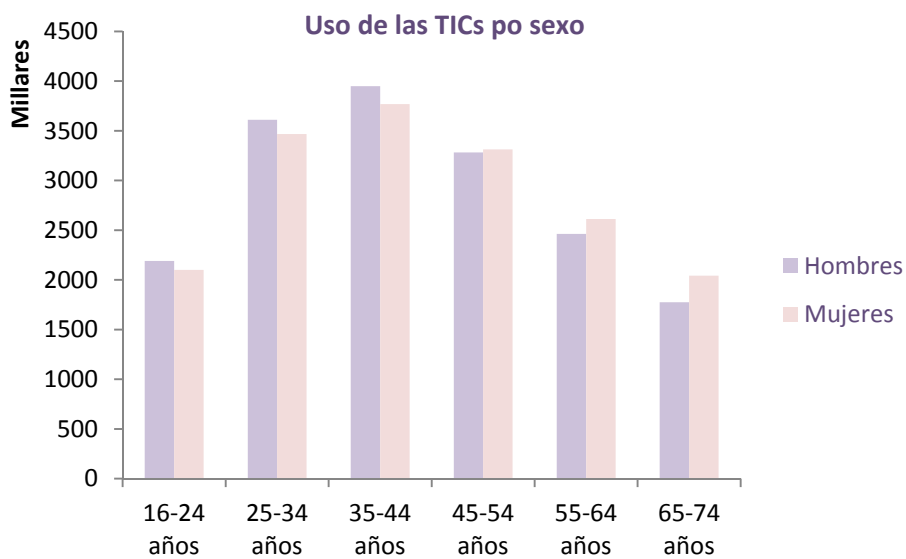


Gráfico III-6. Uso de las TICs por sexo. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.2.4 Nacionalidad del internauta español

Como podemos apreciar en el Gráfico III-7 solo un 7% de la población extranjera que vive en España hace uso de Internet.

NACIONALIDAD	Nº PERSONAS
Española	32245039
Extranjera	2331902
TOTAL	34576941

Tabla III-7. Nacionalidad del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

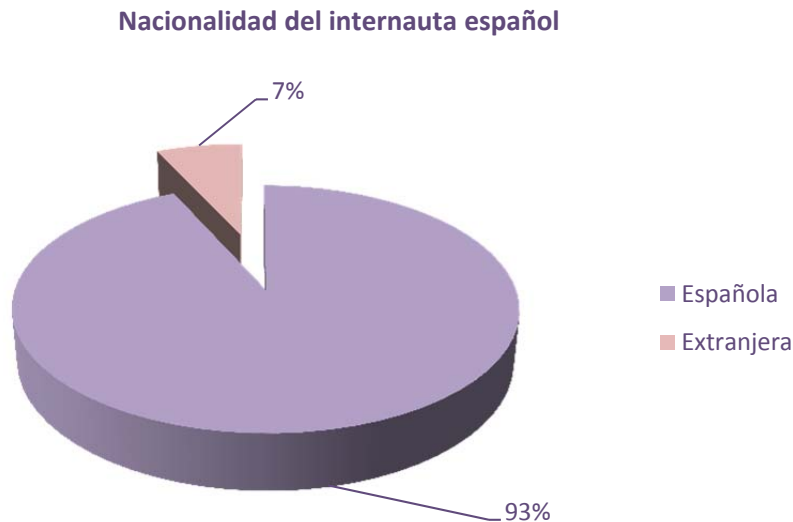


Gráfico III-7. Nacionalidad del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.2.5 Situación laboral del internauta español

A través del Gráfico III-8 se muestra que la situación laboral “Activos ocupados” son los que utilizan de forma más habitual Internet, ya sea por motivos de trabajo o por ocio.

SITUACIÓN LABORAL	Nº PERSONAS
Activos ocupados	16831059
Activos parados	4449539
Inactivos: Estudiantes	2844021
Inactivos: Labores del hogar	3315390
Inactivos: Pensionistas	4231899
Otra situación laboral	573132
TOTAL	32245040

Tabla III-8. Situación laboral del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

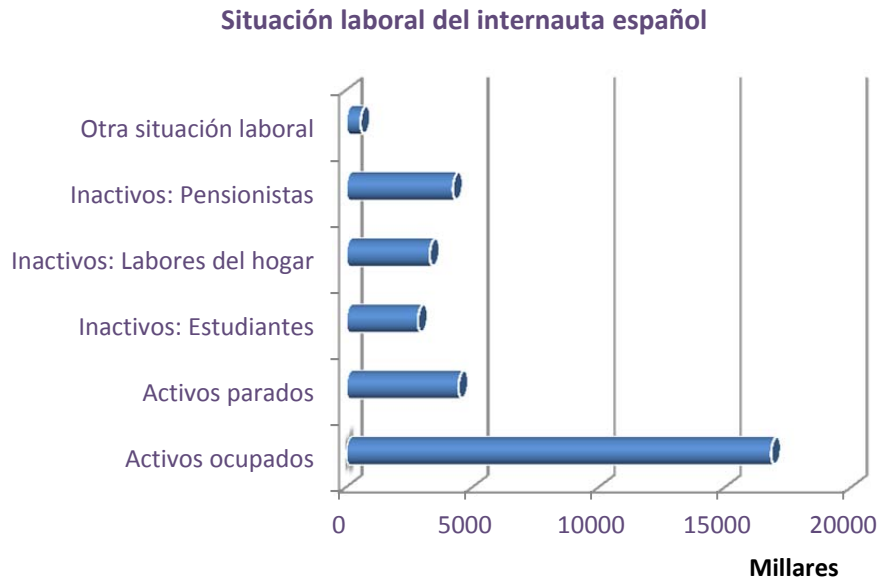


Gráfico III-8. Situación laboral del internauta español. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.3 Regional

A nivel regional se han estudiado diferentes variables obtenidas de los datos de la última “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. Resultados por CC.AA.” (Instituto, 2011) relativos al año 2011. Éstas son:

- Uso de las TICs en Extremadura.
- Uso de las TICs por tramos de edad.
- Uso de las TICs por sexo.
- Nacionalidad del internauta extremeño.
- Situación laboral del internauta extremeño.

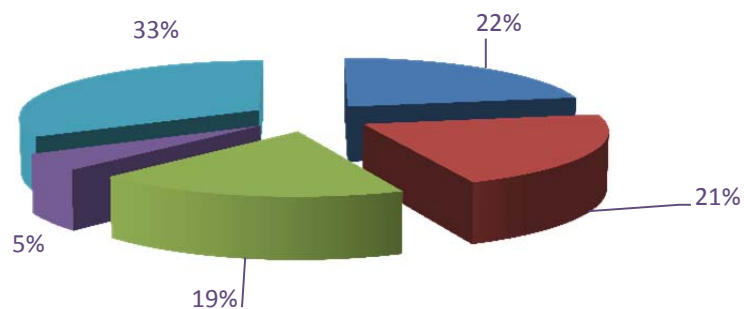
III.2.3.3.1 Uso de las Tic en Extremadura

A nivel regional y según datos del año 2011 (Instituto, 2011), un 33% de usuarios extremeños usan el teléfono móvil, seguido de un 22% de personas que han utilizado Internet en los últimos tres meses y frente a un 5% de personas extremeñas que han comprado por Internet en los últimos tres meses.

TIPO DE USO DE TICs	Nº DE PERSONAS
Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	62,3
Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	60
Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	52,4
Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	13,7
Personas que usan teléfono móvil	91,7

Tabla III-9. Uso de las TICs en Extremadura. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

Uso de las TICs en Extremadura



- Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses
- Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses
- Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses
- Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses
- Personas que usan teléfono móvil

Gráfico III-9. Uso de las TICs en Extremadura. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.3.2 Uso de las TICs por tramos de edad

Según los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (Instituto, 2011) sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, a nivel regional y al igual que en España, el conjunto de personas que utilizan Internet es inversamente proporcional a la edad del usuario de las mismas, exceptuando el uso del móvil. Los jóvenes de edad comprendida entre 16 y 24 años son los que más usan el teléfono

móvil, el ordenador e Internet y realizan compras a través de la Red, frente a las personas de entre 65 y 74 años que son las que menos utilizan las Tecnologías de la Información y Comunicación, exceptuando el uso del móvil.

USO DE TICs	TRAMOS DE EDAD					
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	91,7	90,3	69,6	57,6	32,7	8,2
Han utilizado Internet en los últimos 3 meses	88,9	86,7	67,8	55,3	31	6,5
Han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	79,6	72,3	64,1	45,9	25,4	6,5
Han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	17	24,6	19,6	7,4	5	1,5
Usan el teléfono móvil	93,8	97,7	95,3	94	92,5	67

Tabla III-10. Uso de las TICs por tramos de edad a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

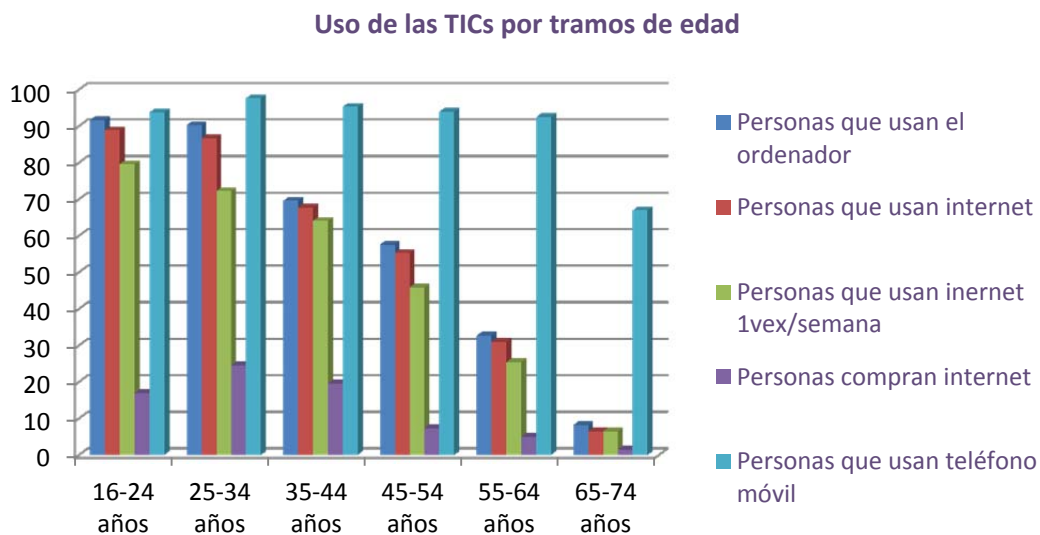


Gráfico III-10. Uso de las TICs por edades a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.3.3 Uso de las TICs por sexo

En el Gráfico III-11 se muestra que en 5 de los 6 tramos de edades hay un mayor número de hombres que de mujeres que acceden a Internet. El único tramo en el que

esto no es así es el de edades comprendidas entre 65 y 74 años, en el que el sexo femenino supera al masculino.

SEXO	Nº PERSONAS
Hombres	404174
Mujeres	394865
TOTAL	799039

Tabla III-11. Uso de las TICs por sexo a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

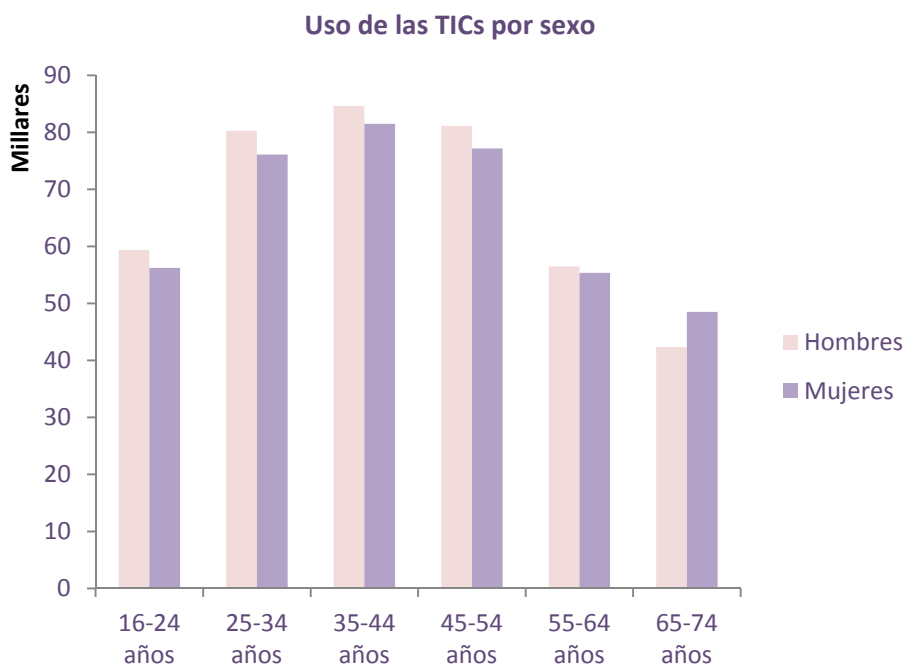


Gráfico III-11. Uso de las TICs por sexo a nivel regional. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.3.4 Nacionalidad del internauta extremeño

Coincidiendo con los datos a nivel nacional (de un número bajo de personas) y como podemos apreciar en el Gráfico III-12 solo un 1% de la población extranjera que vive en Extremadura hace uso de Internet.

NACIONALIDAD	TOTAL PERSONAS
Española	787508
Extranjera	11531
TOTAL	799039

Tabla III-12. Nacionalidad del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

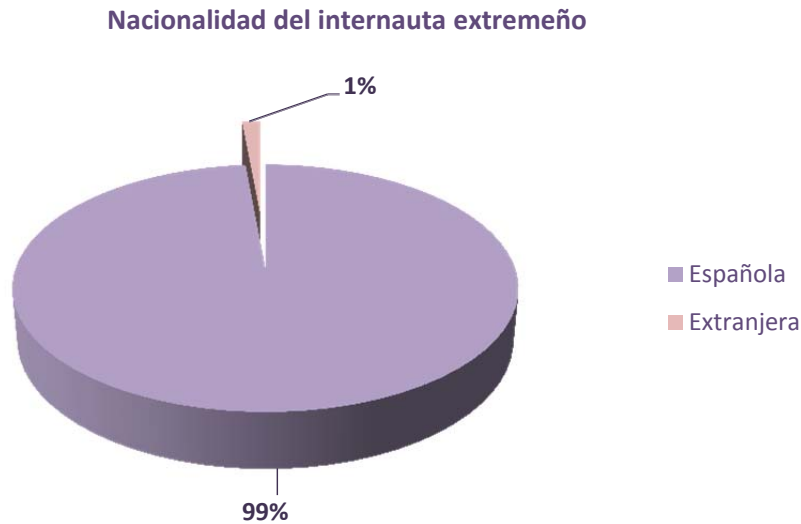


Gráfico III-12. Nacionalidad del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

III.2.3.3.5 Situación laboral del internauta extremeño

Cómo se muestra a continuación, la situación laboral mayoritaria de los extremeños que utilizan las TICs es “Activos ocupados”, dato que coincide con el nacional.

SITUACIÓN LABORAL	TOTAL PERSONAS
Activos ocupados	394996
Activos parados	147860
Inactivos: Estudiantes	58614
Inactivos: Labores del hogar	88185
Inactivos: Pensionistas	93574
Otra situación laboral	15810
TOTAL	799039

Tabla III-13. Situación laboral del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)



Gráfico III-13. Situación laboral del internauta extremeño. Elaboración propia a partir de los datos del INE (Instituto, 2011)

En resumen, podemos decir que el uso de Internet se está convirtiendo en un hábito cada vez más generalizado entre la sociedad española. Los hogares están mejor preparados y los individuos acceden con más frecuencia a los servicios que ofrece la Red. Sin embargo, como hemos visto, la procedencia geográfica, edad, nacionalidad y situación laboral del internauta pueden marcar una diferencia significativa en el uso de la Red. Así Andalucía, Madrid y Cataluña son las comunidades donde se concentran el mayor número de usuarios mientras que en Ceuta y Melilla, la mayoría de los ciudadanos no accede Internet. Los tramos de edades comprendidas entre los 25-34 y 35-44 años son los que más usan Internet. En cuanto a la nacionalidad hemos visto que tanto en España como en Extremadura hay una pequeña porción de personas extranjeras que utilizan las nuevas tecnologías. Son aquellos activos ocupados, tanto a nivel nacional como regional los que utilizan la Red.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

Con el objetivo de tener una visión general de la producción científica acerca del comercio electrónico y su aporte a la ciencia mundial, se realiza una revisión bibliográfica por cobertura temática y dentro de ésta por orden cronológico.

IV. ESTADO DE LA CUESTIÓN

IV.1. COMERCIO ELECTRÓNICO

Desde el nacimiento del comercio electrónico se han desarrollado numerosos trabajos de investigación sobre este tema. En los estudios sobre comercio electrónico se establecen las etapas por las que ha pasado la implantación del mismo, destacando el trabajo “Algunas consideraciones previas sobre comercio electrónico” de Borja Adsuara Varela (Adsuara, 2004) que establece las fases de ofrecimiento del producto, contratación, considerada como primera y fase activa, suministro de información no comercial (segunda fase) y suministro de información comercial (tercera fase) y el de Sung-Chi Chu, Lawrence C. Leung, Yer Van Hui y Waiman Cheung (Chu, 2007), “Evolution of e-commerce Web sites: A conceptual framework and a longitudinal study”, que presenta cuatro etapas claramente diferenciables de comercio electrónico, además del marco teórico del mismo, ofrecen una perspectiva evolutiva de los sitios Web con venta, realizando un estudio longitudinal entre los años 1993 y 2001.

Otros estudios se centran en aspectos concretos. Así Samar I. Swaid y Rolf T. Wigand (Swaid, 2009) en su artículo “Measuring the quality of e-service: scale development and initial validation” construyen una escala para medir la calidad del servicio de correo y realizan un estudio de los efectos de las dimensiones de la calidad del servicio electrónico en los distintos tipos de fidelidad del cliente, encontrando que el e-servicio de calidad se mide en seis dimensiones: calidad de la información, usabilidad, fiabilidad, sensibilidad, compromiso y personalización.

IV.2. ESTUDIOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y WEBS

Otra forma de analizar el comercio electrónico es a través de alguna de sus características, así, AM. Aladwani (Aladwani, 2002), en “The development of two tools for measuring the easiness and usefulness of transactional Web sites”, describe el desarrollo de dos instrumentos de medición de la percepción, sencillez y utilidad en un

contexto web. Éstos son el análisis factorial exploratorio y el confirmatorio, que revelan que son dos instrumentos de medición confiables y útiles para la creación de un negocio electrónico. Jaeki Song y Fatemeh “Mariam” Zahedi (Song, 2005) en “A theoretical Approach to Web Design in E-commerce: A Belief Reinforcement Model” hacen hincapié en el diseño web, desarrollando el marco conceptual para medir el impacto de los mismos sobre la confianza y el comportamiento de los clientes web. Desarrollan el modelo teórico BRM o modelo de refuerzo de la confianza que sintetizan la teoría del comportamiento planificado con las teorías de la psicología social, el comportamiento del consumidor, así como la gestión de clasificar los elementos de diseño Web y conceptualizar los aspectos más destacados de la conducta de los compradores Web. Mientras que, David Thomas Green (Thomas, 2005) en su tesis titulada “The inclusion of web site usability in an electronic commerce acceptance model” realiza un estudio para ver la usabilidad de la web, característica importante a la hora de realizar compras en Internet. En este estudio se identifican las dimensiones apropiadas y medibles de la usabilidad de un sitio web; además Paul A. Paulov construye un modelo de aceptación general de comercio electrónico (Paulov, 2003) en el que se incluyen las dimensiones de ésta. Las características que analizan son la credibilidad de diseño, contenido, interactividad, navegabilidad, capacidad de respuesta, demora de descarga, utilidad y facilidad percibidas, la satisfacción con el diseño, confianza, riesgo percibido y la intención de realizar transacciones.

El valor cultural es otra de las características estudiadas; Rudolf R. Sinkovics, Mo Yamin, Matthias Hossinger (Sinkovics, 2007) en su artículo “Cultural adaptation in cross border e-commerce: a study of german companies” estudian 100 empresas alemanas, de EEUU, Reino Unido y sitios webs de América Latina en los que aparecen el valor cultural. Concluyendo que este valor no es muy fuerte en los mercados de referencia. Terri R. Lituchy y Roberta Ann Barra (Lituchy, 2008) en “International issues of the design and usage of websites for e-commerce: Hotel and airline examples” también realizan un estudio sobre cómo afectan las diferencias internacionales al diseño de los sitios web, a su implementación y al uso. Analizan diferentes líneas

aéreas y hoteles, sacando conclusiones sobre el idioma, las diferencias de cultura y las mejoras posibles en ambas industrias.

Otras características estudiadas son la accesibilidad, como así indica el trabajo de Benjamin Yen (Yen, 2007), "The design and evaluation of accessibility on web navigation" en el que introduce una guía para evaluar la accesibilidad de páginas webs basada en varios modelos estructurales de accesibilidad, y el color, analizado por Simon Lee y Srinivasan Rao (Lee, 2010) en su artículo "Color and Store Choice in Electronic Commerce" en el que ofrecen pruebas del efecto que tiene el color en la elección de la tienda virtual. Estos autores concluyen que el color azul y verde dan más confianza a los usuarios, por lo que el color y la confianza están relacionados y son determinantes para la elección de una tienda on line.

Finalmente se encuentra el trabajo "Recommendation of e-commerce sites by matching category-based buyer query and product e-catalogs" (Kwon,2008) de Ick-Hyun Kwon, Chang Ouk Kim,, Kyung Pil Kim, Choonjong Kwak sobre el estudio específico de tiendas on line, en el que se encuentra la propuesta de un sitio de comercio electrónico en el que se integren múltiples sitios de comercio electrónico, proporcionando al usuario un portal unificado a través del cual éste pueda buscar productos de manera eficiente.

IV.3. ESTUDIOS DE USUARIOS

Uno de los primeros estudios sobre los hábitos de los usuarios de comercio electrónico es el de Rana Tassabehi (Tassabehi, 2003) en su trabajo "Applying E-Commerce in Business" en el que estudia el comportamiento de los hábitos online de los usuarios en relación con la evolución del comercio electrónico. Según este trabajo las compras en línea se están acelerando; con el aumento de la metodología de mejores prácticas y la facilidad de uso, augura que los siguientes años serán más lucrativos para el comercio electrónico.

Años más tarde, Chechen Liao, Prashant Palvia, y Hong-Nan Lin (Chechen, 2006) en el artículo "The roles of habit and web site quality in e-commerce" estudian

también el hábito de los usuarios, pero esta vez entendido como el comportamiento repetido de los consumidores, centrándose en la construcción, la utilidad percibida y la confianza para predecir y explicar el comportamiento de los consumidores en la utilización de un sitio web B2B. Como resultados se obtiene que la utilidad percibida, confianza y hábito son factores claves para continuar en un sitio web. Luiz Antonio Joia y Luiz Cláudio Barbosa de Oliveira (Joia, 2008), en su artículo “Development and testing of an e-Commerce web site evaluation Model” desarrollan y prueban un modelo para evaluar el comercio electrónico B2B y el comportamiento del cliente virtual a través de un enfoque de modelado de ecuaciones estructurales.

Babita Gupta, Iyer Lakshmi y Robert S. Weisskirch (Gupta, 2010) en el artículo “Facilitating global e-commerce: a comparison of consumers willingness to disclose personal information online in the U.S. and in India” realizaron un estudio empírico de 809 consumidores en los EE.UU. y la India para comprobar su información en línea y así revelar el comportamiento y sus intenciones para tomar y ejecutar las medidas de protección durante su navegación por la Red. Este estudio concluyó que existían diferencias entre los consumidores de los diferentes países.

Y también Eduard Cristóbal, Frederic Marimon, Natalia Daries y Yolanda Montagut (Cristóbal, 2011b) en su trabajo “Spanish E-Consumer Segmentation and Positioning in Virtual Supermarkets Sector” y Eduard Cristóbal y Frederic Marimon, (Cristóbal, 2011a) en “La gestión del supermercado virtual: tipificación del comportamiento del cliente online” analizan los diferentes factores que influyen en el comportamiento de compra de los clientes del supermercado en línea. Estos factores están relacionados tanto con la apariencia de la página web, como con los procesos que tienen lugar al realizar la compra. En base a estos análisis, los distintos grupos de consumidores con un comportamiento homogéneo son estudiados y posicionados de acuerdo a sus actitudes. El análisis también permite que la calidad del servicio ofrecido por este tipo de establecimiento sea definido al igual que las dimensiones principales en que se desarrollan.

Una de las características a estudiar y que más importancia tiene es la confianza del cliente a la hora de comprar, estudiada por Ejike Ofuonye, Patricia Beatty, Ian Reay, Scott Dick y James Miller (Ofuonye, 2008) en su artículo “How Do We Build Trust into E-commerce Web Sites?”, que habla de la confianza del cliente a la hora de comprar en la Red. Define así el concepto de fideicomiso, como el agrupamiento de cosas diferentes para personas diferentes, reflejo de los objetivos personales, predisposiciones y experiencias. Estudia las dificultades para construir la confianza en el usuario web.

También Mike Fletcher (Fletcher, 2009) publica “How to create the perfect e-commerce website” en el que realiza un estudio de los consumidores y las empresas presentes únicamente en Internet, en el que detectan que hay una creciente evidencia de que los consumidores están recurriendo a las proposiciones en línea de marcas de confianza que ofrecen un mayor valor por su dinero. La exploración y ensayo de nuevas tecnologías y características adicionales es una manera de que este tipo de empresas on line se esfuercen por mantenerse delante de la competencia.

IV.4. COMPRA, VENTA Y PAGO EN INTERNET

A la hora de realizar la compra on line C. Ranganathan y Sanjeev Jha (Ranganathan, 2007) en su artículo “Examining Online Purchase Intentions in B2C E-Commerce: Testing an Integrated Model” estudian los tres enfoques sobre las compras en línea, proponiendo un modelo integrado de comportamiento en línea con cuatro factores muy importantes: calidad del sitio web, las preocupaciones de los clientes en las compras en línea, auto-eficacia, y la experiencia pasada de compras en línea.

En el análisis de un producto en concreto, la aportación de los investigadores Águeda Esteban Talaya, Ángel Millán Campos y Arturo Molina Collado (Esteban, 2000), en su estudio “Comercialización de productos turísticos en Internet: implicaciones para las agencias de viaje”, en el que se realiza una aportación sobre las diferentes empresas de turismo, el perfil del usuario y las aplicaciones desarrolladas para las agencias de viaje, resulta muy interesante. El trabajo de Verano Costa Dutra y Luciana Cavalini (Costa, 2008), “Medicamentos ilegais na Internet: caso do pramil e cytotec”,

en el que se estudia la venta de medicamentos a través de la Red y la regulación que existe actualmente en ese país.

IV.5. COMERCIO UBICUO

Hace relativamente poco tiempo se están comenzando a realizar estudios sobre comercio ubicuo: así Leslie Leong (Leong, 2005) en su trabajo "U-Commerce: introducing the new challenges for e-business" hace un recorrido por la evolución de las nuevas tecnologías y los avances del comercio electrónico. El comercio ubicuo, según el autor, aporta un mayor rendimiento, compatibilidad y eficiencia operativa beneficiando de esta forma al cliente.

Una de las primeras definiciones de comercio ubicuo la encontramos en el trabajo de Holtjona Galanxhi y Fiona Fui-Hoon Nah (Galanxhi, 2006), "Privacy Issues in the Era Ubiquitous Commerce", incluyendo en él aquellas operaciones que se realizan a través de móvil, televisión, voz y aplicaciones de comercio silencioso. Entre las características de este comercio destacan: universalidad, singularidad, unicidad y unísono, y que proporciona dos grandes beneficios como son mayor comodidad y personalización. Propone desarrollar un marco conceptual para la privacidad en este tipo de comercio.

Más tarde Jen-Her Wu y Tzyh-Lih Hisa (Wu, 2008) en su trabajo "Developing E-Business Dynamic capabilities: an analysis of E-commerce Innovation from I-, M-, to U-Commerce" establecen el marco teórico y exponen la definición de comercio ubicuo, además de estudiar el I-commerce y el M-commerce, comparando los tres tipos de comercio, exponiendo las diferencias en el conocimiento de las tecnologías, aspectos de Internet y modelo de negocio para cada uno de ellos. Hang Sheng, Fiona Fui-Hoon Nah y Keng Siau (Sheng, 2008) en su trabajo "An experimental Study on Ubiquitous commerce adoption: impact of Personalization and Privacy Concerns" también exponen la definición del término comercio ubicuo, exponiendo las ventajas de este tipo de comercio: gran nivel de personalización y beneficios a los clientes, y la gran desventaja: la privacidad.

Más reciente es el estudio realizado por Laerte K. Franco , Joao H. Rosa , Jorge L.V. Barbosa , Cristiano A. Costa , Adenauer C. Yamin (Franco, 2011), “MUCS: A model for ubiquitous commerce support” en el que, además de definir el concepto de comercio ubicuo, proponen un modelo de comercio de apoyo o soporte para éste, el denominado MUCS. Este modelo utiliza conceptos de computación ubicua en la búsqueda de oportunidades de negocio para los usuarios que actúan como compradores o vendedores. Asimismo, en este documento se describen dos escenarios cotidianos, en los que el modelo MUCS podría ser aplicado, y explica el prototipo implementado para ser utilizado en ellos.

IV.6. OTROS ESTUDIOS MÁS ACTUALES DE COMERCIO ELECTRÓNICO: REDES SOCIALES Y MÓVILES

Actualmente se están realizando estudios sobre las tan actuales redes sociales, como el de Kirru Artea (Artea, 2011), quien en su artículo “Los expertos creen que los cambios sociales marcarán el futuro de Internet” analiza los cambios sociales y culturales y su influencia en el futuro de Internet.

MATERIAL Y MÉTODO

En el siguiente epígrafe se detalla el material y metodología utilizados para llevar a cabo la Tesis. En el primer apartado se expone el material utilizado en la realización de este estudio. En la segunda parte se detalla el proceso de trabajo para la obtención de los resultados.

V. MATERIAL Y MÉTODO

V.1. MATERIAL

Para llevar a cabo este trabajo se han utilizado las páginas web comerciales existentes en la Comunidad Autónoma de Extremadura que han respondido a la búsqueda realizada, como se explica en el apartado siguiente.

En la siguiente tabla se muestra el número total de páginas contabilizadas en cada año estudiado y con el que se ha trabajado para obtener los resultados del capítulo VI.

AÑO	Nº DE PÁGINAS
2003	2924
2004	3847
2005	2967
2006	1709
2007	1709
2011	2807

Tabla V-1. Número total de páginas por año utilizadas

V.2. METODOLOGÍA

En la Fig. V-1 se muestra un esquema de las tareas ejecutadas para la realización de la investigación. En la parte superior se encuentra la tarea realizada y en la inferior la herramienta utilizada para llevarla a cabo.



Fig. V-1. Esquema de tareas ejecutadas

V.2.1. BÚSQUEDA EN INTERNET POR PALABRA CLAVE

Para llevar a cabo este trabajo se han realizado búsquedas en la Red mediante los motores de búsqueda Google, buscador más preciso (Tang, 2003) y más utilizado por los usuarios en la Red (Gómez, 2005) y Altavista, buscador con mayor índice de exhaustividad (Olvera, 2000) con las palabras clave: “empresas extremeñas”, “empresas extremeñas en Red”, “Extremadura en Red”, “Extremadura on line” y “web extremeñas en Red”. Estas búsquedas se realizan durante el último trimestre del año en estudio.

Se utilizan motores de búsqueda (Díaz, 2006) para la localización de las tiendas en línea porque es el método más utilizado por los usuarios para localizar sitios de internet donde comprar.

Los datos obtenidos han sido una serie de páginas webs de empresas extremeñas, algunas de ellas directorios de empresas de esta comunidad en Internet.

Después de analizar detenidamente los resultados se han estudiado solamente las dos primeras páginas de los buscadores pues se ha comprobado que era suficiente para encontrar los resultados más relevantes.

Entre las páginas encontradas se eligieron varios directorios de empresas citados a continuación:

<http://www.extremadura.com>

<http://www.badaiozempresas.com>

<http://www.caceresempresas.com>

<http://www.extremaduraempresas.com>

<http://www.guiaextremadura.com>

<http://www.extremaduraempresarial.es>

Una vez terminada la búsqueda de tiendas en línea extremeñas en la Red, se agrupan y se determina si son páginas comerciales (Hurtado, 2007), incluyendo aquellas que en alguno de sus apartados contiene un aviso del tipo: “Página web en construcción”, ya que la Red está en continuo movimiento y se considera que fruto de esta actualización surgen modificaciones en los sitios que hacen que alguna página no esté disponible por cuestiones técnicas.

Por el contrario no se contabilizan aquellas otras que aparecen como fichas, en las que sólo indican la información de la empresa (Fig. V-2), y no como websites (Figura V-3).

Webs de Empresas Caceresas

FICHA DE EMPRESAS	
Nombre:	ALCAESAR MOTOR S.L.
Actividad:	Taller concesionario automóviles
Dirección:	Pol. Ind. Las Capellanias parcela 218
C.P. :	10.005
Localidad:	Cáceres
Teléfonos:	927 231223
Fax:	927 231823
E-mail:	i.alcaesar@d.cajaextremadura.es

Fig. V-2. Ejemplo de ficha de empresa



Fig. V-3. Ejemplo de página web

Aquellos websites que aparecen en ficha o en los que no se abre el enlace localizado en los directorios, se buscan por el nombre de la empresa en Google y Altavista con la finalidad de encontrar su página por si hubiese algún error o se hubiese cambiado la dirección web.

V.2.2. CLASIFICACIÓN DE LAS WEBS

Una vez obtenidos los datos agrupados por sectores según la clasificación preestablecida y basada en la recopilación de directorios encontrados en la Red, se comprueba que no se ajusta bien a la naturaleza de los datos clasificados y se opta por utilizar la Clasificación Decimal Universal (CDU) (Clasificación, 2001) la cual se adapta plenamente a las características de las tiendas en línea.

Se agrupan las empresas por sectores y subsectores. Un sector es más general y contiene a los subsectores que son más específicos. El número total de empresas de cada sector resulta de la suma de las empresas de los subsectores que contenga.

La siguiente tabla muestra un ejemplo de dicha clasificación:

SECTOR / SUBSECTOR		CDU
SECTOR	Tiempo Libre. Ocio	379.8
Subsectores	Estancias en hoteles, moteles	379.832
	Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas...	379.834
	Acampada en tiendas, en caravanas, en camping	379.837
	Viajes de placer. Turismo	379.85

Tabla V-2. Ejemplo de clasificación realizada con la CDU

A continuación se muestra la tabla que contiene los sectores y subsectores clasificados, el número de CDU y una breve descripción de los criterios seguidos para clasificar las páginas en cada apartado, incluyendo un ejemplo:

SECTOR	CDU	DESCRIPCIÓN
Ciencia y Tecnología de los ordenadores. Informática	004	En este sector hemos agrupado aquellas empresas de venta de productos informáticos e Internet. Ejemplo: Intermérica
Lectura	028	Web empresariales dedicadas a la venta de libros. Ejemplo: De la luna libros
Comercio del suelo. Comercio inmobiliario	332.7	Empresas dedicadas al sector inmobiliario y la construcción. Ejemplo: Agrofinca
Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa	336	Empresas dedicadas a las finanzas. Ejemplo: Caja Badajoz
Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental.	364.444	Empresas dedicadas a la venta de productos relacionados con la salud. Ejemplo: Centro Naturista Rosal
Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos	368	Se agrupan las empresas del sector
Clases de empresas de	368.03	Asesorías, gestorías y consultorías. Ejemplo:

SECTOR	CDU	DESCRIPCIÓN
seguros.		Asesoría General Extremeña
Seguro de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño	368.1	Empresas dedicadas a la asesoría. Ejemplo: Centro Extremeño de Seguros
Educación. Enseñanzas. Formación. Tiempo libre	37	Academias y formación. Ejemplo: Academia Corpe
Tiempo libre. Ocio	379.8	Se agrupan las empresas del sector
Estancias en hoteles, moteles	379.832	Hostales, hoteles, moteles, pensiones. Ejemplo: Hostal Cerezo
Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas...	379.834	Turismo rural, casas rurales. Ejemplo: Casa rural Dehesa de Solana
Acampada en tiendas, en caravanas, en camping	379.837	Campings. Ejemplo: Camping de Monfragüe
Viajes de placer. Turismo	379.85	Agencias de viajes, etc. Ejemplo: Agencia de viajes Zurbarán
Fiestas nacionales. Festejos populares	394.2	Empresas relacionadas con fiestas nacionales o populares. Ejemplo: Fiesta de Interés Turístico Regional
Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente	504.06	Webs dedicadas a la protección del medio ambiente. Ejemplo: Bru Recuperaciones
Química	54	Empresas dedicadas a la química. Ejemplo: Industrias Químicas de Badajoz
Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos.	613.2	Se agrupan las empresas del sector
Alimentos de origen animal (Jamones y embutidos)	613.28	Jamones, embutidos, ibéricos. Ejemplo: Embutidos Farcedo
Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales	613.29	Alimentación, lácteos. Ejemplo: Almepan pasteleros

SECTOR	CDU	DESCRIPCIÓN
Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida	613.3	Bodegas, destilerías, vinaterías. Ejemplo: Bodega Santa Marta
Aceites, grasas y ceras vegetales.	665.3:665.327	Almazaras, aceitunas. Ejemplo: Cooperativa Santa Quitería
Higiene y salud pública. Prevención de accidentes	614	Páginas empresariales de salud y prevención de accidentes. Ejemplo: Balneario Fuentes del Trampal
Farmacia general y profesional	615.1	Websites de venta de productos de farmacias y laboratorios. Ejemplo: Galindo Farmacia
Ingeniería. Tecnología en general	62	Se agrupan las empresas del sector
Economía de la energía en general	620.9	Empresas dedicadas a la energía. Ejemplo: HidraVal
Ingeniería mecánica en general	621	Empresas de ingeniería. Ejemplo: Invaex
Ingeniería eléctrica. Electrotecnia	621.3	Empresas de electricidad, electrónica. Ejemplo: "Electricidad Antonio Valentín"
Máquinas eléctricas	621.313	Empresas de ventas de maquinarias. Ejemplo: Euromáquinas Coria
Ingeniería de los vehículos de transporte	629	Se agrupan las empresas del sector
Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos	629.083	Talleres de automoción. Ejemplo: Talleres Pedro Merchán
Repuestos. Distribución. Control de existencias	629.084	Webs empresariales de venta de recambios para vehículos. Ejemplo: Recambios Antolin
Ventas	629.33:64.069	Venta de vehículos de motor. Ejemplo: Motos González Noriega
Agricultura en general	631	Se agrupan las empresas del sector
Gestión y organización de las explotaciones agrarias	631.1	Empresas dedicadas a la organización de las explotaciones agrarias Ejemplo: Acorex
Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas	631.3	Maquinas agrícolas. Ejemplo: Cearex

SECTOR	CDU	DESCRIPCIÓN
Plantas de jardín. Jardinería	635	Viveros, floristerías. Ejemplo: Abonos Vallecillo
Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos	636	Se agrupan las empresas del sector
Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general.	636.03	Páginas relacionadas con la ganadería. Ejemplo: Ganaderia de Luis Mateos
Cuestiones generales de la cría de animales	636.08	Websites dedicadas a los animales. Ejemplo: Mafresa
Empresas de hostelería y restauración	640.4	Empresas dedicadas a la hostelería, como son los restaurantes y bares. Ejemplo: Bravo Hosteleria
El mobiliario y accesorios	645	Suministro de mobiliario y accesorios. Ejemplo: Bricohogar
Vestido. Cuidados corporales	646	Se agrupan las empresas del sector
Cuidado y protección de los vestidos	646.6	Empresas dedicadas al vestido. Ejemplo: Modas JLT 94
Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse.	646.7	Peluquería, estética. Ejemplo: Peluquería Manuel Cortés
Organización de oficinas. Limpieza	651:648	Empresas dedicadas a la organización y limpieza de las oficinas. Ejemplo: Ecolimpiezas Extremadura
Telecomunicaciones y telecontrol	654	Empresas de comunicaciones. Ejemplo: Aida Comunicaciones
Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros	655	Editoriales, comercio del libro. Ejemplo: Editorial Extremadura
Empresas de expedición. Agencias de transportes	656.96	Empresas de transportes. Ejemplo: Tomás Sánchez Transportes
Publicidad y propaganda. Información Relaciones públicas	659	Se agrupan las empresas del sector
Publicidad y propaganda	659.1	Empresas dedicadas a publicidad y

SECTOR	CDU	DESCRIPCIÓN
		marketing. Ejemplo: Eicom
Medios publicitarios visuales/ Medios acústicos de publicidad	659.13/.14	Empresas de imagen y sonido. Ejemplo: Mepuex
Información para el gran público. Medios de comunicación de masas	659.3	Medios de comunicación. Ejemplo: Sasi
Madera e industria de la madera	674	Empresas dedicadas a la madera y la carpintería. Ejemplo. Barnizados Pache
Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos	678	Empresas dedicadas a los plásticos, derivados, envases y embalajes. Ejemplo: Envases Extremadura
Mecanismos e instrumentos de precisión	681	Relojerías, joyerías. Ejemplo: Diamante Joyeros
Ferretería. Herrajes. Cerrajería.	683	Ferreterías. Ejemplo: Ferrería Cancho
Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas	685.34	Zapaterías y empresas dedicadas al calzado. Ejemplo: Calzados Alcon
Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador	687	Tiendas de moda, confección de ropa. Ejemplo: Beyem textil
Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración	688	Empresas dedicadas a los juguetes y regalos. Ejemplo: Cerámica Creativa
Fabricantes	62/69	Empresas dedicadas a la fabricación de productos. Ejemplo: Bazar 4
Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción	69	Se agrupan las empresas del sector
Materiales y elementos de construcción	691	Empresas dedicadas a los materiales de construcción. Ejemplo: Agustín Tejeda
Equipos, instalaciones y	696	Productores, fontaneros, electricistas...

SECTOR	CDU	DESCRIPCIÓN
servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas. Otros oficios		Ejemplo: Pinilla
Calefacción, ventilación y acondicionamiento	697	Empresas dedicadas a la calefacción, refrigeración... Ejemplo: Tecno-clima
Acabado y decoración	698	Empresas dedicadas a la decoración. Ejemplo: Badacolor
Técnica artística. Artesanía	7.02	Empresas dedicadas a la artesanía. Ejemplo: Artesanía de Extremadura
Fotografía y procesos similares	77	Empresas de fotografía. Ejemplo: Fotografía Regidor
Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes	79	Se agrupan las empresas del sector
Entretenimientos públicos. Espectáculos	791	Empresas dedicadas a los espectáculos y eventos públicos. Ejemplo: Sala Tragaluz
Deportes. Juegos deportivos	796	Empresas dedicadas al material deportivo y ocio. Ejemplo: Juguetería Mico
Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países	91	Empresas de cartografía. Ejemplo: Fotogramex

Tabla V-3. Clasificación mediante CDU de sectores y subsectores

V.2.3. ESTUDIO DE PARÁMETROS AÑO 2006

V.2.3.1 Análisis de características

Una vez seleccionado el material de estudio, y clasificadas las páginas webs comerciales según la CDU desde el año 2003, se procede al análisis cualitativo de las recuperadas durante el año 2006. Para analizar estas páginas se desarrolla una metodología basada en el análisis de características; para ello se elabora una tabla donde se señalan los parámetros más demandados en una buena página web comercial.

La metodología utilizada es resultado del estudio de los métodos existentes para el análisis de web comerciales. Concretamente se parte de los trabajos de Charles Openheim y Louise Ward (Openheim, 2006) y Rian Van der Merwe y James Bekker (Merwe, 2003) para seleccionar las características que se adaptan a las web comerciales extremeñas. Los parámetros se seleccionan en función de la presencia de esa característica en las tiendas on line analizadas. En la tabla siguiente se muestran los parámetros seleccionados que se han utilizado en este trabajo. En la primera columna se encuentran los criterios que engloban a las características de la segunda columna y en la tercera columna se expone una descripción de cada característica, es decir aquello que se ha tenido en cuenta para evaluar dicha característica.

CRITERIO	CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN	Información clara	Claridad en la información, objetivos definidos y organigrama.
SEGURIDAD Y CONFIANZA	Correo electrónico	Correo electrónico en la página principal
	Mapa de localización	Mapas en los que se indique dónde se encuentra físicamente la empresa y cómo llegar hasta ella.
	Logo o distintivo	Logotipo de la empresa en la página principal o bien en todas las páginas a las que accedemos.
ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN	Colores asociados	Colores más abundantes en la página, colores de fondo, letras de la página. Anotando aquel que sea el predominante.
	Fotos, dibujos, animación	F= Fotos, F+A= Fotos y Animaciones, F+A+M= Fotos, animaciones y música.
ACCESO	Idiomas	Número de idiomas en el que se puede visualizar la página.
	Buscador	Buscador de la página en el que poder localizar productos en la misma web o buscadores externos a la página, como "Google" ó "Altavista" entre otros.
ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN	Información estructurada	Menú de acceso a la información y localización del mismo.
	Información adicional	Información de otro tema diferente al de la página.

CRITERIO	CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
	Enlace a páginas relacionadas	Enlaces a páginas del mismo sector, con los mismos productos, de la misma empresa, socios, etc.
COMERCIALES	Catálogo de productos	Enlace específico que de acceso a los productos.
	Fotos de productos	Fotografía del producto, ya sea acompañando al nombre del producto o todos juntos.
	Precio	Precio del producto, en cualquier moneda que se presente.
	Datos de presentación del producto	Peso, tamaño, dimensiones, envase y otras características del producto.
	Información, presentación del producto	Información como olor, sabor u otra información que no haya aparecido en los datos de presentación del producto.
SEGURIDAD Y CONFIANZA	Sello o certificación	Sello o certificado de alguna empresa (ISO, AENOR...).
ACCESO	Facilita datos para contactar	Enlace "Contactar" o "Contacto", ya sea con venta directa o sin venta.
VENTA	Formulario de petición	Formulario de información cuando lo que podemos pedir es información de algún producto, forma de envío, etc Formulario de contacto , consiste en un formulario a través del cual se pide contactar con los responsables de la página sin pedir información.
	Venta directa o indirecta	Páginas comerciales, de venta directa o indirecta. Se considera venta directa cuando desde el ordenador (apretando una tecla) se puede realizar la operación de comprar el producto y éste es enviado donde el usuario lo solicite, mientras que indirecta se remite al comprador a algún centro comercial (sólo accede a la información sobre el producto pero no puede comprarlo).
	Pago en la venta directa	Tarjeta, ingreso bancario, transferencia, contrareembolso u otro medio.
	Envío en la venta	Mensajería, transporte, e-mail o

CRITERIO	CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
	directa	teléfono.

Tabla V-4. Tabla de características estudiadas en las páginas web comerciales

V.2.3.2 Análisis estadístico

La estadística de forma general (Amón, 1995) se define como la ciencia que recoge, ordena y analiza los datos de una muestra, extraída de cierta población, y que, a partir de esa muestra, valiéndose del cálculo de probabilidades, se encarga de hacer inferencias acerca de la población. Ésta se divide en estadística descriptiva e inferencial.

La estadística descriptiva es la recogida, ordenación y análisis de datos de una muestra, y proporciona un amplio conjunto de métodos gráficos y analíticos (Peralta, 2000) que tienen por finalidad organizar, sintetizar y describir toda la información recogida en un conjunto de observación. Este tipo de estadística es la utilizada para estudiar y analizar los datos del año 2006.

V.2.4. EVOLUCIÓN CUANTITATIVA: 2003-2007-2011

Se establecen tres fechas de estudio (2003, 2007, 2011) con un intervalo de 4 años entre ellos. Tras la recuperación, clasificación, y estudio cuantitativo basado en la metodología expuesta anteriormente, se realizan las tablas y gráficos comparativos mostrados en el apartado de resultados.

Durante todo el proceso de elaboración de esta tesis se han seleccionado, recogido y estudiado diversas fuentes de información sobre el tema, recuperándose numerosas referencias reseñadas en el apartado de Bibliografía. Tanto para la citación en el desarrollo de la tesis como en el registro de la bibliografía se ha seguido la norma ISO 690. Las citas literales van entre comillas y los conceptos en cursiva.

RESULTADOS

En el siguiente epígrafe se desarrollan los resultados obtenidos tras la búsqueda, clasificación, adaptación a la Clasificación Decimal Universal de los datos y comparación de los mismos a lo largo de los años 2003-2007 y 2011.

VI. RESULTADOS

En la Tabla VI-1 se detalla la evolución cuantitativa del número de empresas extremeñas en Red durante el período 2003 a 2007.

A continuación se realiza un análisis de parámetros en el año 2006. En primer lugar se expone un análisis de sectores por provincias, seguido de un análisis de características aplicando la Tabla V-4 y por último un estudio estadístico.

Seguidamente se presenta la evolución cuantitativa total del número de empresas extremeñas localizadas en la Red en el período 2003,2007 y 2011, reflejando la evolución en dos gráficas (Gráfico VI-2 y Gráfico VI-3), una por sectores y otra por número total de empresas en línea.

Por último se muestra la evolución cuantitativa, desglosada por sectores y subsectores, en los años 2003, 2007 y 2011 a través de gráficos.

VI.1. EVOLUCION CUANTITATIVA DE EMPRESAS EXTREMEÑAS EN RED: 2003-2007

En la siguiente tabla se detalla la evolución cuantitativa del número de empresas extremeñas en Red durante el período 2003 a 2007. En la primera columna se presenta el nombre del sector, en la segunda columna el número de CDU correspondiente a éste y en las columnas siguientes el año estudiado con el número de empresas localizadas de cada sector.

SECTOR	CDU	2003	2004	2005	2006	2007
Ciencia y tecnología de los ordenadores. Informática	004	10	60	110	67	67
Lectura	028	34	37	23	11	11
Comercio del suelo, comercio inmobiliario	332.7	79	93	86	33	33
Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa	336	101	142	125	28	28
Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental	364.444	0	7	5	0	0
Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos	368	78	135	120	76	76
Clases de empresas de seguros	368.03	60	119	102	48	48
Seguros de objetos materiales en general.						
Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño	368.1	18	16	18	28	28
Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre	37	74	78	48	36	36
Tiempo libre. Ocio	379.8	616	817	664	574	574
Estancias en hoteles, moteles	379.832	430	479	415	366	366
Estancia en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc	379.834	133	266	189	184	184

SECTOR	CDU	2003	2004	2005	2006	2007
Acampada en tiendas, en caravanas, en camping	379.837	28	33	26	12	12
Viajes de placer. Turismo	379.85	25	39	34	12	12
Fiestas nacionales. Festejos populares	394.2	4	14	13	8	8
Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente	504.06	8	10	10	7	7
Química. Cristalografía. Ciencias Mineralógicas	54	9	7	6	1	1
Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos	613.2	237	274	287	147	147
Alimentos de origen animal	613.28	56	70	70	46	46
Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales	613.29	122	104	115	33	33
Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida	613.3	25	39	40	36	36
Aceites, grasas y ceras vegetales. Fosfátidos vegetales: Aceite de oliva	665.3:665.327	34	61	62	32	32
Higiene y salud pública. Prevención de accidentes	614	52	72	72	31	31
Farmacia general y profesional	615.1	0	8	4	7	7
Ingeniería. Tecnología en general	62	154	214	141	62	62
Economía de la energía en general	620.9	20	19	17	15	15
Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria	621	76	112	73	16	16
Ingeniería eléctrica.	621.3	40	60	37	25	25

SECTOR	CDU	2003	2004	2005	2006	2007
Electrotecnia						
Máquinas eléctricas	621.313	18	23	14	6	6
Ingeniería de los vehículos de transporte	629	92	141	86	45	45
Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos	629.083	40	59	38	18	18
Repuestos. Distribución. Control de existencias	629.084	18	27	13	7	7
Ventas	629.33:64.069	34	55	35	20	20
Agricultura en general	631	146	180	114	45	45
Gestión y organización de las explotaciones agrarias	631.1	73	90	57	21	21
Maquinaria agrícola.						
Máquinas y utensilios agrícolas	631.3	45	60	37	14	14
Plantas de jardín. Jardinería	635	28	30	20	10	10
Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos	636	40	62	38	17	17
Cría de animales para la alimentación humana.						
Animales de granja en general	636.03	31	47	27	11	11
Cuestiones generales de la cría de animales	636.08	9	15	11	6	6
Empresas de hostelería y restauración	640.4	130	166	165	48	48
El mobiliario y accesorios	645	95	112	75	38	38
Vestido. Cuidados corporales	646	54	61	65	20	20
Cuidado y protección de los vestidos	646.6	30	37	44	8	8
Cuidados corporales.						
Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse	646.7	24	24	21	12	12
Organización de oficinas.	651: 648	112	135	94	48	48

SECTOR	CDU	2003	2004	2005	2006	2007
Técnicas de trabajo en las oficinas: Lavandería. Limpieza						
Telecomunicaciones y telecontrol	654	18	25	15	10	10
Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros						
Empresas de expedición. Agencias de transportes	655	41	63	31	22	22
Empresas de expedición. Agencias de transportes	656.96	7	7	7	0	0
Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas						
Publicidad y propaganda	659	106	192	69	32	32
Medios publicitarios visuales / medios acústicos de publicidad	659.1	31	37	33	15	15
Información para el gran público. Medios de comunicación de masas	659.13/.14	25	31	36	17	17
Información para el gran público. Medios de comunicación de masas	659.3	50	124	0	0	0
Madera e industria de la madera	674	118	53	28	20	20
Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos						
Mecanismos e instrumentos de precisión	678	5	8	6	4	4
Ferretería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de hierro. Lampistería. Calentadores						
Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas	681	20	25	0	6	6
Industria del vestido. Confección de ropa.	683	19	21	15	6	6
Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas	685.34	29	42	30	13	13
Industria del vestido. Confección de ropa.	687	76	85	57	9	9

SECTOR	CDU	2003	2004	2005	2006	2007
Artículos de tocador						
Artículos de fantasía.						
Juguetes. Artículos de decoración	688	6	13	13	3	3
Fabricantes	62/69	47	61	54	22	22
Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción	69	190	247	184	132	132
Materiales y elementos de construcción	691	80	96	75	47	47
Equipos, instalaciones y servicios en edificios.						
Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas. Otros oficios	696	67	97	67	56	56
Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios	697	25	36	27	21	21
Acabado y decoración	698	18	18	15	8	8
Técnica artística. Artesanía	7.02	42	62	37	28	28
Fotografía y procesos similares	77	10	18	11	10	10
Diversiones.						
Espectáculos. Juegos. Deportes	79	65	100	59	42	42
Entretenimientos públicos. Espectáculos	791	25	37	26	22	22
Deportes. Juegos deportivos. Gimnasia. Ejercicios físicos	796	40	63	33	20	20
Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países	91	0	0	0	1	1
TOTAL		2924	3847	2967	1709	1709

Tabla VI-1. Evolución cuantitativa de empresas extremeñas en Red: 2003-2007

VI.2. ANÁLISIS DE PARÁMETROS AÑO 2006

VI.2.1. Sectores por provincias

En la siguiente tabla se expone el número de empresas por provincias y sectores analizadas en el año 2006 (Anexo II). En la primera columna se presenta el nombre del sector, en la segunda columna el número de CDU correspondiente a éste, en la tercera columna el número de empresas junto al porcentaje sobre el total de empresas del sector, que pertenecen a Badajoz y en la cuarta columna el número de empresas junto al porcentaje sobre el total de empresas del sector, que pertenecen a Cáceres.

SECTOR	CDU	Badajoz	Cáceres
Ciencia y Tecnología de los ordenadores. Informática	004	43 (64%)	24 (36%)
Lectura	028	4 (14%)	7 (86%)
Comercio del suelo. Comercio inmobiliario	332.7	21 (64%)	12 (36%)
Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa	336	16 (57%)	12(43%)
Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental.	364.444	0 (0%)	0 (0%)
Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos	368	43 (57%)	33 (43%)
Educación. Enseñanzas. Formación. Tiempo libre	37	15 (42%)	21 (57%)
Tiempo libre. Ocio	379.8	164 (29%)	410 (71%)
Fiestas nacionales. Festejos populares	394.2	4 (50%)	4 (50%)
Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente	504.06	4 (57%)	3 (43%)
Química	54	1 (100%)	0 (0%)
Dietética. Principios	613.2	82 (56%)	65 (44%)

SECTOR	CDU	Badajoz	Cáceres
nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos.			
Higiene y salud pública. Prevención de accidentes	614	17 (55%)	14 (45%)
Farmacia general y profesional	615.1	2 (29%)	5 (71%)
Ingeniería. Tecnología en general	62	31 (50%)	31 (50%)
Ingeniería de los vehículos de transporte	629	30 (67%)	15 (33%)
Agricultura en general	631	23 (51%)	22 (49%)
Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos	636	6 (86%)	11 (14%)
Empresas de hostelería y restauración	640.4	15 (31%)	33 (69%)
El mobiliario y accesorios	645	22 (58%)	16 (42%)
Vestido. Cuidados corporales	646	7 (35%)	13 (65%)
Organización de oficinas. Limpieza	651:648	19 (40%)	29 (60%)
Telecomunicaciones y telecontrol	654	6 (60%)	4 (40%)
Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros	655	13 (59%)	9 (41%)
Empresas de expedición. Agencias de transportes	656.96	0 (0%)	0 (0%)
Publicidad y propaganda. Información Relaciones públicas	659	16 (50%)	16 (50%)
Madera e industria de la madera	674	9 (43%)	12 (57%)
Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos	678	3 (75%)	1 (25%)

SECTOR	CDU	Badajoz	Cáceres
Mecanismos e instrumentos de precisión	681	3 (50%)	3 (50%)
Ferretería. Herrajes. Cerrajería.	683	2 (33%)	4 (67%)
Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas	685.34	5 (38%)	8 (62%)
Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador	687	2 (22%)	7 (78%)
Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración	688	0 (0%)	3 (100%)
Fabricantes	62/69	9 (41%)	13 (59%)
Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción	69	59 (45%)	73 (55%)
Técnica artística. Artesanía	7.02	10 (36%)	18 (64%)
Fotografía y procesos similares	77	5 (50%)	5 (50%)
Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes	79	20 (48%)	22 (52%)
Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países	91	1 (100%)	0 (0%)
TOTAL		731 (43%)	978 (57%)

Tabla VI-2. Sectores por provincias

VI.2.2. Análisis de características

A continuación se presenta la Tabla VI-3, en la que se resumen los datos obtenidos del estudio de las características realizado en el año 2006 (Anexo II). En la columna de la izquierda se exponen las diferentes características analizadas y a la derecha el número total de websites junto con el porcentaje sobre el total de páginas estudiadas.

CARACTERÍSTICAS

n=1649

Información clara	Sí	1433 (72%)				No	216 (28%)			
E-mail	Sí	639 (39%)				No	1010 (61%)			
Mapa de localización	Sí	534 (39%)				No	1115 (61%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	496 (30%)			779 (47%)			374 (23%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	645(39%)	376(23%)	213(13%)	47(3%)	85(5%)	55(3%)	81(5%)	53(3%)	94(6%)	
Fotos, dibujos	F		F+A			F+A+M		No tienen		
	724 (44%)		366 (22%)			132 (8%)		427(26%)		
Idiomas	1		2			3		4 ó más		
	1460 (89%)		95 (6%)			36 (2%)		58 (3%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	68 (4%)			15 (1%)			1566 (95%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	338(20%)	112(7%)	407(25%)	52 (3%)	58 (4%)	682(41%)				
Inf. Adicional	Sí	495 (32%)				No	1154 (68%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	243 (15%)				No	1406 (85%)			
Catálogo productos	Sí	1447 (88%)				No	202 (12%)			
Fotos productos	Sí	962 (58%)				No	687 (42%)			
Precio	Sí	688 (42%)				No	961 (58%)			
Datos presentación	Sí	801 (49%)				No	848 (51%)			
Inf./descripción	Sí	755 (46%)				No	894 (54%)			
Sello o certificación	Sí	174 (11%)				No	1475 (89%)			
Datos contacto	Sí	1537 (93%)				No	113 (7%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	245 (15%)			173 (10%)			1231 (75%)			
Venta directa	Sí	193 (12%)				No	1456 (88%)			
Pago en la	Tarjeta	Ingreso		Contrareem		Otro		No		

venta			bolso		especifica
	27 (14%)	20 (11%)	37 (19%)	16 (8%)	92 (48%)
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No específica
	34 (18%)	14 (7%)	36 (19%)	21 (11%)	85 (45%)

Tabla VI-3. Tabla-análisis de características

VI.2.3. Análisis estadístico

En la Tabla VI-4 se muestra la tabla de frecuencias de los datos del estudio. La primera columna contiene el nombre del sector estudiado; la segunda columna el número de websites recuperados en el año 2006 de cada sector; la tercera columna contiene la frecuencia absoluta (fi), es decir el número de características positivas¹ que presenta el sector; en la cuarta columna se presenta la frecuencia relativa (ni), en la quinta columna se expone la frecuencia acumulada (Fi) y en la sexta columna se presenta el acumulado de la frecuencia relativa (Ni).

SECTOR	Nº empresas	fi	ni	Fi	Ni
Ciencia y Tecnología de los ordenadores. Informática	67	342	0,035	342	0,035
Lectura	11	68	0,007	410	0,042
Comercio del suelo. Comercio inmobiliario	33	223	0,023	633	0,064
Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa	28	168	0,017	801	0,081
Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental.	0	0	0,000	801	0,081
Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos	76	467	0,047	1268	0,129
Educación. Enseñanzas. Formación. Tiempo libre	36	259	0,026	1527	0,155
Tiempo libre. Ocio	574	3622	0,368	5149	0,524
Fiestas nacionales. Festejos	8	47	0,005	5196	0,528

¹ El número máximo de características positivas que puede presentar cada website analizado es de 13

SECTOR	Nº empresas	fi	ni	Fi	Ni
populares					
Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente	7	44	0,004	5240	0,533
Química	1	9	0,001	5249	0,534
Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos.	147	1005	0,102	6254	0,636
Higiene y salud pública. Prevención de accidentes	31	157	0,016	6411	0,652
Farmacia general y profesional	7	27	0,003	6438	0,655
Ingeniería. Tecnología en general	62	318	0,032	6756	0,687
Ingeniería de los vehículos de transporte	45	278	0,028	7034	0,715
Agricultura en general	45	234	0,024	7268	0,739
Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos	17	99	0,010	7367	0,749
Empresas de hostelería y restauración	48	195	0,020	7562	0,769
El mobiliario y accesorios	38	179	0,018	7741	0,787
Vestido. Cuidados corporales	20	80	0,008	7821	0,795
Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: limpieza	48	246	0,025	8067	0,820
Telecomunicaciones y telecontrol	10	64	0,007	8131	0,827
Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros	22	116	0,012	8247	0,839
Empresas de expedición. Agencias de transportes	0	0	0,000	8247	0,839
Publicidad y propaganda.	32	181	0,018	8428	0,857

SECTOR	Nº empresas	fi	ni	Fi	Ni
Información Relaciones públicas					
Madera e industria de la madera	20	81	0,008	8509	0,865
Industria de materiales macromoleculares.	4	26	0,003	8535	0,868
Industria del caucho.					
Industria de los plásticos					
Mecanismos e instrumentos de precisión	6	37	0,004	8572	0,872
Ferretería. Herrajes. Cerrajería.	6	42	0,004	8614	0,876
Industria del calzado.					
Fabricación de zapatos y botas	13	65	0,007	8679	0,883
Industria del vestido.					
Confección de ropa.	9	25	0,003	8704	0,885
Artículos de tocador					
Artículos de fantasía.					
Juguetes. Artículos de decoración	3	24	0,002	8728	0,888
Fabricantes	22	50	0,005	8778	0,893
Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción	132	624	0,063	9402	0,956
Técnica artística. Artesanía	28	130	0,013	9532	0,969
Fotografía y procesos similares	10	40	0,004	9572	0,973
Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes	42	255	0,026	9827	0,999
Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países	1	7	0,001	9834	1,000
TOTAL	1709	9834	1		

Tabla VI-4. Tabla de frecuencias

Al realizar el análisis estadístico del número de características por sector, se obtienen los siguientes parámetros:

MEDIDA	VALOR
Valor mínimo	7 (descartando el 0)
Valor máximo	3622
Media	252,15
Desviación estándar	593,20
Mediana	99,00

Tabla VI-5. Tabla-resultado del análisis estadístico

En la Tabla VI-6. Tabla-análisis de características totales / posibles, se expone en la primera columna el nombre del sector estudiado, en la segunda columna el número de websites recuperados en el año 2006 de cada sector, en la tercera el número de características positivas que tiene cada sector, en la cuarta las características posibles de cada sector y por último, en la quinta columna la diferencia entre las características posibles y las que posee cada sector.

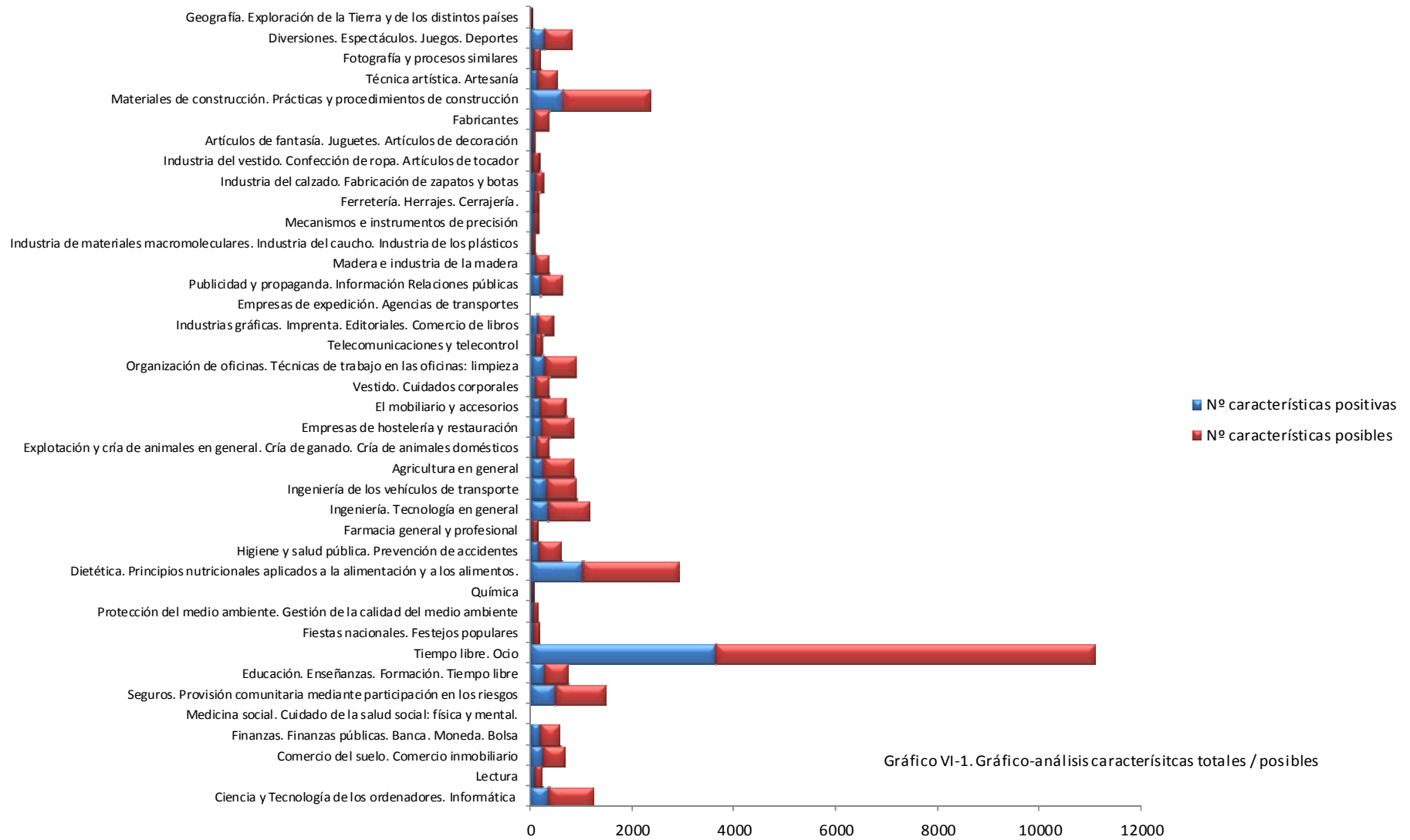
SECTOR	Nº empresas (n)	Nº caract. totales	Nº caract. posibles (n*13)	Diferencia de caract.
Ciencia y Tecnología de los ordenadores. Informática	67	342	871	529
Lectura	11	68	143	75
Comercio del suelo. Comercio inmobiliario	33	223	429	206
Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa	28	168	364	196
Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental.	0	0	0	0
Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos	76	467	988	521
Educación. Enseñanzas. Formación. Tiempo libre	36	259	468	209
Tiempo libre. Ocio	574	3622	7462	3840

SECTOR	Nº empresas (n)	Nº caract. totales	Nº caract. posibles (n*13)	Diferencia de caract.
Fiestas nacionales. Festejos populares	8	47	104	57
Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente	7	44	91	47
Química	1	9	13	4
Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos.	147	1005	1911	906
Higiene y salud pública. Prevención de accidentes	31	157	403	246
Farmacia general y profesional	7	27	91	64
Ingeniería. Tecnología en general	62	318	806	488
Ingeniería de los vehículos de transporte	45	278	585	307
Agricultura en general	45	234	585	351
Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos	17	99	221	122
Empresas de hostelería y restauración	48	195	624	429
El mobiliario y accesorios	38	179	494	315
Vestido. Cuidados corporales	20	80	260	180
Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: limpieza	48	246	624	378
Telecomunicaciones y telecontrol	10	64	130	66
Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros	22	116	286	170
Empresas de expedición. Agencias de transportes	0	0	0	0
Publicidad y propaganda. Información Relaciones públicas	32	181	416	235
Madera e industria de la madera	20	81	260	179
Industria de materiales macromoleculares. Industria del	4	26	52	26

SECTOR	Nº empresas (n)	Nº caract. totales	Nº caract. posibles (n*13)	Diferencia de caract.
caucho. Industria de los plásticos				
Mecanismos e instrumentos de precisión	6	37	78	41
Ferretería. Herrajes. Cerrajería.	6	42	78	36
Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas	13	65	169	104
Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador	9	25	117	92
Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración	3	24	39	15
Fabricantes	22	50	286	236
Materiales de construcción.				
Prácticas y procedimientos de construcción	132	624	1716	1092
Técnica artística. Artesanía	28	130	364	234
Fotografía y procesos similares	10	40	130	90
Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes	42	255	546	291
Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países	1	7	13	6
TOTAL	1709	9834		

Tabla VI-6. Tabla-análisis de características totales / posibles

En el siguiente gráfico se presenta el número de características positivas que presenta cada sector frente al número de características posibles.



VI.3. EVOLUCION CUANTITATIVA DE EMPRESAS EXTREMEÑAS EN RED: 2003-2007-2011

En la siguiente tabla se detalla la evolución cuantitativa del número de empresas extremeñas en Red durante el período 2003-2007-2011. En la primera columna se presenta el nombre del sector, en la segunda columna el número de CDU correspondiente a éste y en las columnas siguientes el año estudiado con el número de empresas localizadas de cada sector.

SECTOR	CDU	2003	2007	2011
Ciencia y tecnología de los ordenadores. Informática	004	10	67	92
Lectura	028	34	11	2
Comercio del suelo, comercio inmobiliario	332.7	79	33	71
Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa	336	101	28	19
Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental	364.444	0	0	77
Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos	368	78	76	133
Clases de empresas de seguros	368.03	60	48	102
Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño	368.1	18	28	31
Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre	37	74	36	45
Tiempo libre. Ocio	379.8	616	574	611
Estancia en hoteles, moteles	379.832	430	366	392
Estancia en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc.	379.834	133	184	168
Acampada en tiendas, en caravanas, en camping	379.837	28	12	21
Viajes de placer. Turismo	379.85	25	12	30
Fiestas nacionales. Festejos	394.2	4	8	0

SECTOR	CDU	2003	2007	2011
populares				
Protección del medio ambiente.				
Gestión de la calidad del medio ambiente	504.06	8	7	23
Química. Cristalografía. Ciencias Mineralógicas				
Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos	613.2	237	147	337
Alimentos de origen animal	613.28	56	46	91
Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales	613.29	122	33	150
Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida	613.3	25	36	70
Aceites, grasas y ceras vegetales. Fosfátidos vegetales: Aceite de oliva	665.3:665.327	34	32	26
Higiene y salud pública. Prevención de accidentes				
Farmacia general y profesional	614	52	31	14
Ingeniería. Tecnología en general				
Economía de la energía en general	62	154	62	98
Economía de la energía en general	620.9	20	15	11
Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria	621	76	16	6
Ingeniería eléctrica. Electrotecnia	621.3	40	25	54
Máquinas eléctricas	621.313	18	6	27
Ingeniería de los vehículos de transporte				
Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos	629	92	45	105
Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos	629.083	40	18	51
Repuestos. Distribución. Control de existencias	629.084	18	7	29
Ventas	629.33:64.069	34	20	25
Agricultura en general				
Gestión y organización de las explotaciones agrarias	631	146	45	74
Gestión y organización de las explotaciones agrarias	631.1	73	21	23
Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas	631.3	45	14	37

SECTOR	CDU	2003	2007	2011
Plantas de jardín. Jardinería	635	28	10	14
Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos	636	40	17	28
Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general.	636.03	31	11	20
Cuestiones generales de la cría de animales	636.08	9	6	8
Empresas de hostelería y restauración	640.4	130	48	54
El mobiliario y accesorios	645	95	38	5
Vestido. Cuidados corporales	646	54	20	34
Cuidado y protección de los vestidos	646.6	30	8	16
Cuidados corporales. . Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse.	646.7	24	12	18
Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: Lavandería. Limpieza	651:648	112	48	22
Telecomunicaciones y telecontrol	654	18	10	87
Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros	655	41	22	38
Empresas de expedición. Agencias de transportes	656.96	7	0	56
Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas	659	106	32	13
Publicidad y propaganda	659.1	31	15	11
Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad	659.13/.14	25	17	2
Información para el gran público. Medios de comunicación de masas	659.3	50	0	0
Madera e industria de la madera	674	118	20	39
Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos	678	5	4	78
Mecanismos e instrumentos de precisión	681	20	6	7
Ferretería. Herrajes. Cerrajería.	683	19	6	36

SECTOR	CDU	2003	2007	2011
Botellas de hierro. Lampistería.				
Calentadores				
Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas	685.34	29	13	0
Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador	687	76	9	19
Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración	688	6	3	17
Fabricantes	62/69	47	22	21
Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción	69	190	132	348
Materiales y elementos de construcción	691	80	47	189
Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas. Otros oficios	696	67	56	87
Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios	697	25	21	58
Acabado y decoración	698	18	8	14
Técnica artística. Artesanía	7.02	42	28	25
Fotografía y procesos similares	77	10	10	15
Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes	79	65	42	55
Entretenimientos públicos. Espectáculos	791	25	22	50
Deportes. Juegos deportivos	796	40	20	5
Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países	91	0	1	4
TOTAL		2924	1709	2807

Tabla VI-7. Evolución cuantitativa de empresas extremeñas en Red: 2003-2007-2011

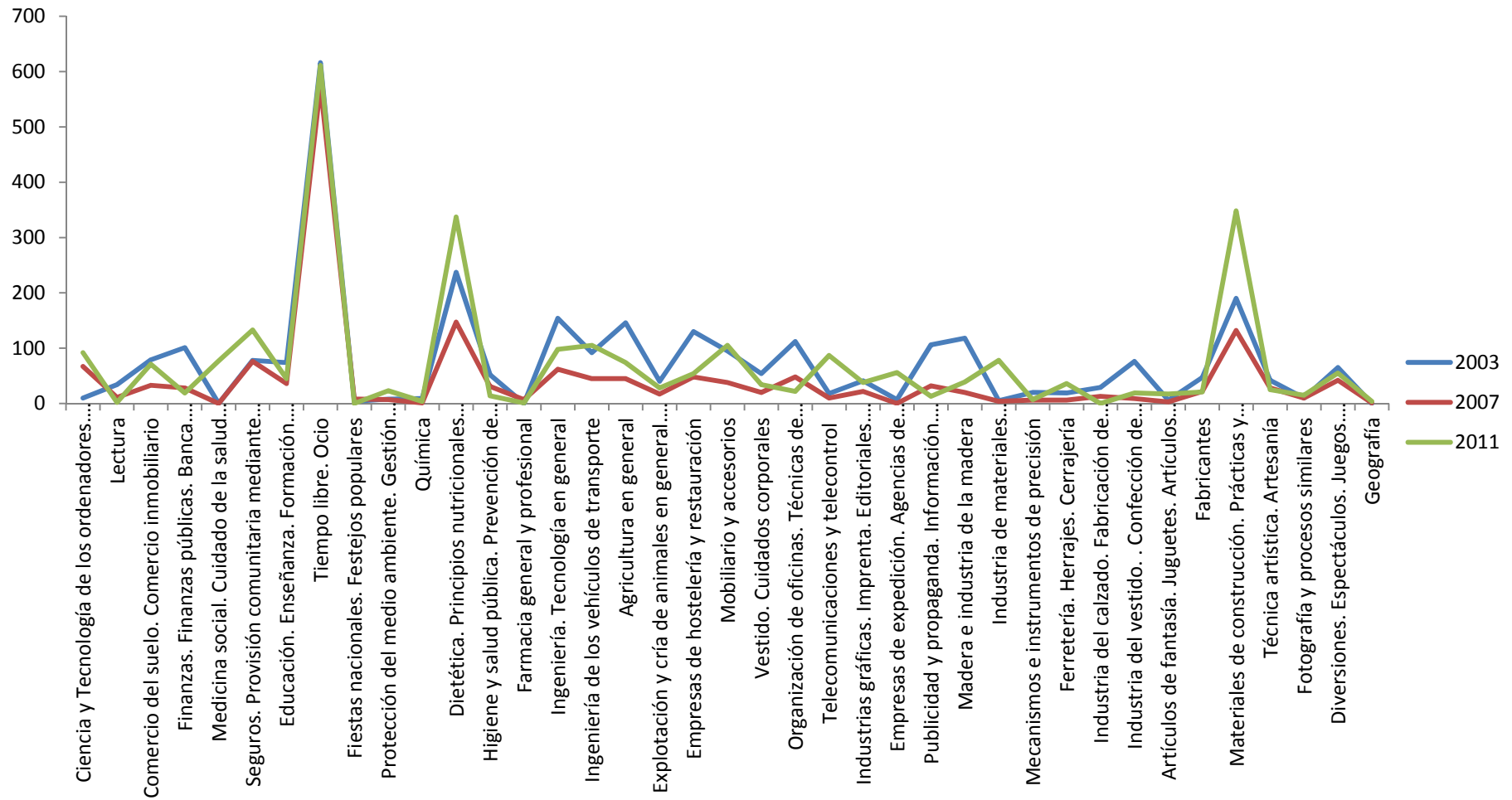


Gráfico VI-2. Evolución cuantitativa por sectores de empresas extremeñas en Red: 2003-2007-2011

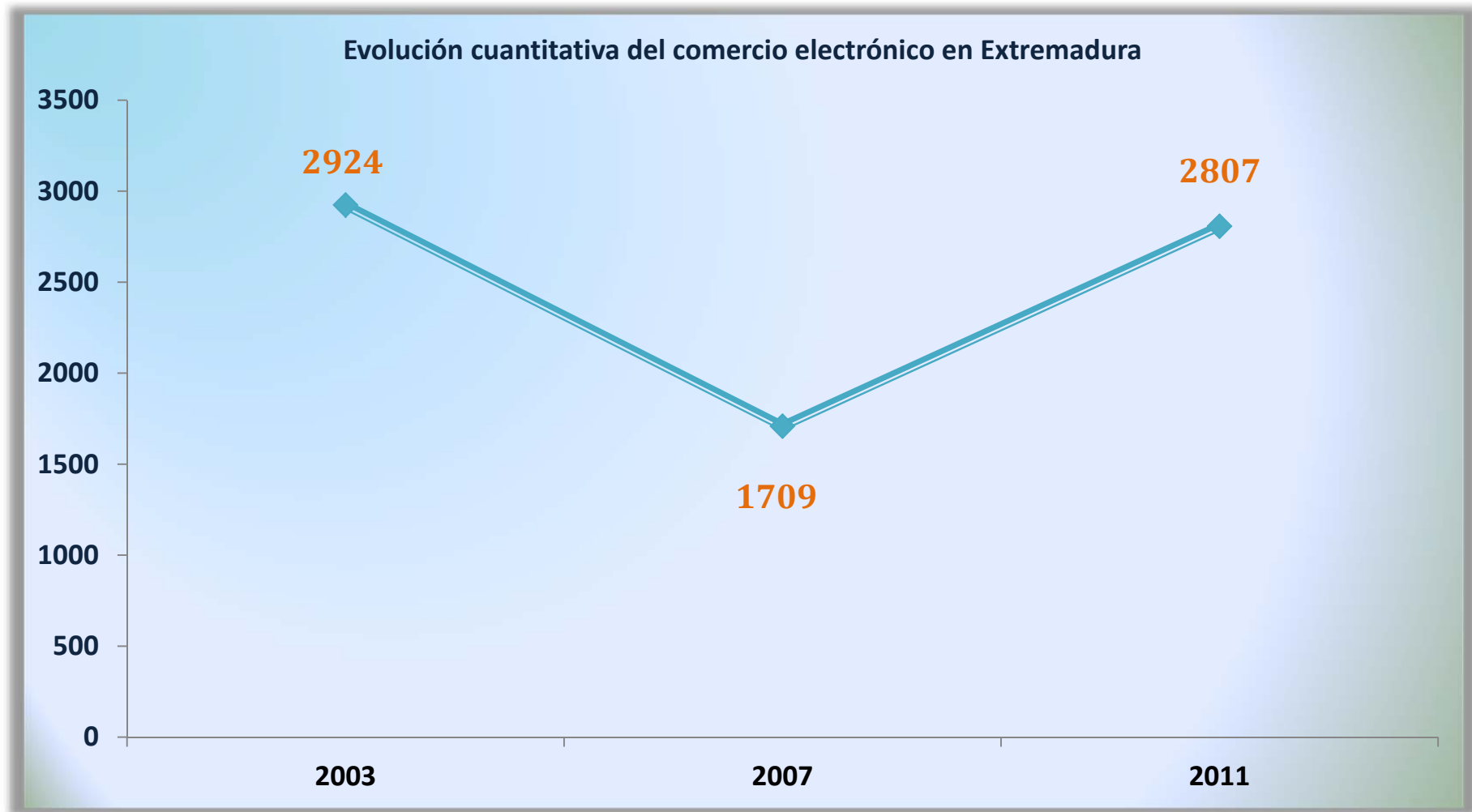


Gráfico VI-3. Evolución cuantitativa total de empresas extremeñas en Red: 2003-2007-2011

VI.4. EVOLUCION CUANTITATIVA POR SECTORES Y SUBSECTORES: 2003-2007-2011

De manera gráfica se expone la evolución cuantitativa por sectores y subsectores de las páginas existentes en la Red en los años 2003, 2007 y 2011.

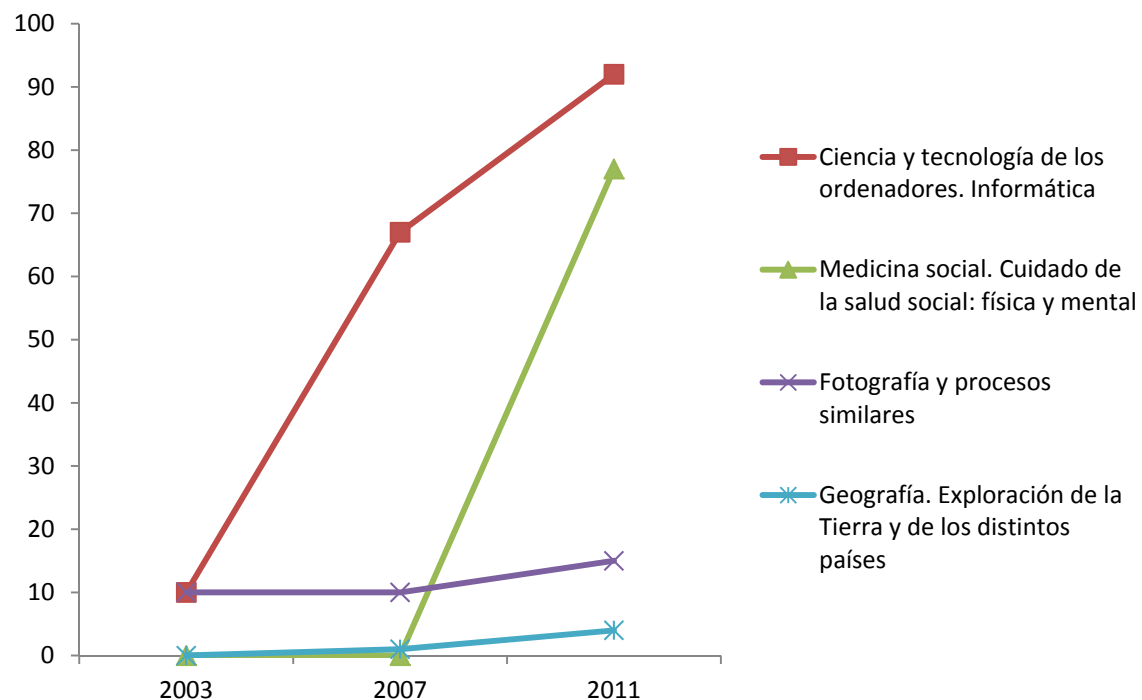
VI.4.1. SECTORES QUE AUMENTAN

Gráfico VI-4. Sectores que aumentan

VI.4.2. SUBSECTORES QUE AUMENTAN

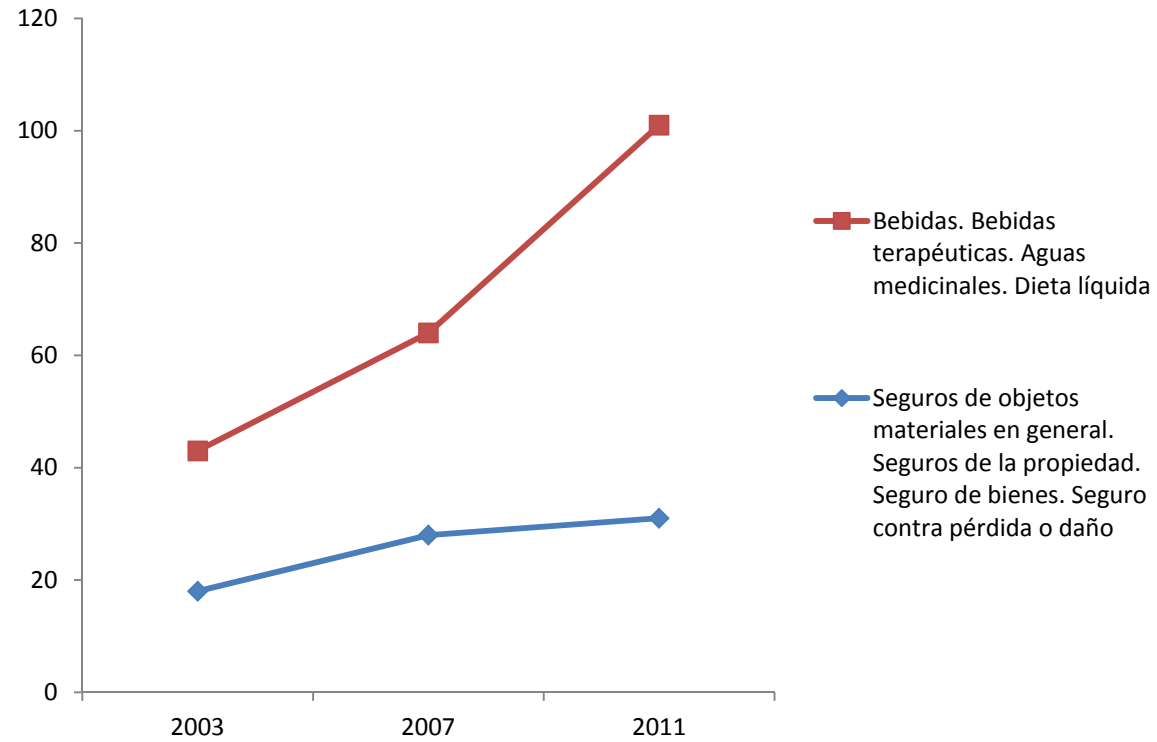


Gráfico VI-5. Subsectores que aumentan

VI.4.3. SECTORES QUE DISMINUYEN

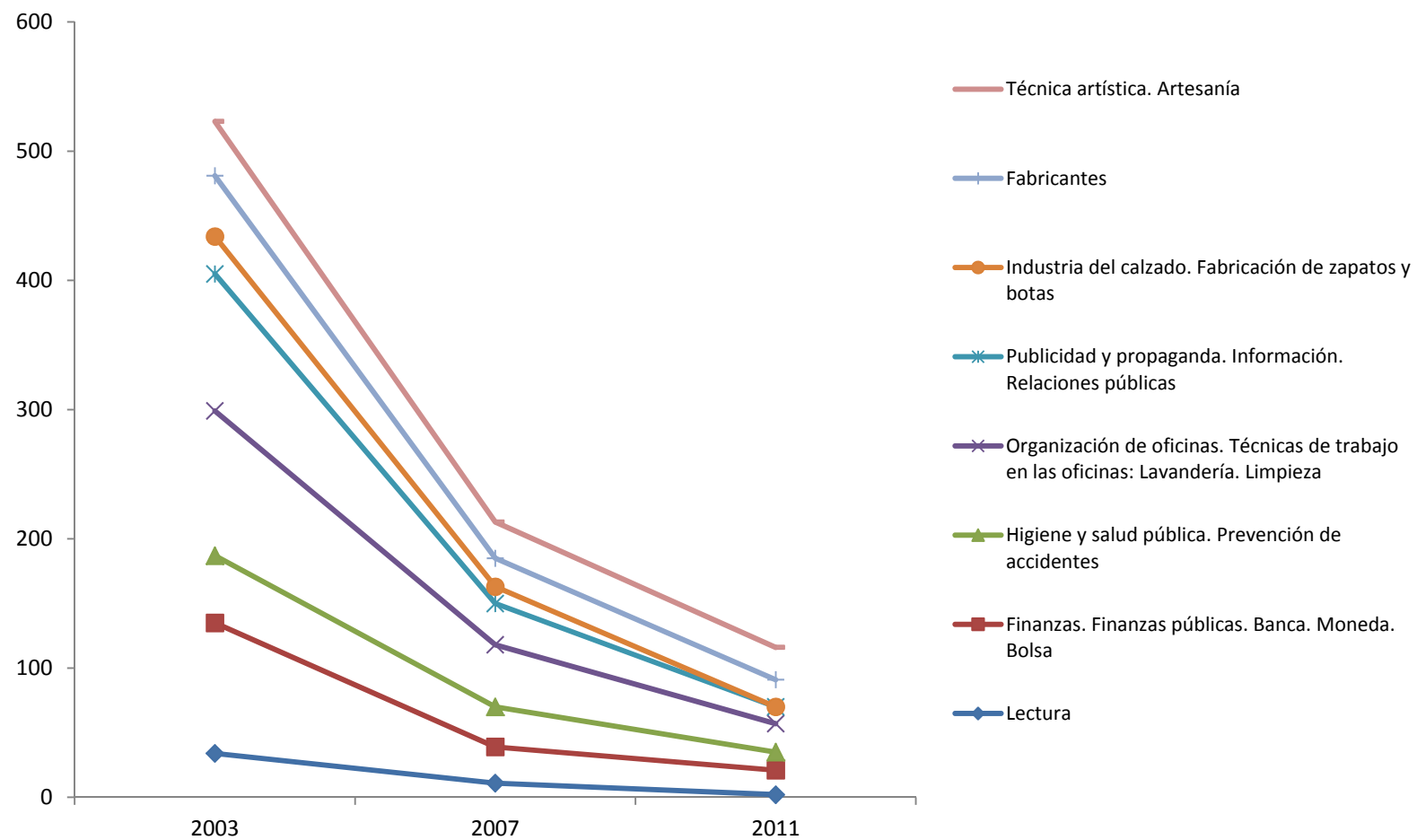


Gráfico VI-6. Sectores que disminuyen

VI.4.4. SUBSECTORES QUE DISMINUYEN

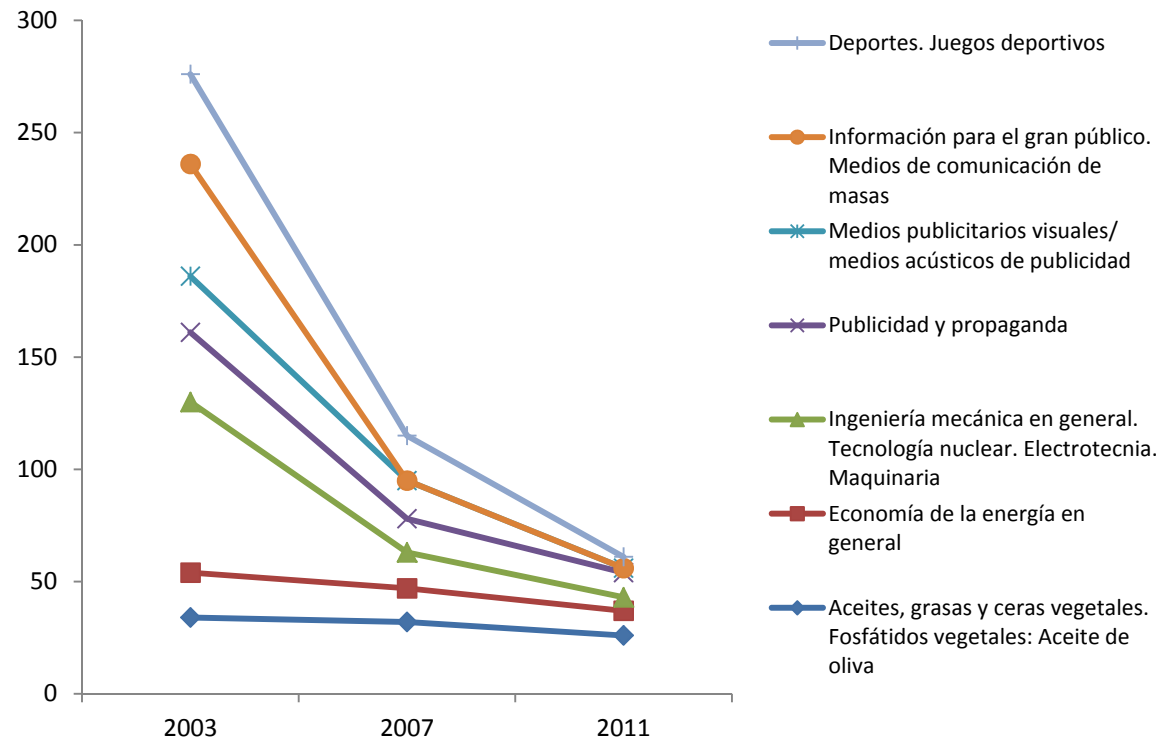


Gráfico VI-7. Subsectores que disminuyen

VI.4.5. SECTORES EN “V”

Los sectores en “V” son aquellos que comienzan el año 2003 con un número bastante alto de empresas en línea pero en el año 2007 bajan, recuperándose en 2011.

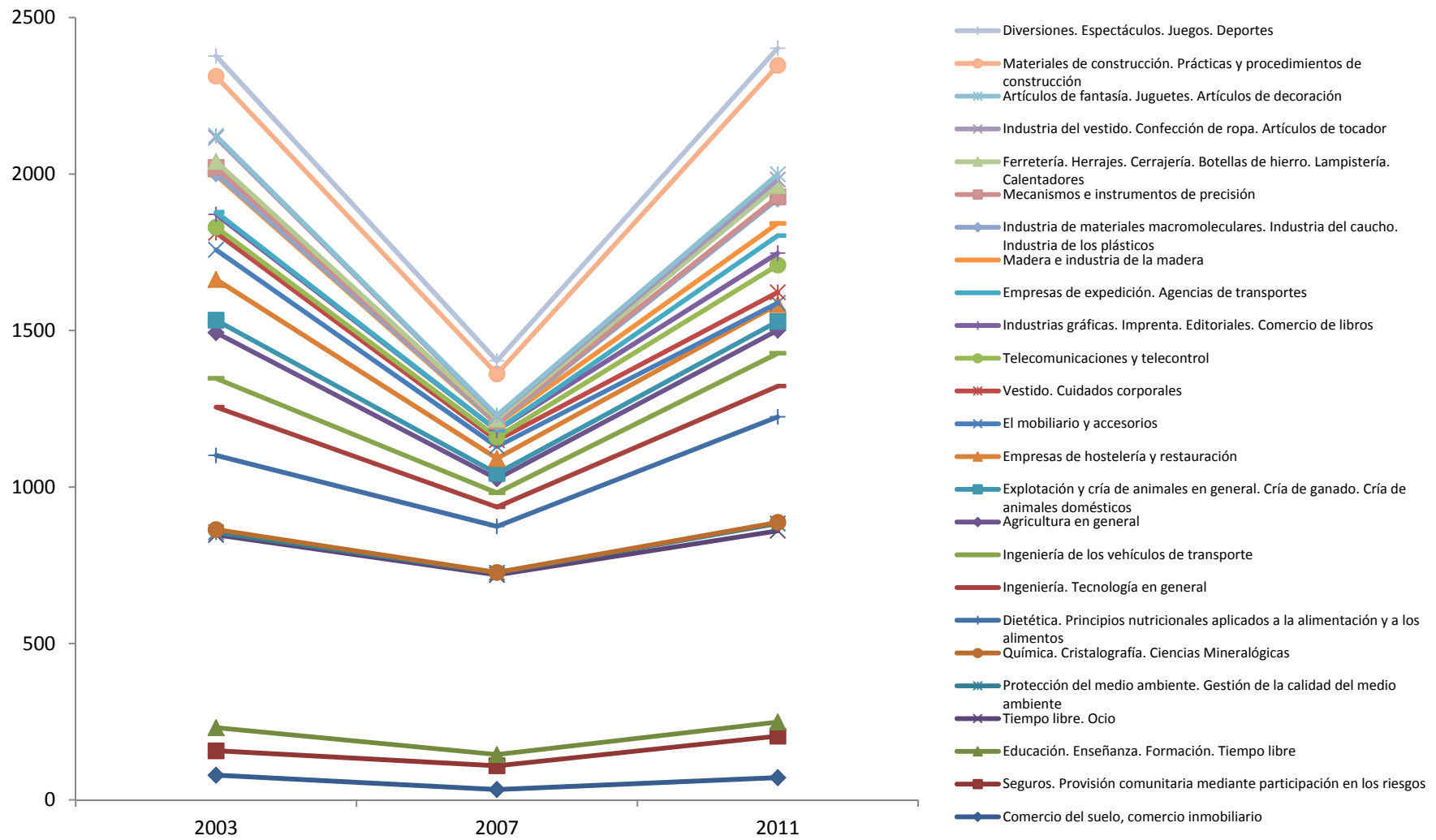


Gráfico VI-8. Sectores en V

VI.4.6. SUBSECTORES EN “V”

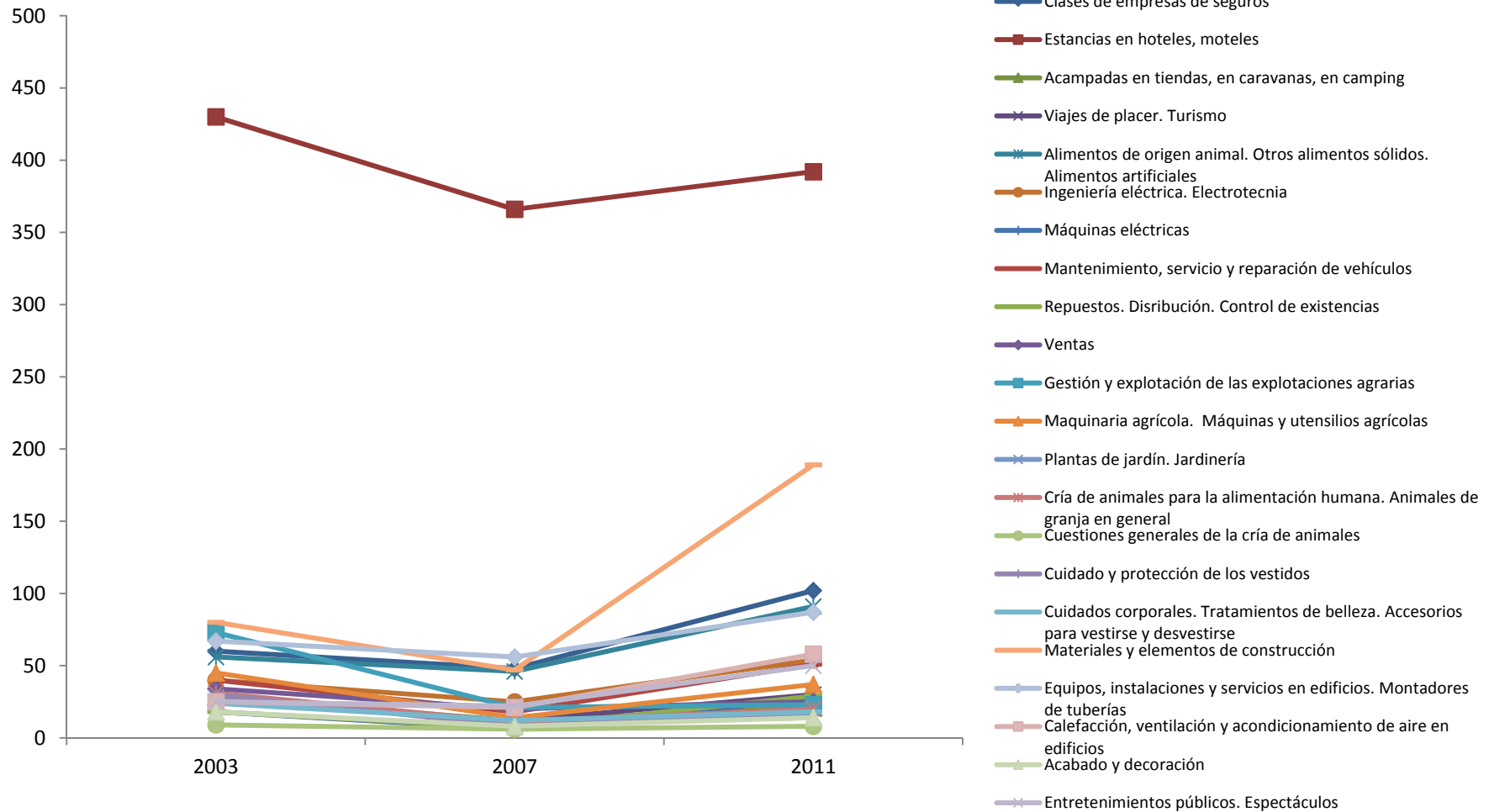


Gráfico VI-9. Subsectores en “V”

VI.4.7. SECTORES EN “V” INVERTIDA

Los sectores en “V” invertida son aquellos que sufren un notable crecimiento en el año 2007, pero en 2011 han disminuido considerablemente el número de páginas en línea.

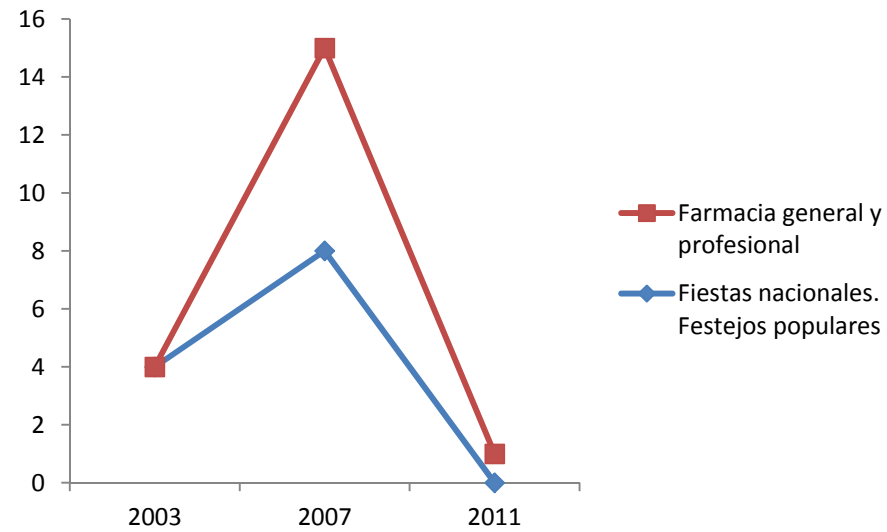


Gráfico VI-10. Sectores en “V” invertida

VI.4.8. SUBSECTORES EN “V” INVERTIDA

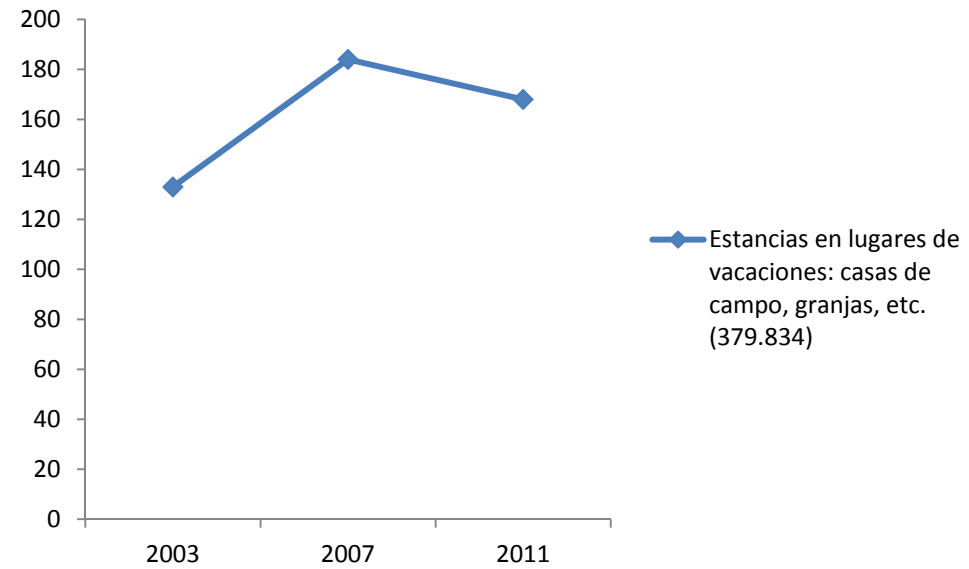


Gráfico VI-11. Subsectores en “V” invertida

DISCUSIÓN

En este capítulo se detalla la discusión de los resultados obtenidos.

VII. DISCUSIÓN

➤ CLASIFICACIÓN DE LAS PÁGINAS WEB

La elección de la Clasificación Decimal Universal como método de ordenación de los sitios comerciales se determinó después de estudiar varias opciones: en principio se contempló la posibilidad de usar una clasificación elaborada en anteriores estudios (Fernández, 2003), basada en las clasificaciones usadas en los directorios de páginas web extremeñas recuperadas en la búsqueda, y así se hizo para las tiendas en línea localizadas en el año 2003. Al analizar los resultados se observó que la sistematización no se ajustaba al tema y se decidió cambiar a otra clasificación predeterminada, la Clasificación Decimal Universal, CDU.

Al revisar otras clasificaciones de web comerciales, se comprueba que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (Comisión, 2005), clasifica los resultados en función de una serie de variables (origen/destino geográfico y la rama de actividad económica afectada por la transacción) y siendo ordenadas de acuerdo a las normas de la CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas), donde se indican que se utiliza esta clasificación para conseguir un resultado homogéneo que permita su comparación con otros estudios nacionales e internacionales, adoptando una clasificación normalizada de intercambio de bienes y servicios a nivel de la UE (la NACE) o el equivalente en España (CNAE-93).

El hecho de que se utilice la Clasificación Decimal Universal, CDU, para ordenar los resultados obtenidos se debe a la naturaleza peculiar del comercio electrónico extremeño, ya que al utilizar otras clasificaciones los resultados obtenidos no se ajustaban a lo esperado. En el caso de los productos alimenticios, sólidos y líquidos, van juntos en otras clasificaciones (CNAE), en el caso de la CDU separa en clases distintas los dos productos, dado que a la hora de la venta presentan aspectos

claramente diferenciables, tanto en el empaquetado y etiquetado como en la distribución.

Tras realizar una revisión bibliográfica, se recuperó el trabajo de la profesora Carmen Caro (Caro, 1998) donde se estudian distintas propuestas sobre la clasificación de páginas web, destacando la CDU como un sistema de clasificación que se adaptaba perfectamente a las páginas web; por tanto se decide optar por ella, reclasificando los datos del 2003 y continuando hasta el 2011.

➤ **ANÁLISIS DE PARÁMETROS: AÑO 2006. ANÁLISIS DE CARACTERÍSTICAS**

Durante el año 2006 se realiza el estudio de una serie de parámetros del comercio en línea extremeño, llevándose a cabo en este año ya que los datos demuestran que el comercio electrónico extremeño está estabilizado y aún no ha comenzado la crisis económica; por lo tanto los resultados no quedan contaminados por ningún agente externo.

La selección de las características para realizar el análisis cualitativo de los sitios web del año 2006 se realiza siguiendo la literatura existente sobre el tema. En la siguiente tabla se exponen las características tomadas de los diferentes autores junto a las estudiadas en este trabajo. En la primera columna se especifica el criterio en el que se incluye cada característica analizada. En la segunda columna se exponen los parámetros establecidos para este estudio, en la tercera columna se presentan los analizados por Rian Van Der Merwe y James Bekker (Merwe, 2003) y en la cuarta y última columna se exponen los estudiados por Charles Openheim y Louise Ward (Openheim, 2006).

CRITERIO	ESTE ESTUDIO	VAN DER MERWE	OPENHEIM
ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN	Información clara	Información clara sobre la empresa	Lista índice Contenido Fuente sencilla
	Colores asociados	Colores asociados	Colores de la página
	Fotos, animaciones, dibujos	Fotos, dibujos.	
	Información estructurada	Información estructurada en un índice	Barra de navegación
	Información	Información	

CRITERIO	ESTE ESTUDIO	VAN DER MERWE	OPENHEIM
	adicional	adicional	
	Enlace a páginas relacionadas	Links con información relacionada	Vínculos a páginas relacionadas
SEGURIDAD Y CONFIANZA	Correo electrónico	Correo electrónico	
	Mapa de localización	Mapa (morada física)	
	Logo o distintivo	Logotipo de la empresa	
	Sello o certificación	Certificación correspondiente	Marca de alta calidad
ACCESO	Idiomas	Idiomas	Idiomas
	Buscador	Motor de búsqueda	Buscador/ buscador web
	Datos de contacto		Datos de contacto
COMERCIALES	Catálogo de productos	Catálogo de productos	
	Fotos de productos		Fotografía del producto
	Precio	Precio	
	Datos de presentación del producto	Datos de presentación	Dimensiones del producto
	Información / descripción del producto	Información y/o descripción del producto	Descripción del producto
VENTA	Formulario de petición	Petición de reserva	
	Venta directa o indirecta	Venta directa	Compra
	Pago en la venta	Facilidades de pago	Métodos de pago seguro
	Envío en la venta		Dirección de entrega de envío
		Usabilidad para deficientes visuales	Diseño adaptado para invidentes
			Ayuda
			Opiniones, comentarios de usuarios

CRITERIO	ESTE ESTUDIO	VAN DER MERWE	OPENHEIM
			Forma de vínculos usados

Tabla VII-1. Características analizadas por diferentes autores

Rian Van Der Merwe y James Bekker realizan un análisis de 6 páginas web de venta de libros y Charles Openheim y Lousie Ward analizan 10 páginas web de venta de chocolate.

En ambos estudios el análisis se centra en las características siguientes: información clara, colores, información estructurada, links relacionados, certificación de calidad, idiomas, buscador, datos de presentación del producto, descripción del producto, venta directa y métodos de pago.

Rian Van Der Merwe y James Bekker al igual que en esta tesis analizan las características: fotografías, animaciones y/o dibujos en la página, correo electrónico, logotipo, información adicional, catálogo de productos, precio y formulario de petición, que no son estudiadas por Charles Openheim y Lousie Ward.

En este trabajo, al igual que en el de Charles Openheim y Lousie Ward se analizan las siguientes características: fotografía del producto, datos de contacto y envío en la venta que no son estudiadas por Rian Van Der Merwe y James Bekker

Otras variables analizadas por Charles Openheim y Louise Ward que no se analizan en el trabajo de Rian Van Der Merwe y James Bekker ni en este estudio son: ayuda, opiniones de usuarios y forma de vínculos utilizados, ya que en los websites estudiados no se encontraron, junto con la característica accesibilidad para deficientes visuales, que sí es considerada en los dos estudios citados.

Este análisis de características en las páginas existentes en la Red se realiza de acuerdo a la Tabla V-4 de características.

El éxito de un website estriba en un mínimo desplazamiento a través de sus páginas, y de claridad en sus contenidos, sobre todo en la página principal (Badre, 2002). En el estudio realizado de las características de las websites comerciales estudiadas en el año 2006, se pone de manifiesto este hecho, encontrando que un

72% del total analizado presenta la información clara (Tabla VI-3), destacando que la totalidad de las páginas analizadas de los siguientes sectores presenta la información clara (Anexo I): *Lectura, Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Química, Telecomunicaciones y telecontrol, Mecanismos e instrumentos de precisión, Ferretería. Herrajes. Cerrajería, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas, Técnica artística. Artesanía, Geografía y los subsectores de Acampada en tiendas, en caravanas, en camping, Viajes de placer. Turismo, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios, Farmacia general y profesional, Ingeniería eléctrica. Electrotecnia, Máquinas eléctricas, Plantas de jardín. Jardinería, Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales y Deportes. Juegos deportivos.*

Por el contrario no presenta de manera clara la información en su website el 94% de las tiendas del sector *Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros*, seguido del 86% de las tiendas del sector *Repuestos. Distribución. Control de existencias* (Anexo I).

Aunque en el estudio realizado por José Gilberto Llinás, Virtudes Pérez Jover y Olga Tomás (Llinás, 2005) los internautas no valoran que exista una dirección de correo electrónico para atender las consultas de los que visitan la página, cabe subrayar que un 39% de los websites comerciales estudiados aquí presentan e-mail en su página, frente un 61% que no especifica el e-mail en ninguna de éstas (Tabla VI-3). Esta característica se presenta en 92% de las páginas analizadas del subsector *Publicidad y Propaganda*, seguido del 74% del subsector *Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios* (Anexo I). A pesar de que el e-mail es la herramienta más extendida en las empresas (Meroño, 2005) no presentan correo electrónico ninguno de los websites del subsector *Cría de animales para la alimentación humana* y del sector de *Química*, seguido del 89% del sector *Mobiliario y accesorios* (Anexo I).

La confianza de una empresa se puede mejorar si los datos de contacto se publican en el sitio web (Zhang, 2000) (Al-Biqami, 1997) (Badre, 2002); entre estos cabe destacar el mapa de localización de la misma. Tan sólo el 39% de la totalidad de websites analizados lo presenta, frente a un 61% que no lo hace (Tabla VI-3). Esta característica se encuentra en un 55% de las páginas analizadas del subsector *Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida*, seguido de un 52% del subsector *Estancias en hoteles, moteles* (Anexo I). Cabe subrayar que ninguna de las páginas analizadas de los siguientes sectores incluyen mapa de localización en su web (Anexo I): *Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Química, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración, Geografía* y los subsectores *Economía de la energía en general, Máquinas eléctricas, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Acabado y decoración*.

Una fuerte imagen de marca (Openheim, 2006) es una buena forma de fortalecer la confianza de los clientes acerca de un sitio web, ya que tendrán más confianza en el sitio web y percibirán que sea más digno de su confianza, sólo un 30% de los sitios analizados presenta su logo o distintivo en la primera página, un 47% en todas las páginas y el resto (23%) no lo muestra en ninguna (Tabla VI-3). En el primero de los casos, un 83% de los websites analizados del subsector *Máquinas eléctricas*, seguido de un 73% del sector *Fabricantes*, exhiben el logotipo (Anexo I). La totalidad de las páginas analizadas de los siguientes sectores, presentan el logotipo en todas las páginas (Anexo I): *Telecomunicaciones y telecontrol y Geografía*, seguido de un 89% del sector *Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros*. Por el contrario, no presentan el distintivo en ninguna de sus páginas en un 67% de los websites (Anexo I) del subsector *Acampada en tiendas, en caravanas, en camping*, seguido de un 66% del subsector *Estancias en hoteles, moteles*.

El uso de una pequeña gama de colores (Openheim, 2006) ayuda a añadir coherencia a un sitio web y permite que las áreas de información puedan ser clasificadas en secciones. Los colores pueden transmitir imágenes a los usuarios e

influir en la percepción de la empresa. El color es un mecanismo esencial (Fernández, 2013) en el proceso de elección de una tienda en línea.

Un 39% de los websites estudiados presenta su página en azul, seguido del blanco (23%) y el verde (13%) (Tabla VI-3). En el 67% de las páginas (Anexo I) del subsector *Ingeniería eléctrica. Electrotecnia* predomina el color azul, seguido de un 58% del subsector *Acampada en tiendas, en caravanas, en camping*. El color azul (Openheim, 2006) transmite verdad, dignidad y poder aunque también propicia la evaluación y el control (Vera, 2010), siendo el color mayoritario y el más aceptado socialmente para la venta electrónica (Fernández, 2013).

En el 73% de los websites analizados (Anexo I) del subsector *Economía de la energía en general* y del sector *Fabricantes* prevalece el color blanco. Este color (Openheim, 2006) se asocia con pureza, limpieza, ligereza y vacuidad por lo que no favorece (Fernández, 2013) una situación de concentración para la compra.

El color verde se asocia a la calma, no transmite alegría, tristeza o pasión (Fernández, 2013), pero estimula el desarrollo de nuevas ideas, fomentando la creatividad y la innovación (Vera, 2010). Predomina en todas las páginas (Anexo I) del sector *Geografía*, seguido por los subsectores *Plantas de jardín. Jardinería* y *Cuestiones generales de la cría de animales* en los que la mitad de sus páginas se presentan en este color.

La armonía visual (Mora, 2005) se consigue mediante combinaciones de colores que no contrasten excesivamente o que no provoquen fatiga visual, para ello se usan fondos de colores tenues como el gris. Este color se presenta en un 29,5% del subsector (Anexo I) *Acabado y decoración*, seguido de un 22% del sector *Fotografía y procesos similares* y un 21% del subsector *Ventas*.

El color rojo fomenta las emociones e instintos, es un color pasional sinónimo de peligro por las señales de tráfico o alarmas (Fernández, 2013), siendo el color predominante en 17% de las páginas analizadas de los subsectores de *Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos*, *Cuestiones generales de la cría de animales*, *Acampada en tiendas, en caravanas, en camping* y en un 16% del sector *Higiene y salud pública. Prevención de accidentes* (Anexo I).

El color naranja, expresa felicidad y euforia, tiene un gran poder visual, incita a la acción y es el que prevalece en la totalidad de páginas del sector *Química*, seguido de

un 28,5% de los websites analizados del subsector *Acabado y Decoración* y un 28% del sector *Lectura* (Anexo I).

Los colores tierras despuntan (Anexo I) en un 22% de las páginas estudiadas de los sectores *Mobiliario y accesorios* y en un 17% del sector *Madera e industria de la madera* (Anexo I).

El color negro se identifica con el lujo, la elegancia, la calidad pero también transmite opacidad y oscuridad (Fernández, 2013), provocando negatividad. En el 28,5% (Anexo I) de los websites estudiados del subsector *Fiestas nacionales. Festejos populares* y en el 28% del subsector *Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos* el color predominante es el negro.

Otros colores diferentes a los nombrados, son los que despuntan en un 27% de las páginas del subsector *Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad*, seguido de un 22% del sector *Fotografía y procesos similares* (Anexo I).

Es importante que los visitantes del sitio web (Badre, 2002) tengan un acceso fácil a la información, ofreciendo las oportunas descripciones y fotografías de los productos y que la fijación de precios y la disponibilidad de los productos se muestre claramente (Openheim, 2006). En el sitio web se debe detallar el contenido exacto y, en su caso, las dimensiones del producto, ofreciendo al visitante la oportunidad de ver de cerca una imagen del producto y no sólo una descripción basada en texto. Esto es así en el 44% de de los websites analizados; en un 22% además de las fotografías presentan animaciones; un pequeño porcentaje (8%) incluye además música en su web, y una un 26% no presentan ninguna de estas características (Tabla VI-3).

Presentan fotografías de los productos un 84% de los websites analizados del subsector *Viajes de placer. Turismo*, seguido de un 83% del sector *Ferretería. Herrajes. Cerrajería* (Anexo I). Además de fotografías también presentan animaciones en el 100% de las páginas estudiadas del sector *Geografía*, seguido de un 80% del sector *Mecanismos e instrumentos de precisión* (Anexo I).

Incluyen fotografías, animaciones y música un 84% de los sitios analizados del subsector *Cuestiones generales de la cría de animales* y un 80% del sector *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración* (Anexo I).

No se encuentra ninguna de las tres características estudiadas en un 86% websites estudiados del sector *Ingeniería mecánica en general*, seguido de un 70% del sector *Mobiliario y accesorios*. Llama la atención el porcentaje tan alto del sector *Mobiliario y accesorios* que no tienen fotografías (Anexo I). Siendo este un sector en el que la imagen visual del producto es muy importante. ¿Cómo se va a comprar un jarrón, sofá o candelabro sin ver cómo es?.

Los usuarios deben ser capaces de seleccionar el idioma del sitio web (Merwe, 2003), esto hará que tenga una mayor acogida la web y por supuesto que los productos se vendan a nivel nacional e internacional. Esta característica es vital para que un sitio web tenga éxito (Openheim, 2006).

Esto no es así en este estudio, con un 89% de los websites estudiados que no presentan la opción de cambiar de idioma, frente a un 11% que lo hacen en dos, tres, cuatro o más lenguas (Tabla VI-3). Se constata que la totalidad de las páginas analizadas de los siguientes sectores se presentan en un solo idioma: *Lectura, Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa, Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño, Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre, Fiestas nacionales. Festejos populares, Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Farmacia general y profesional, Telecomunicaciones y telecontrol, Mecanismos e instrumentos de precisión, Ferretería. Herrajes. Cerrajería, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas, Industria del vestido. . Confección de ropa. Artículos de tocador, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración, Fotografía y procesos similares, Geografía y los subsectores Viajes de placer. Turismo, Economía de la energía en general, Ingeniería eléctrica. Electrotecnia, Máquinas eléctricas, Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales, Cuidado y protección de los vestidos, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios (Anexo I).*

Se presentan en dos idiomas el 37% de websites del subsector *Aceites, grasas y ceras vegetales: Aceite de oliva*, seguido de un 33% del subsector *Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida* (Anexo I).

Muestran su website en tres idiomas un 16% de las páginas estudiadas del subsector *Aceites, grasas y ceras vegetales: Aceite de oliva*, seguido de un 14% del subsector *Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida* (Anexo I). Es posible visualizar la página en cuatro o más idiomas en un 56% de las páginas analizadas del subsector *Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas. Otros oficios*, seguidos de un 17% del subsector *Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida* (Anexo I).

Tres cuartas partes de los compradores on line utilizan un buscador en su página (McGovern, 2002) elemento esencial para la localización de los productos sobre todo si el sitio es muy grande o está mal diseñado. También es muy importante que el usuario pueda buscar un producto en concreto e incluso que si éste no aparece en la página se presente un mensaje que lo advierta (Nielsen, 2001). Cabe subrayar que un 95% de las páginas estudiadas no tiene buscador, frente a una pequeña porción (5%) que si lo tiene, ya sea de la propia web o externo (Tabla VI-3). Presenta un buscador de la web en todos los websites analizados del sector *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración*, seguido de un 34% del sector *Comercio del suelo. Comercio inmobiliario*. Poseen un buscador externo, un 25% de las páginas analizadas del sector *Farmacia general y profesional*, seguido de un 14% del subsector *Acabado y decoración* (Anexo I). En el otro extremo están los sectores que no poseen buscador en su página: *Fiestas nacionales. Festejos populares, Química, Madera e industria de la madera, Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos, Mecanismos e instrumentos de precisión, Geografía* y los subsectores de *Estancia en hoteles, moteles, Economía de la energía en general, Ingeniería mecánica en general, Máquinas eléctricas, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Gestión y organización de las explotaciones agrarias, Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales, Cuidado y protección de los vestidos, Cuidados corporales. . Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse, Publicidad y, propaganda, Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad, Deportes. Juegos deportivos* (Anexo I).

Los visitantes de las páginas web deben tener facilidad para acceder a la información (Openheim, 2006). Un 41% de los websites analizados no presenta la información estructurada con un menú a través del cual guiarse, un 20% tiene el menú situado en la parte de arriba, un 25% a la izquierda, frente a un pequeño porcentaje que lo presenta abajo (7%), a la derecha (3%) o en otro lugar distinto de la página (4%) (Tabla VI-3). Muestran el menú arriba, la totalidad de websites analizados del sector *Geografía*, seguido de un 53% del subsector *Ventas* (Anexo I).

Presentan el menú abajo un 60% de los websites estudiados del sector *Ingeniería mecánica en general*, seguido de un 59% del sector *Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros* (Anexo I).

El menú situado a la izquierda se encuentra en un 60% de las páginas analizadas del subsector *Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general*, seguido de un 59% del sector *Comercio del suelo. Comercio inmobiliario* (Anexo I).

Presentan el menú a la derecha de la página un 28% de los websites analizados del sector *Madera e industria de la madera*, seguido de un 14% del subsector *Publicidad y propaganda* (Anexo I).

Tienen el menú en otro lugar de la página distinto a los anteriores en un 28,5% de los websites analizados del sector *Fiestas nacionales. Festejos populares*, seguido de un 21,5% del sector *Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa* (Anexo I).

No presentan menú un 77% de las páginas analizadas del subsector *Estancias en hoteles, moteles*, seguido de un 72% del subsector *Repuestos. Distribución. Control de existencias* (Anexo I).

Encontrar información adicional en la web puede resultar útil al usuario (Zhang, 2000), característica que no se presenta en el 68% de las páginas estudiadas, frente al resto (32%) que si la presentan (Tabla VI-3).

Presentan información adicional en la web la totalidad de los websites estudiados del sector *Química*, seguido del 75% del subsector *Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida* (Anexo I).

Muestran información adicional un 8% de los websites del sector *Mobiliario y accesorios*, seguido del subsector *Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse* (Anexo I).

No se encuentra información adicional en ninguna página de los sectores *Mecanismos e instrumentos de precisión, Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador, Geografía* ni de los subsectores *Máquinas eléctricas y Repuestos. Distribución. Control de existencias* (Anexo I).

Una de las características valorada por los usuarios para el buen diseño de una página web (Openheim, 2006), son los enlaces relacionados con otras páginas para ayudar a sugerir otros temas que pueden ser de interés para los usuarios. Proporcionar vínculos entre las páginas relacionadas con el producto se considera buena práctica (Zhang, 2000). Cabe subrayar que un 85% de los websites analizados no presenten este tipo de enlaces, frente a un 15% que si lo hace (Tabla VI-3).

Presentan información adicional un 67% de las páginas analizadas del subsector *Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad*, seguido de un 43% del sector *Fiestas nacionales. Festejos populares* (Anexo I).

Para los usuarios es muy significativo reconocer el sitio o lugar donde están los productos (Badre, 2002), así en la siguiente compra on-line no perderán el tiempo. Esto ayuda a mejorar la usabilidad de un sitio web (Nielsen, 2000). Un 88% de las páginas estudiadas presenta el catálogo de sus productos, frente a un pequeño porcentaje (12%) que no lo hace (Tabla VI-3). Como indica el autor (Openheim, 2006) es esencial además que los productos estén bien agrupados para que el comprador no se pierda cuando está realizando la búsqueda de aquello que desea. La totalidad de los websites analizados de los sectores siguientes, presentan el catálogo de los productos que tienen puestos a la venta: *Comercio del suelo. Comercio inmobiliario, Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Química, Higiene y salud pública. Prevención de accidentes, Farmacia general y profesional, Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: limpieza, Sector Telecomunicaciones y telecontrol, Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad, Madera e industria de la madera, Mecanismos e instrumentos de precisión, Ferretería. Herrajes.*

*Cerrajería, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración, Fotografía y procesos similares, Geografía y los subsectores Aceites, grasas y ceras vegetales: Aceite de oliva, Economía de la energía en general, Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas, Subsector Plantas de jardín. Jardinería, Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales, Publicidad y propaganda, Materiales y elementos de construcción, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios, Deportes. Juegos deportivos (Anexo I). Por el contrario no muestran el catálogo de productos el 89% de los websites analizados de los sectores *Mobiliario y accesorios y Técnica artística. Artesanía (Anexo I).**

Es primordial que los usuarios encuentren la descripción y fotografía de los productos (Badre, 2002), así como el máximo detalle posible de éste, y no solo una descripción basada en texto. Un 58% de las páginas estudiadas presenta fotografías de los productos, frente al resto (42%) que no lo hacen (Tabla VI-3). Esto ocurre en el 100% de los websites consultados de los sectores de *Química, Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos, Mecanismos e instrumentos de precisión, Ferretería. Herrajes. Cerrajería, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración, Geografía (Anexo I).*

No presentan fotografías de los productos el 89% de los websites estudiados del sector de *Fotografía y procesos similares*, seguido del 87% del subsector de *Economía de la energía en general (Anexo I).*

A pesar de la importancia del precio del producto, un 42% de los websites analizados no lo presenta en su web, frente al resto de páginas (58%) que sí lo hace (Tabla VI- 3); ya que es importante (Openheim, 2006) que los visitantes al sitio web tengan un acceso fácil a los precios y disponibilidad de los productos y que esto se muestre de una forma clara.

La totalidad de las páginas analizadas de los siguientes sectores presenta el precio de los productos: *Mecanismos e instrumentos de precisión*, seguido del sector *Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros (Anexo I)*; pero en ninguna de las páginas analizadas de los siguientes sectores se muestra el precio: *Fiestas nacionales.*

Festejos populares, Química, Geografía y los subsectores *Economía de la energía en general, Máquinas eléctricas, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse, Publicidad y propaganda, Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador* (Anexo I).

Un 49% de las páginas web comerciales analizadas muestran los datos de presentación del producto, frente a un 51% que no lo hace (Tabla VI-3). Todos los websites estudiados de los siguientes sectores exhiben tales datos: *Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre, Química, Telecomunicaciones y telecontrol, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración, y Geografía* (Anexo I). Por el contrario ninguno de los websites estudiados de los sectores *Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador* y los subsectores *Máquinas eléctricas, Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas* muestran los datos de presentación de los productos (Anexo I).

Un 46% de las páginas web comerciales analizadas presenta información o descripción del producto, frente a un 54% que no lo hace (Tabla VI-3). El 100% los websites estudiados de los siguientes sectores muestran esta característica: *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración y Geografía* (Anexo I). Sin embargo el 93% de las páginas web estudiadas del subsector *Máquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas*, seguido de un 86% del subsector *Repuestos. Distribución. Control de existencias* no lo hacen (Anexo I).

A pesar de la importancia que tiene el sello o certificación, tan solo el 11% de las páginas web comerciales estudiadas lo presenta, frente a un 89% que no lo hace (Tabla VI-3). Los usuarios tendrán una mayor seguridad en el sitio web (Chaffey, 2000) si éste presenta una marca de calidad e información sobre la compañía que resuma su pedigrí. El total de websites estudiados del sector de *Química*, seguido de un 74% del subsector *Ventas* presentan sello o certificación (Anexo I).

Un 99% de las páginas estudiadas del subsector *Estancias en hoteles, moteles*, seguido de un 97% del sector *Mobiliario y accesorios* no exponen sello ni certificación (Anexo I).

La confianza del usuario se puede mejorar si la empresa da una imagen fiable y de cercanía. Esto es un requisito legal del Reglamento de Protección del consumidor en lo que respecta a la venta a distancia (Directiva del Parlamento Europeo, 1997). En ese aspecto casi la totalidad (93%) de las páginas web comerciales analizadas facilitan datos para contactar con la empresa, frente a un pequeño porcentaje (7%) que no lo hace (Tabla VI-3).

La totalidad de las páginas analizadas de los siguientes sectores presentan datos para contactar: *Ciencia y Tecnología de los ordenadores. Informática, Lectura, Comercio del suelo. Comercio inmobiliario, Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa, Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre, Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Química, Higiene y salud pública. Prevención de accidentes, Farmacia general y profesional, Mobiliario y accesorios, Telecomunicaciones y telecontrol, Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros, Mecanismos e instrumentos de precisión, Ferretería. Herrajes. Cerrajería, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas, Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración, Fabricantes, Técnica artística. Artesanía, Geografía y los subsectores Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño, Viajes de placer. Turismo, Alimentos de origen animal, Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida, Ingeniería mecánica en general, Ingeniería eléctrica. Electrotecnia, Máquinas eléctricas, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Ventas, Gestión y organización de las explotaciones agrarias, Plantas de jardín. Jardinería, Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales, Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías, Fontaneros. Electricistas. Otros oficios, Acabado y decoración.*

Por el contrario no se presentan datos para contactar en el 95% de los websites analizados del sector *Entretenimientos públicos. Espectáculos*, seguido de un 33% del sector *Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse* (Anexo I).

Al igual que los datos de contacto o el mapa de localización (Zhang, 2000) (Al-Biqami, 1997) (Badre, 2002), otro elemento importante para dar confianza a un usuario en la web son los formularios. De las páginas web comerciales estudiadas, un pequeño porcentaje (15%) contiene a formularios para solicitar información, un 10% a formularios de contacto y el resto (75%) no tienen ningún tipo de formulario (Tabla VI-3).

Presentan formulario de información el 83% de los websites estudiados del subsector *Cuestiones generales de la cría de animales*, seguido del 59% del sector *Comercio del suelo. Comercio inmobiliario* (Anexo I). Muestran formulario de contacto el 67% de las páginas analizadas del sector *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración*, seguido del 45,5% del sector *Lectura* (Anexo I). Por último, el 93% de las web estudiadas de los subsectores *Ingeniería mecánica en general, Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas*, y del sector *Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: limpieza*, seguido del 92% del subsector *Publicidad y propaganda* no tienen ningún tipo de formulario (Anexo I).

Debemos tener en cuenta que las transacciones en línea deben ser lo más sencillas posible y no se debe tardar demasiado tiempo en realizarlas (Openheim, 2006). Un 88% de los websites analizados no presentan venta directa, frente a un pequeño porcentaje (12%) que sí lo hace (Tabla VI-3). Se localiza esta característica en el 67% de los websites analizados del sector *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración*, seguido del 60% del sector *Mecanismos e instrumentos de precisión*.

Ninguno de los siguientes sectores presenta venta directa en sus tiendas en línea: *Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Química, Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros, Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador, Geografía* ni los subsectores *Ingeniería mecánica en general, Máquinas eléctricas, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Cuidado y protección de los vestidos, Publicidad y propaganda* (Anexo I).

Las páginas web deben aceptar una amplia gama de las principales tarjetas de crédito internacionales y tarjetas de débito (Openheim, 2006). En el Reino Unido es un requisito de la Ley de Protección de Datos (Jay, 2003) que los sitios web informen a los

visitantes de cualquier seguimiento o recogida de datos de carácter personal y sobre cómo se utilizará la información recabada. En un 48% de los websites analizados no se especifica la forma de pago, seguido de un 19% en la que se puede realizar contrareembolso, y un pequeño porcentaje (14%) que permite mediante tarjeta, ingreso bancario (11%) u otra forma (8%) (Tabla VI-3).

Se puede realizar el pago mediante tarjeta bancaria en el 67% de los websites estudiados del sector *Técnica artística. Artesanía*, seguido de un 50% de los sectores *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración* y los subsectores *Clases de empresas de seguros, Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales, Plantas de jardín. Jardinería, Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas* (Anexo I).

En todas las páginas analizadas del subsector *Acampada en tiendas, en caravanas, en camping*, seguido del 75% del sector *Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa* y subsector *Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño* se puede realizar el pago mediante ingreso bancario (Anexo I).

Se puede realizar el pago contrareembolso en todas los websites analizados de los sectores *Madera e industria de la madera, Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos, Ferretería. Herrajes. Cerrajería, Fabricantes, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios* y de los subsectores *Ingeniería eléctrica. Electrotecnia, Gestión y organización de las explotaciones agrarias* (Anexo I).

En todas las páginas de los websites analizados de los sectores *Farmacia general y profesional, Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: limpieza* se puede realizar el pago mediante transferencia (Anexo I).

En un pequeño porcentaje (26,3%) de las web empresariales estudiadas de los sectores *Alimentos de origen animal* se realiza el pago mediante sistemas distintos a los vistos anteriormente. Ya que los sectores agrícola y ganadero son claves en la economía de esta comunidad y existen denominaciones de origen de la Junta de Extremadura es lógico que el sector de la Alimentación sea el único sector y/ o subsector que tenga otros medios de pago (Anexo I).

No se especifica la forma de pago en ninguna de las web analizadas de los sectores *Fiestas nacionales. Festejos populares, Telecomunicaciones y telecontrol, Fotografía y procesos similares*, ni de los subsectores *Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos, Ventas, Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas, Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales, Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse, Materiales y elementos de construcción, Acabado y decoración* (Anexo I).

Se constata que en un 45% de los websites estudiados no detallan la forma de envío, seguido de un 19% que lo hacen a través de e-mail (19%), mensajería (18%), teléfono (11%) o transporte (7%) (Tabla VI-3). Se puede realizar el envío mediante mensajería en el total de los websites estudiados de los sectores *Higiene y salud pública. Prevención de accidentes, Farmacia general y profesional, Madera e industria de la madera, Ferretería. Herrajes. Cerrajería* y de los subsectores *Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos, Gestión y organización de las explotaciones agrarias, Cuestiones generales de la cría de animales* (Anexo I).

Se puede efectuar el envío mediante transporte en el 100% de las páginas estudiadas de los sectores *Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: limpieza, Mecanismos e instrumentos de precisión, Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración* Y subsectores *Economía de la energía en general, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios* (Anexo I).

En todas las páginas estudiadas del sector *Empresas de hostelería y restauración*, seguido del 67% del subsector *Viajes de placer. Turismo*, especifican que el envío se realiza por e-mail (Anexo I).

El sistema de envío a través de la telefonía es una tecnología muy novedosa y que no permite enviar a través del medio cualquier producto, aunque sí es posible enviar un billete, una reserva o una factura, por ello en un 43, 3% de los sitios analizados del sector *Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas*, seguido de un 33,3% del sector *Viajes de placer. Turismo*, realizan el envío del producto a través del teléfono (Anexo I).

No especifican como se realizará el envío del producto al usuario en la totalidad de los websites estudiados de los sectores *Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa, Fiestas nacionales. Festejos populares, Mobiliario y accesorios, Telecomunicaciones y telecontrol, Información para el gran público. Medios de comunicación de masas, Fotografía y procesos similares* y de los subsectores *Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño, Acampada en tiendas, en caravanas, en camping, Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales, ingeniería eléctrica. Electrotecnia, Ventas, Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas, Cría de animales para el alimentación humana. Animales de granja en general, Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse, Materiales y elementos de construcción, Acabado y decoración, Entretenimientos públicos. Espectáculos* (Anexo I).

➤ **EVOLUCIÓN CUANTITATIVA DE EMPRESAS EXTREMEÑAS EN RED: 2003-2007 Y 2011**

En la siguiente tabla se muestran los sectores y subsectores que tienen un mayor número de páginas web comerciales en comercio electrónico durante los años 2003-2007 y 2011. En la primera columna se detalla el año de estudio, en la segunda columna se encuentran los sectores que expone la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) en sus informes anuales, y en la última columna se presentan los sectores o subsectores que sobresalen en número de websites según este estudio.

SECTORES/SUBSECTORES CON MAYOR NÚMERO DE WEBSITES		
AÑO	CMT	EXTREMADURA
2003	Espectáculo	Tiempo libre. Ocio
	Deportes y entretenimiento	Estancias en hoteles, moteles
	Marketing directo	Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos

	Transporte aéreo de viajeros	Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción
	Publicidad y discos	
	Libros, periódicos y papelería	
2004	Agencias, transporte y alojamiento	Tiempo libre. Ocio
	Compra de entradas para espectáculos	Estancias en hoteles, moteles
	Juegos de azar	Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción
	Recarga de tarjetas telefónicas	Ingeniería. Tecnología en general
2005	Transporte aéreo, agencias de viajes, operadores turísticos	Tiempo libre. Ocio
	Marketing directo	Estancias en hoteles, moteles
		Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos
		Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción
2006	Transporte aéreo, agencias de viajes, operadores turísticos	Tiempo libre. Ocio
	Juegos de azar y apuestas	Estancias en hoteles, moteles
	E-servicios legales de contabilidad y gestión	Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos
		Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción
2007	Transporte aéreo, agencias de viajes, operadores turísticos	Tiempo libre. Ocio
	Espectáculos artísticos, deportivos y recreativos	Estancias en hoteles, moteles
	Juegos de azar y apuestas	Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos
	Marketing directo	Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción
	Agencias de viajes	Tiempo libre. Ocio

2011	Operadores turísticos	Estancias en hoteles, moteles
	Transporte aéreo	Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos
	Marketing directo	Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción

Tabla VII-2. Sectores/subsectores con mayor número de websites: 2003-2007 y 2011

Durante el período 2003-2007 se ha realizado una evaluación cuantitativa anual del número de empresas que tienen tiendas en líneas en la región de Extremadura. La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) elabora informes trimestrales a nivel nacional en función de las transacciones comerciales que se realizan durante cada año. En el informe del cuarto trimestre del año 2003 (Comisión, 2003) los sectores que más sobresalen en España en comercio electrónico son: *espectáculo, deportes y entretenimiento, marketing directo, transporte aéreo de viajeros, publicidad y discos, libros, periódicos y papelería*. En la Comunidad Autónoma extremeña y según los datos obtenidos en este estudio, los sectores que despuntan en el año 2003 (Tabla VII-2) son *Tiempo libre. Ocio*, destacando el subsector *Estancias en hoteles, moteles* seguidos del sector *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* y *Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción*. En este año el comercio electrónico se comporta de forma similar en la Comunidad Autónoma de Extremadura y en España, en los sectores *Tiempo libre. Ocio* que se asemeja con *espectáculo, deportes y entretenimiento*; mientras que en el resto de los campos no hay semejanzas. Cabe destacar el sector *alimentación* en nuestra región, en el cual, además de ser uno de los primeros sectores productivos en Extremadura, las denominaciones de origen le aportan un gran valor al comercio electrónico (Ministerio, 2011).

En el año 2004 los sectores que sobresalen en el comercio electrónico extremeño (Tabla VII-2) según este trabajo son *Tiempo libre. Ocio*, destacando el subsector *Estancias en hoteles, moteles* seguidos de los sectores *Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción* e *Ingeniería. Tecnología en general*. Según la CMT (Comisión, 2004) los sectores a nivel nacional que más transacciones electrónicas tienen en este año son los relacionados con viajes

(*agencias, transporte y alojamiento*), *compra de entradas para espectáculos, juegos de azar y recarga de tarjetas telefónicas*. Coincidiendo con este estudio, en el año 2004 la CMT expone que casi el 50% del volumen de negocio electrónico se corresponde con lo relacionado con los viajes (transporte aéreo, transporte por carretera de viajeros, alquiler de automóviles, agencias de viajes y operadores turísticos, hoteles, apartamentos y camping).

Se repite al igual que en el año 2003 el comportamiento del campo *Tiempo libre. Ocio* que se asemeja a *espectáculos y juegos de azar*; pero el sector regional *Estancias en hoteles, moteles* en esta ocasión coincide con el de *alojamientos*. Por el contrario el sector *alimentación* a nivel regional deja de ser uno de los que despunta.

Los sectores que despuntan en comercio electrónico en el año 2005 según este estudio (Tabla VII-2) son *Tiempo libre. Ocio*, sobresaliendo el subsector *Estancias en hoteles, moteles* seguidos de los sectores *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* y *Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción*. El montante económico (Comisión, 2005) generado por el comercio electrónico en España en el año 2005 se distribuye, según la CMT, en los sectores de *transporte aéreo, agencias de viaje, operadores turísticos y marketing directo*.

En este año los sectores que despuntan a nivel nacional y nivel regional son totalmente distintos.

En el año 2006 los sectores sobresalientes en el comercio electrónico extremeño (Tabla VII-2) según este trabajo son *Tiempo libre. Ocio*, destacando el subsector *Estancias en hoteles, moteles* seguidos de los sectores *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* y *Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción*. Según el informe de 2006 (Comisión, 2006) los sectores principales a nivel nacional son *transporte aéreo, agencias de viaje y operadores turísticos, juegos de azar y apuestas y e-servicios legales de contabilidad y gestión*.

En el año 2007 y manteniéndose los mismos datos que en 2006 (Tabla VII-2), los sectores que despuntan en la comunidad autónoma extremeña son *Tiempo libre. Ocio*, sobresaliendo el subsector *Estancias en hoteles, moteles* seguidos de los sectores *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* y *Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción*.

Para la CMT (Comisión, 2007) en este mismo año en España, los sectores que sobresalen son *transporte aéreo, agencias de viajes y operadores turísticos, espectáculos artísticos, deportivos y recreativos, juegos de azar y apuestas* y *marketing directo*.

En los años 2006 y 2007 vuelven a despuntar tanto a nivel regional como nacional *Tiempo libre. Ocio con juegos de azar y apuestas*.

En el año 2011 los sectores que sobresalen en el comercio electrónico extremeño (Tabla VII-2) según este trabajo son *Tiempo libre. Ocio*, destacando el subsector *Estancias en hoteles, moteles* seguidos de los sectores *Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción* y *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos*. Según la CMT (Comisión, 2011) los sectores a nivel nacional que más transacciones electrónicas tienen en este año son los relacionados con viajes (*agencias de viajes, operadores turísticos y transporte aéreo*) y *marketing directo*. En este caso los datos de este estudio no coinciden con la CMT, ya que según su informe el 22,8% del volumen de negocio electrónico se corresponden con lo relacionado con los viajes, mientras que en Extremadura el sector que despierta es el de *Tiempo libre. Ocio*.

En el año 2003 se inicia el estudio con un número total de empresas on line de 2924. Esto es debido a que en la primera década del año 2000 surgen ayudas económicas a nivel regional para el comercio electrónico. Al amparo del Decreto 231/2000 (Decreto, 2000) surge la Orden de 30 de diciembre de 2003 (Orden, 2003), por la que se convocan ayudas para la promoción del comercio electrónico en la pequeña y mediana empresa comercial. En este decreto se subvencionan:

- Desarrollo de plataformas, portales, escaparates electrónicos, tiendas virtuales colectivas, lonjas electrónicas y otros proyectos dirigidos a la implicación y participación de la pequeña y mediana empresa comercial
- Desarrollo de intranets
- Incorporación de la pequeña y mediana empresa comercial a centros comerciales virtuales, cibergalerías comerciales o centros de producción sectorial.

En estos años las ayudas económicas se dirigen a aquellos empresarios que quieran dar el paso de la tienda tradicional a la presencia de esta en Internet.

En el año 2007 se recuperan un total de 1709 páginas web comerciales, disminuyendo con respecto al año 2003. La Junta de Extremadura sigue ayudando a las empresas como así lo indica el Decreto 143/2004 (Decreto, 2004) y la Orden de 26 de noviembre de 2004 (Orden, 2004), en la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura para el ejercicio 2005; los beneficiarios serán aquellos con sede física de la actividad en Extremadura. La Orden de 6 de abril de 2006 (Orden, 2006), en la que se convocan ayudas para fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2006, como finalidad tienen el desarrollo de proyectos de comercio electrónico, y al igual que en 2005 los beneficiarios serán aquellos que tienen sede física de la actividad en Extremadura.

En este decreto se establece que dichos proyectos respondan a las siguientes características:

- Contengan un módulo para la compra en línea
- Dispongan de medios de pago electrónico seguros
- Proporcionen al comprador un sistema adecuado para que pueda almacenar y reproducir los datos y condiciones aplicables a la transacción comercial.

Esta disminución es debida a que la Junta de Extremadura comienza a exigir que las tiendas on line presenten un módulo para vender sus productos en la Red. En el año 2011 se recuperan un total de 2807 webs empresariales on line. Continúan las ayudas

económicas de la Junta de Extremadura, como así lo indican el Decreto 38/2007 (Decreto, 2007), la Orden de 12 de marzo de 2008 (Orden, 2008), por la que se convocan ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2008, la Orden de 23 de diciembre de 2008 (Orden, 2009), por la que se convocan ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2009, la Orden de 12 de noviembre de 2009 (Orden, 2009), por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2010, la Orden de 19 de noviembre de 2010 (Orden, 2010), por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2011, y la Orden de 11 de marzo de 2011 (Orden, 2011), por la que se modifica la Orden de 19 de noviembre por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2011. En este decreto se establece que dichos proyectos respondan a las mismas características que en el caso anterior.

Si bien estos decretos siguen exigiendo un módulo de venta, el número de tiendas ha aumentado pese a la crisis económica. Este sector sigue el mismo comportamiento que a nivel nacional (Comisión, 2011).

➤ **EVOLUCIÓN CUANTITATIVA POR SECTORES Y SUBSECTORES: 2003-2007-2011**

El comportamiento de las empresas estudiadas en el período 2003-2007-2011 ha seguido varias líneas:

Como indica la Tabla VI-7, han aumentado su número de websites en el período 2003-2007-2011 los sectores (Gráfico VI-4): *Ciencia y Tecnología de los Ordenadores. Informática, Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental, Fotografía y procesos similares y Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países* y los subsectores (Gráfico VI-5): *Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida y Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguro contra pérdida o daño.* Este aumento en el número de páginas web

comerciales en línea puede ser indicativo de una buena adaptación a estas ayudas económicas.

Cómo muestra la Tabla VI-7 han disminuido el número de websites en este período los sectores (Gráfico VI-6): *Técnica artística. Artesanía, Fabricantes, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas, Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas, Organización de Oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: Lavandería. Limpieza, Higiene y salud pública. Prevención de accidentes, Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa y Lectura y los subsectores (Gráfico VI-7): Deportes. Juegos deportivos, Información para el gran público. Medios de comunicación de masas, Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad, Publicidad y propaganda, Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria, Economía de la energía en general y Aceites, grasas y ceras vegetales.: Aceite de oliva.* Esta disminución del número de empresas en línea es un síntoma de que no se han adaptado al medio y ni tan siquiera estas ayudas monetarias han funcionado.

Cómo se muestra en la Tabla VI-7, los sectores que se citan a continuación comienzan con un número alto de páginas web empresariales en el año 2003, descendiendo en 2007 y volviendo a aumentar en 2011 (Gráfico VI-8): *Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes, Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción, Artículos de Fantasía. Artículos de decoración, Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador, Ferretería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de hierro. Lampistería. Calentadores, Mecanismos e instrumentos de precisión, Industria de los materiales macromoleculares, Madera e industria de la madera, Empresas de expedición. Agencias de transportes, Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros, Telecomunicaciones y telecontrol, Vestido. Cuidados corporales, El mobiliario y accesorios, Empresas de hostelería y restauración, Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado, Agricultura en general, Ingeniería de los vehículos de transportes, Ingeniería. Tecnología en general, Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos, Química. Cristalografía. Ciencias mineralógicas, Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente, Tiempo libre. Ocio, Educación. Enseñanzas. Formación, Seguros. Provisión*

comunitaria mediante participación en los riesgos, Comercio del suelo. Comercio inmobiliario. Al igual que le ocurre a los subsectores (Gráfico VI-9): Clases de empresas de seguros, Estancias en hoteles, moteles, Acampadas en tiendas, caravanas, en camping, Viajes de placer. Turismo, Alimentos de origen animal, Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales, Ingeniería eléctrica. Electrotecnia, Máquinas eléctricas, Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos, Repuestos. Distribución. Control de existencias, Ventas, Gestión y Explotaciones agrarias, Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas, Plantas de jardín. Jardinería, Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general, Cuestiones generales de la cría de animales, Cuidado y protección de los vestidos, Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse, Materiales y elementos de construcción, Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios, Acabado y decoración, Entretenimientos públicos. Espectáculos. Estos sectores y subsectores finalmente se adaptan a la Red, pero comienzan publicitando su empresa, sin desarrollar todas las posibilidades que les brinda Internet. Así, muchas de ellas van desapareciendo hasta el año 2007, año en el que con la situación de crisis económica y ante la existencia de ayudas para el fomento de la venta a través de Internet, comienzan a aparecer nuevas páginas aumentando así hasta 2011.

Cómo se muestra en la Tabla VI-7 los sectores que se citan a continuación, comienzan con un número bajo de páginas web empresariales en el año 2003, aumentando en 2007 y volviendo a disminuir en 2011 (Gráfico VI-10): *Farmacia general y profesional y Fiestas nacionales. Festejos populares* y el subsector (Gráfico VI-11): *Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc.*

En este caso las ayudas económicas han servido para impulsar el comercio electrónico a través de la Red, pero no ha tenido continuidad cayendo el número de empresas on line, bien porque no hayan tenido éxito las web comerciales o porque les haya afectado la situación de crisis económica en esos años.

Si se compara la evolución de los datos en los tres años estudiados (Gráfico VI-2), los sectores que han evolucionado favorablemente en este periodo han sido: *Tiempo libre.*

Ocio, Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos y Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción. Por el contrario los sectores (Gráfico VI-2): *Fiestas nacionales. Festejos populares, Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas* y el subsector *Información para el gran público. Medios de comunicación de masas* han desaparecido en este último año.

CONCLUSIONES

En este capítulo se describen las conclusiones y aportaciones principales, junto con las futuras líneas de trabajo que surgen como posibles ampliaciones a partir de lo expuesto en esta tesis.

VIII. CONCLUSIONES

Al abordar el estudio del comercio electrónico en Extremadura, ocupando un lugar especial la clasificación de las empresas en línea, son diversos los objetivos que se plantearon al comienzo de esta tesis. Como se expone en las siguientes líneas, estos se han cumplido satisfactoriamente.

OBJETIVO 1. Recuperación de las tiendas en línea extremeñas

Con en esta tesis queda demostrado que la recuperación mediante los buscadores seleccionados ha permitido obtener resultados. Es cierto que al extraer los resultados se han encontrado un mayor número de directorios empresariales que empresas en sí, a través de los cuales se ha podido trabajar.

OBJETIVO 2. Elaboración de un directorio empresarial

En el Anexo II se presenta el directorio de webs comerciales recuperadas ordenadas de forma alfabética.

OBJETIVO 3. Clasificación de las tiendas en línea

Con el estudio realizado se demuestra que la Clasificación Decimal Universal se adapta perfectamente a los sectores existentes en el mundo empresarial extremeño en línea y por tanto es válida para el comercio electrónico de manera global. Además es lo suficientemente flexible como para poder comparar resultados ordenados con otras clasificaciones.

OBJETIVO 4. Análisis de las tiendas recuperadas en el año 2006

El estudio de los websites comerciales recuperados muestra que el comercio electrónico extremeño es mejor analizarlo con una metodología propia, fruto del

análisis de la bibliografía especializada ya que las metodologías recuperadas son aplicadas a sitios web comerciales muy desarrollados, mientras que el comercio electrónico extremeño es un fenómeno reciente al inicio de esta tesis.

Con los resultados obtenidos al aplicar esta metodología se establece una nueva línea de investigación para la realización de análisis de parámetros web comerciales.

Mediante el análisis de websites por provincias y de manera global, se concluye que la provincia de Cáceres presenta un mayor número de empresas (**978**) que la de Badajoz (**731**).

Los tres primeros sectores con un mayor número de empresas en la provincia de Badajoz son: *Tiempo libre. Ocio* con **164** websites, *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* con **82** páginas y *Materiales de construcción, prácticas y procedimientos de construcción* con **59** empresas en línea.

Exceptuando los sectores *Empresas de expedición. Agencias de transportes y Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental* que no poseen ninguna página web en el año 2006, los tres sectores que menor número de websites presentan de la provincia de Badajoz son: *Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración* que no presenta ninguna página de las que posee, *Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países y Química. Cristalografía. Ciencias Mineralógicas* con una sola tienda en línea cada sector.

Los tres primeros sectores que mayor número de empresas tienen pertenecientes a la provincia de Cáceres son: *Tiempo libre. Ocio* con **410** websites, *Materiales de construcción, prácticas y procedimientos de construcción* con **73** páginas y *Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* con **65** empresas en línea.

Exceptuando los dos sectores mencionados con anterioridad que no tienen tiendas en línea el año 2006, los tres sectores que menor número de websites presentan de la provincia de Cáceres son: *Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países y Química. Cristalografía. Ciencias Mineralógicas* que no presentan

ninguna tienda en línea e *Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos* con una sola tienda en línea.

A través del análisis de las características web, se pone de manifiesto que los sectores que están mejor representados por tener mayor número de tiendas en línea, como es el caso de *Tiempo libre. Ocio, Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción, Dietética Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos* no son los que mejor responden al análisis de parámetros, ya que presentan una mayor diferencia entre las características que tienen y la situación ideal.

Las características mejor representadas en el comercio electrónico extremeño son: información clara, catálogo de productos, datos de contacto, logo o distintivo en todas las páginas y fotografía del producto.

Los parámetros a mejorar en las tiendas en línea de Extremadura son: buscador, sello o certificación, información adicional, enlaces a páginas relacionadas, idiomas, estructura de la información, formulario y venta directa.

Se concluye que las webs empresariales extremeñas, como ocurre con las tiendas en línea en general, no utilizan colores agresivos, sino que usan aquellos que transmiten tranquilidad (azul, blanco y verde).

Otra de las debilidades localizadas es que los sitios analizados no presentaban los parámetros ayuda, accesibilidad para deficientes visuales, opiniones o comentarios de usuarios y forma de vínculos.

Se encontró además un cambio importante a la hora de presentar la página: al principio del estudio se localizaron websites que se hallaban alojadas en host pero al finalizar el análisis ya tenían dominio propio.

Los resultados estadísticos muestran que los sectores *Empresas de expedición. Agencias de transportes y Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental* desaparecieron de la Red en el año 2006.

El valor mínimo de características por sector en este año es de 7, que se corresponde con el sector *Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países* y el máximo de 3622 del sector *Tiempo libre. Ocio*.

Los resultados obtenidos muestran además que hay una gran heterogeneidad en los datos.

OBJETIVO 5. Adaptación de la empresa extremeña al comercio electrónico

En el período estudiado 2003-2007-2011, han aumentado el número de web empresariales en los sectores:

- Ciencia y tecnología de los ordenadores. Informática
- Medicina social. Cuidado de la salud social: física y mental
- Fotografía y procesos similares
- Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países

y en los subsectores:

- Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguros de bienes. Seguro contra pérdida o daño
- Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales.

Han disminuido el número de empresas en Red durante este período, los sectores siguientes:

- Lectura
- Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa
- Higiene y salud pública. Prevención de accidentes
- Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: Lavandería. Limpieza
- Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas, destacando una disminución de *web* empresariales en línea de los subsectores del mismo: *Publicidad y propaganda, Medios publicitarios visuales/medios acústicos de publicidad e Información para el gran público. Medios de comunicación de masas*
- Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas

- Fabricantes

y los subsectores:

- Aceites, grasas y ceras vegetales
- Economía de la energía en general
- Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria
- Deportes. Juegos deportivos

Durante el año 2007 disminuye la presencia de páginas web comerciales, presentando un parón en el comercio electrónico. Período de estabilización que coincide con el inicio de la crisis económica en el país. Prueba de ello son los sectores:

- Comercio del suelo. Comercio inmobiliario
- Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos, sobresaliendo el subsector: *Clases de empresas de seguros*
- Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre
- Tiempo libre. Ocio, sobresaliendo los subsectores: *Estancia en hoteles, moteles, Acampada en tiendas, en caravanas, en camping y Viajes de placer. Turismo*
- Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente
- Química. Cristalografía. Ciencias mineralógicas
- Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos
- Ingeniería. Tecnología en general, sobresaliendo los subsectores: *Ingeniería eléctrica. Electrotecnia y Máquinas eléctricas.*
- Ingeniería de los vehículos de transporte, siguiendo la misma línea los subsectores: *Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos, Repuestos. Distribución. Control de existencias y Ventas*
- Agricultura en general, destacando dentro de este sector los subsectores: *Gestión y organización de las explotaciones agrarias, Maquinaria agrícola y Plantas de jardín. Jardinería*
- Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado, siguiendo la misma línea los subsectores: *Cría de animales para la alimentación humana, Animales de granja en general y Cuestiones generales de la cría de animales*
- Empresas de hostelería y restauración

- El mobiliario y accesorios
- Vestido. Cuidados corporales, siguiendo la misma línea los subsectores: *Cuidado y protección de los vestidos y Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse*
- Telecomunicaciones y telecontrol
- Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros
- Empresas de expedición. Agencias de transporte
- Madera e industria de la madera
- Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho
- Mecanismos e instrumentos de precisión
- Ferretería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de hierro. Lampistería. Calentadores
- Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador
- Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración
- Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción, siguiendo la misma línea los subsectores incluidos en él: *Materiales y elementos de construcción, Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas. Otros oficios, Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios y Acabado y decoración*
- Diversiones. Espectáculos. Juegos. Deportes

Y los subsectores:

- Alimentos de origen animal
- Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales

En el año 2003 comenzaron con un número pequeño de empresas on line, sufriendo un crecimiento en 2007 y disminuyendo en 2011 el sector:

- Fiestas nacionales. Festejos populares y Farmacia general y profesional

y el subsector:

- Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc.

Aquellos sectores y subsectores que han disminuido el número de tiendas en línea son los que necesitan estudios específicos para determinar el tipo de apoyo que mejor les

viene. De manera que sería interesante un estudio detallado de los mismos para establecer ayudas y ver las necesidades de cada uno.

De la misma forma esta tesis demuestra que el comercio electrónico extremeño demanda nuevas tiendas que usen la Red para vender sus productos.

6. Evolución del comercio electrónico

En la evolución del comercio electrónico extremeño, desde el punto de vista cuantitativo, se pueden considerar dos etapas:

La primera abarca el período 2003-2006, etapa de iniciación, en la que se muestra un aumento de la presencia de empresas en la Red, considerando el año 2006 como el año de la consolidación del comercio electrónico extremeño.

La segunda abarca el período 2007-2011, etapa de estabilización, en la que a pesar de que no todos los sectores evolucionan a la misma velocidad, sigue aumentando el número de empresas en Red.

El sector *Tiempo Libre. Ocio*, se caracteriza porque es el que más web empresariales tiene, seguido del sector *Materiales de construcción, prácticas y procedimientos de construcción* y el de *Dietética. Principios nutricionales aplicados a las bebidas y a los alimentos*. El sector de alimentación es uno de los que peor se adapta al e-commerce, pero Extremadura presenta una clara excepción quizás debida a que el sector agrícola y ganadero son claves en la economía de esta comunidad y a la publicidad de la Denominación de Origen de la Junta de Extremadura.

Entre los sectores que menor número de empresas presentan se encuentra *Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países*, seguido de *Fiestas Nacionales. Festejos populares*.

La evolución del comercio electrónico en la comunidad extremeña en el período 2003-2007-2011 se caracteriza porque aunque comienza con un número elevado de web empresariales on line, sufre un descenso hasta llegar a un punto de inflexión en el año 2007, a partir del cual comienza a subir hasta el año 2011.

OBJETIVO 7. Elaborar una metodología de estudio

Se ha elaborado una metodología para el estudio y análisis de las empresas en línea extremeñas.

HIPÓTESIS 1

Los resultados confirman la hipótesis de partida sobre la evolución favorable del comercio electrónico en la región extremeña durante la última década.

HIPÓTESIS 2

Queda confirmado que la Clasificación Decimal Universal es una herramienta válida para la sistematización de las páginas web comerciales y permite obtener conclusiones respondiendo a los objetivos y a las hipótesis.

HIPÓTESIS 3

Como queda demostrado a través de los resultados, el comercio electrónico en Extremadura ha adaptado sus empresas a la Red.

LÍNEAS FUTURAS

IX. LÍNEAS FUTURAS

Un proyecto como el realizado en este estudio es una fuente de posibles líneas de trabajo en el futuro, tanto en el establecimiento del estudio cuantitativo como en la metodología empleada. Realmente son muchas las posibles líneas futuras que se plantean como resultado de la experiencia acumulada en el desarrollo de la presente tesis. Sin embargo, a continuación se destacan sólo aquellas que nos parecen más interesantes con el objetivo final de avanzar en el estudio del comercio electrónico en nuestra región y poder ampliarlo a nivel nacional:

- Analizar la venta directa e indirecta en las web empresariales extremeñas recuperadas.
- Continuar este análisis cuantitativo en un futuro.
- Ampliar el estudio cuantitativo con un estudio cualitativo de las empresas on line.
- Ver si el comercio electrónico se impone sobre el tradicional.
- Ver si el comercio electrónico regional avanza a la par que el nacional e internacional.
- Estudiar los sectores predominantes.
- Estudiar al usuario, la evolución del comprador electrónico.
- Estudiar el comercio electrónico a través de otros medios: móvil, televisión, redes sociales, etc., en definitiva comercio ubicuo.
- Estudiar con la metodología elaborada el comercio electrónico nacional e internacional.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Andersen Consulting. La empresa española ante el comercio electrónico. *Situación*, 2000.

MORA, Marcos; DEL CARMEN, María; ROVIRA FONTANALS, Cristòfol. Evaluación de la usabilidad en sistemas de información web municipales: metodología de análisis y desarrollo. En *La dimensió humana de l'organització del coneixement*. Facultat de Biblioteconomia i Documentació, 2005. p. 415-432.

ADELL, Jordi. Redes y Educación. En *Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación*. Redes y Educación. Barcelona: Cedecs, 1998. p. 177-212.

ADSUARA VARELA, Borja. Algunas consideraciones previas sobre el comercio electrónico. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*. 2004, nº 813, p. 15-26.

AECE, Asociación Española de Comercio Electrónico. Estudio comercio electrónico B2C en España [en línea]. AECE-fecemd, 2003. [Consulta: 13 marzo 2005]. Disponible en: <http://www.aece.org/noticias.asp>

AECE, Asociación Española de Comercio Electrónico. Empresas tecnológicas reclaman a las administraciones que sean "motor" en la incorporación de TICs. Noticias.com [en línea].2003. [Consulta: 13 marzo 2005]. Disponible en: <http://www.aece.org/noticias.asp>

AGUIRRE, Alix; MANASÍA, Nelly. El comercio electrónico y su aporte socioeducativo. *Frónesis*. 2007, vol. 14, nº 1, p. 32-50.

ALADWANI, A. M. The development of two tools for measuring the easiness and usefulness of transactional Web sites. *European Journal of Information Systems* [en línea]. 2002, vol. 11, nº 3, p. 223-234. [Consulta: 11 enero 2012]. Disponible en: <http://www.jisonline.com/>

ALARCÓN ÁLVAREZ, E. de. *Diccionario de términos informáticos e Internet*. Madrid: Anaya Multimedia, 2007.

AL-BIQAMI, N.M. "The design and evaluation of a Hajj Web site on behalf Hajj Research Centre, Saudi Arabia". Dissertation, Department of Information Science, Loughborough University, 1997.

ALFONZO, Carmen Sofía. Comercio Electrónico: la venta por catálogo del siglo XXI. *Debates lesa*. 2010, vol. 15, nº 3, p. 72-77.

- ALONSO CONDE, Ana Belén. *Comercio electrónico: antecedentes, fundamentos y estado actual*. Librería-Editorial Dykinson, 2004.
- ALWAYSTONE [en línea]. [Consulta: 15 septiembre 2003]. Diponible en <http://alwaystone.com>
- AMETIC. Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales [en línea]. Informe anual 2011. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en http://www.ametic.es/download/documents/MEMORIA%20AMETIC_2011_FIN AL.pdf
- AMÓN, Jesús. *Estadística para psicólogos I: estadística descriptiva*. Madrid: Pirámide, 1995.
- Andersen Consulting España, Banco Santander Central Hispano. España on line: ideas para afrontar la e-economía [en línea]. 2000. [Consulta: 6 noviembre 2004]. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/bsch/online.html>
- ARTEA, Kirru. Los expertos creen que los cambios sociales marcarán el futuro de Internet [en línea]. *Cinco días*, 20 de mayo de 2011. [Consulta: 6 febrero 2012]. Disponible en: http://www.cincodias.com/articulo/empresas/expertos-creen-cambios-sociales-marcaran-futuro-internet/20110520cdscdiemp_24/
- Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Comercio entre empresas B2B: guía de mejores prácticas [en línea]. 1999. [Consulta: 12 enero 2012]. Disponible en: <http://www.autelsi.es/cms/autel/pdf/guiaceb2b.pdf?inicio>
- ÁVILA GÁNDARA, A. *Comercio electrónico en México: Política, Regulaciones y Marco Jurídico* [en línea].2010. [Consulta: 12 diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/Led146712/comercio-electrnico-en-mxico>
- BADRE, Albert. *Shaping Web usability: interaction design in context*. Addison-Wesley Professional, 2002.
- BELLO ACEBRÓN, Laurentino; RAMOS PEDREIRA, Antonio M. Importancia del comercio electrónico B2B e impacto de la innovación en los comportamientos de compra. *Ábaco*. 2012, vol. 3, nº 73, p. 23-32.
- BRESCIANI QUIRÓS, Román. Reseña sobre el comercio electrónico. *Revista Escuela Judicial* [en línea]. 2007, nº 5. [Consulta: 6 enero 2010]. Disponible en <http://sitios.poder->

judicial.go.cr/escuelajudicial/archivos%20actuales/documents/revs_ej/rev_ej_n5.pdf#page=125

CÁMARA DE CÁCERES. Cámara oficial de Comercio e Industria de Cáceres. Cáceres: Cámara de oficial de Comercio de Cáceres [en línea]. [Consulta: 22 septiembre 2003]. Disponible en: <http://www.camaracaceres.es>

CARO CASTRO, C. Sistemas de clasificación y organización de la información en Internet [en línea]. En: VI Jornadas Españolas de Documentación.1998. [Consulta: 14 de marzo 2004]. Disponible en: http://fesabid98.florida-uni.es/Comunicaciones/c_caro.htm

CASSANY, D.; AYALA, G. Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *Revista Consejo Escolar del Estado* [en línea]. Noviembre 2008, nº 9. [Consulta: 10 enero 2012] Disponible en: <http://www.educacion.gob.es/revista-cee/pdf/n9-ayala-gilmar.pdf>

CHAFFEY, D.; MAYER, R.; JOHNSTON,K.; ELLIS-CHADWICK, F. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Harlow: Financial Times and Prentice Hall, 2000.

CHECHEN, Liao; PALVIA, Prashant; HONG-NAN, Lin. The Roles of Habit and Web Site Quality in E-Commerce. *International Journal of Information Management* [en línea]. 2006, vol. 26, nº 6, p. 469-48. [Consulta: 12 noviembre 2011]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401206001186>

CHEN, Deng-Neng et al. An agent-based model for consumer-to-business electronic commerce. *Expert Systems with Applications* [en línea]. 2008, vol. 4, nº1, p. 469-481. [Consulta: 12 diciembre 2010]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417406002983>

CHU, Sung-Chi et al. Evolution of e-commerce Web sites: A conceptual framework and a longitudinal study. *Information and Management* [en línea]. 2007, vol. 44, nº 2, p. 154–164. [Consulta: 12 noviembre 2011]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720606001200>

Clasificación Decimal Universal (CDU). Edición Abreviada de la Norma UNE 50001: 2000. Madrid: AENOR, 2001.

Comisión de las Comunidades Europea. *Libro Blanco del Comercio* [en línea]. 1999. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.cordis.lu/esprit/scr/ecomcom.html>

- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual* [en línea]. 2008. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=154c3dcd-c4f8-44ce-864b-ed8b966d418b&groupId=10138
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual* [en línea]. 2009. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=056d2756-04b4-4e15-b3c0-b17dd73eeb0a&groupId=10138
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2003. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2004. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2005. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2006. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2007. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2010. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual*. [en línea]. 2011. [Consulta: 13 septiembre 2012]. Disponible en: <http://informeanual.cmt.es/>
- COSTA DUTRA, Verano; CAVALI, Luciana. Medicamentos ilegais na internet: caso do pramil e cytotec. *TEXTOS de la CiberSociedad* [en línea]. 2008 [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/textos>
- CRISTÓBAL, Eduard. et al. Spanish E-Consumer Segmentation and Positioning in Virtual Supermarkets Sector. *International Journal of Marketing Studies* [en línea]. Mayo, 2011b, vol. 3, nº 2, p. 16-31. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/10370>
- CRISTÓBAL, Eduard; MARIMON, Frederic. La gestión del supermercado virtual: tipificación del comportamiento del cliente online. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Abril 2011a, vol. 17, nº 1, p. 093-112.

- Decreto 231/2000, de 21 de noviembre, por el que se establecen ayudas para la modernización y mejora del pequeño y mediano comercio en la Comunidad Autónoma de Extremadura. *Diario Oficial del Estado*, 28 de Noviembre de 2000, nº 138, p. 11899-11912.
- Decreto 143/2004, de 14 de septiembre, de Fomento y Apoyo de la Actividad Comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura. *Diario Oficial del Estado*, 21 de Septiembre de 2004, nº 110, p. 11449-11467.
- Decreto 38/ 2007, de 6 de marzo, de fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura y primera convocatoria de las ayudas para el ejercicio 2007. *Diario Oficial de Extremadura*, 13 de marzo de 2007, nº 30, p. 4710-4734.
- DÍAZ LUQUE, Pablo; GUEVARA PLAZA, Antonio Jesús; ANTON CLAVÉ, Salvador. La presencia en Internet de los municipios turísticos de sol y playa: Mediterráneo y Canarias. En Turitec 2006: VI Congreso nacional turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones. Escuela Universitaria de Turismo, 2006. p. 423-443.
- DENG, Robert H., et al. Editorial: special issue on ubiquitous electronic commerce systems. *Electronic Commerce Research*. 2011, vol. 11, nº 1, p. 1-4.
- DOUGHERTY, Dale. Web 2.0 and the Social Context of Learning. *Project Information Literacy* [en línea]. 2004. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://projectinfolit.org/st/dougherty.asp>
- DREYFUS, Hubert; DREYFUS, S. E. *Minds over machines*. Nova York: Macmillan, 1986.
- ESTEBAN TALAYA, Agueda; MILLÁN CAMPOS, Ángel; MOLINA COLLADO, Arturo. La comercialización de productos turísticos en Internet: implicaciones para las agencias de viaje. *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*.2000, nº 39, p. 15-36.
- Eurostat. *Informe anual Information Society Statistics*. [en línea]. 2011. [Consulta: 14 octubre 2011]. Diponible en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/introduction/
- FANO, Andrew; GERSHMAN, Anatole. The future of business services in the age of ubiquitous computing. *Communications of the ACM*. 2002, vol. 45, nº 12, p. 83-87.

- FEITO, O. Comercio electrónico [en línea]. *Cinco Días*: Madrid, 19 de julio de 2010. [Consulta: 14 marzo 2011]. Disponible en: http://www.cincodias.com/articulo/opinion/comercio-electronico/20100719cdscdiopi_4/
- FERNÁNDEZ FALERO, M. Rosario; PERAL PACHECO, Diego. Situación del comercio electrónico en Extremadura después de la crisis de Internet. En: *Contenidos y Aspectos Legales de la Sociedad de la Información* (CALSI). Valencia: Universidad Politécnica, 2003. P. 23-24.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D.; HURTADO GUAPO, M.A. El impacto de internet en el comercio electrónico. En: IV Congreso de Comunicación Local. Castellón de la Plana: Comloc, 2004.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D.; HURTADO GUAPO, M.A. Mercado electrónico: web comerciales en Extremadura. En: II Jornadas de Historia de la Medicina en Extremadura. Zafra, 2004.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D.; HURTADO GUAPO, M.A. Comercio electrónico en la era digital: España. *Razón y Palabra*, 2005, p. 1-16.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D.; HURTADO GUAPO, M.A. Clasificación y análisis de páginas web comerciales extremeñas. En: X Encuentros Internacionales sobre sistemas de Información y Documentación. Zaragoza: Ibersid 05, 2005.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D.; HURTADO GUAPO, M.A. Mercado electrónico: web comerciales en Extremadura. *Revista de Estudios Extremeños*, 2005, p. 259-278.
- FERNÁNDEZ FALERO, Rosario; PERAL PACHECO, Diego. Posibilidades del comercio electrónico en la era digital. *Hologramática*, 2006, vol. 1, nº 4, p. 55-67.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D.; HURTADO GUAPO, M.A. Evaluación, características y calidad de páginas web comerciales extremeñas: 2003-2005. En: XI Encuentros Internacionales sobre sistemas de Información y Documentación. Zaragoza: Ibersid 06, 2006.
- FERNÁNDEZ FALERO, M.R. PERAL PACHECO, D; HURTADO GUAPO, M.A. Metodología de investigación documental aplicada a la información económica. *Hologramática*. 2006, p. 3-19.
- FERNÁNDEZ FALERO, M. Rosario; SÁNCHEZ GIL, Libertad ; GORDILLO TAPIA, Luis V. Gordillo. Cycle of Information Retrieval through Color in e-Commerce: Store

- Choice. En *Advances in Information Systems and Technologies*, AISC 206. Springer-Verlag Berlin Heidelberg: Heidelberg, Germanypp, 2013. p. 1033-1040.
- Five e-commerce errors. *Link-up*. 2002, Vol. 19, núm 3, p. 31-32.
- FLETCHER, Mike. How to create the perfect e-commerce website. *Revolution Magazine* [en línea]. Febrero 2009. [Consulta: 25 enero de 2012]. Disponible en: <http://www.prweek.com/uk/features/888768/create-perfect-e-commerce-website/?DCMP=ILC-SEARCH>
- FOX, R. News track. *Communication od the ACM*. 1999, vol. 42, núm 5, p. 9.
- FRANCO, Laerte K. et al. MUCS: A model for ubiquitous commerce support. *Electronic Commerce Research and Applications* [en línea]. 2011, vol. 10, nº 2, p. 237–246. [Consulta: 14 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422310000700>
- GALANXHI, Holtjona; FUI-HOON NAH, Fiona. Privacy Issues in the Era of Ubiquitous Commerce. *Electronics Markets* [en línea]. 2006, vol. 16, nº 3, p. 222-232. [Consulta: 1 octubre 2007 y 6 febrero 2010]. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10196780600841894>
- GALANXHI-JANAQI, NAH, F. U-Commerce: Emerging Trends and Research Issues. *Industrial Management and Data Systems* [en línea]. 2004, vol. 104, nº 9, p. 744–755. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=850237&show=html>
- GARCÍA, F. *Comercio y Firma Electrónicos: Análisis jurídico de los servicios de la sociedad de la información*. 1ª ed. Valladolid: Lex Nova, 2002.
- GARCÍA, Felipe; ROMO, Jesús, BENITO, Manuel. *Nativos digitales y modelos de aprendizaje* [en línea]. 2007. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>
- GARIN MUÑOZ, Teresa; PÉREZ AMARAL, Teodosio. Factores determinantes en el comercio electrónico en España. *Boletín económico del ICE* . 2011, nº 3016, p. 51-65.
- GÓMEZ GUERRERO, Francisco. “Estudio de los problemas organizativos en la implantación de sistemas de comercio electrónico en las empresas” [en línea]. Trabajo Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya, 2012. [Consulta 2 enero 2012]. Disponible en: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/11705/6/franggTFCO112memoria.pdf>

- GÓMEZ, Antonio. Unir, Compartir, Distribuir: la Búsqueda de Información en la Red. El caso Google. *Razón y Palabra* [en línea]. 2005, nº 42. [Consulta: 1 diciembre 2006]. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/agomez.htm>
- GORDO, Ángel J.; MEGÍAS, I. *Jóvenes y cultura Messenger: tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*. Madrid: FAD-INJUVE, 2006.
- GUARDIA, C. de la. La evolución del comercio electrónico. *Razón y palabra* [en línea]. Noviembre 2000- Enero 2001, nº20. [Consulta: 13 febrero 2012] Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n20/20_cguardia.html.
- GUPTA, Babita; LAKSHMI, Iyer; WEISSKIRCH, Robert. Facilitating Global E-Commerce: A Comparison of Consumers' Willingness to Disclose Personal Information Online in the U.S. and in India. *Journal of Electronic Commerce Research*. 2010, 11, nº1, p. 41-52.
- HACKOS, Joann. *Managing your documentation projects*. Nova York: Wiley, 1994.
- HACKOS, Joann; REDISH, T.; Redish, Janice. *User and task analysis for interface design* [en línea]. Nova York: Wiley, 1998. [Consulta: 13 enero 2012]. Disponible en: <http://old.sigchi.org/bulletin/1999.3/pubs.pdf>
- HENST, Cristian Van Der. ¿Qué es la web 2.0? [en línea].2012. [Consulta: 12 enero 2012]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>
- HERNÁNDEZ SALAZAR, Patricia. La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*. 2001, vol. 5, nº 30, p. 30-64.
- HERNANDO LOPERA, L. Elementos para una lectura de la era digital en relación con los servicios de información y sus usuarios [en línea]. En: Encuentro Anual de ASEIBI. Medellín, 1999. [Consulta: 13 abril 2005]. Disponible en <http://biblioteca.udea.edu.co/~hlopera/ponencia-aseibi.htm>
- HOFFMAN, Donna; NOVAK, Thomas; CHATTERJEE, Patrali. Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges *Journal of Computer Mediated Communication*[en línea]. 1997, vol. 1, nº 3, p.1-21. [Consulta: 12 diciembre 2012]. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol.1/issue3/hoffman.html>
- HURTADO GUAPO, María Antonia. "Evolución cuantitativa del comercio electrónico extremeño (2003-2006) y análisis cualitativo y cuantitativo de los sitios web comerciales actuales". Trabajo para la obtención del Diploma de Estudios

- Avanzados. Directora: M^a del Rosario Fernández Falero. Universidad de Extremadura, Departamento de Información y Comunicación, 2007.
- HURTADO GUAPO, María Antonia. “Análisis cuantitativo del comercio electrónico en Extremadura: 2003-2011”. Trabajo fin de Máster. Directora: M^a del Rosario Fernández Falero. Universidad de Extremadura, Departamento de Información y Comunicación, 2011.
- Instituto Nacional de Estadística. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares [en línea]. 2011. [Consulta: 12 diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística. Encuesta sobre equipamiento_y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares [en línea]. 2012. [Consulta: 12 marzo 2013]. Disponible en: <http://www.ine.es>
- INTERNET CONSULTING. Ecommerce definition [en línea].2006. [Consulta: 3 enero 2012]. Disponible en: http://www.straight-on.com/ecommerce_definition.htm
- JAY, R.; HAMILTON, A. Data Protection Law and Practice. London: Sweet and Maxwell, 2003.
- JOE, P. Negocios en internet [en línea]. 2008. [Consulta: 7 abril 2012]. Disponible en: <http://autorneto.com/negocios/negocios-en-internet/>
- JOIA, Luiz Antonio; BARBOSA DE OLIVEIRA, Luiz Claudio. Development and testing of an e-Commerce web site evaluation Model. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)* [en línea]. 2008, vol. 6, nº 3, p. 37-53. [Consulta: 7 abril 2012]. Disponible en: <http://www.igi-global.com/article/development-testing-commerce-web-site/3515>
- JUNGLAS, Iris; WATSON, Richard. U-Commerce: A Conceptual Extension of E-Commerce and M-Commerce. *ICIS Proceedings* [en línea]. 2003, p. 667-677. [Consulta: 4 de septiembre de 2010]. Disponible en: <http://aisel.aisnet.org/icis2003/55>
- KWON, Ick et al. Recommendation of e-commerce sites by matching category-based buyer query and product e-catalogs. *Computers in Industry* [en línea]. Abril 2008, vol. 59, nº 4, p. 380-394. [Consulta: 7 abril 2012]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166361507001595>
- LEE, Simon; RAO, Srinivasan. Color and store choice in Electronic Commerce: The explanatory role of trust. *Journal of Electronic Commerce Research* [en línea].

- 2010, vol. 11, nº 2, p. 110–126. [Consulta: 1 enero 2012]. Disponible en: <http://www.csulb.edu/web/journals/jecr/issues/20102/paper2.pdf>
- LEONG, Leslie. U-Commerce: introducing the new challenges for e-business. *International Journal of Services Technology and Management* [en línea]. 2005, vol. 6, nº 1, p. 72-75. [Consulta: 18 julio 2009]. Disponible en: <http://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=6545>
- LITUCHY, Terri; BARRA, Roberta. International issues of the design and usage of websites for e-commerce: Hotel and airline examples. *Journal of Engineering and Technology Management* [en línea]. 2008, vol. 25, nº 1-2, p. 93-111. [Consulta: 13 enero 2012]. Disponible en: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1363394&CFID=107902864&CFTOKEN=29423368>
- LLINÁS, Gilberto, et al. En qué se fijan los internautas para seleccionar páginas web sanitarias. *Revista Calidad Asistencial*. 2005, vol. 20, nº 7, p. 385-390.
- LUZ CLARA, Bibiana. *Manual de Derecho Informático*. Santa Fe: Editorial Jurídica Nova, 2001.
- MAIXENCHS, J. Comercio electrónico y relaciones Business to Business. *Revista AECOC*. Comercio electrónico. 1999, nº 5, p. 6.
- MARTÍNEZ LÓPEZ, Francisco J.; HUERTAS, Paula Luna. *Marketing en la sociedad del conocimiento: claves para la empresa*. Madrid: Delta, 2008.
- MARTÍNEZ, Miryam; FERNÁNDEZ, Roberto; SACO, Manuela. *Supermercados.com: Marketing para los supermercados virtuales*. Madrid: ESIC Editorial, D.L. 2008.
- MAYORDOMO, Juan Luis. *e-Marketing*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, D.L. 2003.
- MCGOVERN, Gerry; NORTON, Rob; O'DOWD, Catherine. *The Web content style guide: an essential reference for online writers, editors, and managers*. Ft Press, 2002.
- MEDINA, C. La era digital llega a casa. *PC WORLD* [en línea]. 2005. [Consulta: 19 abril 2005]. Disponible en: <http://www.pcwla.com/>
- MEROÑO, Angel Luís. El correo electrónico en las Pymes para la comunicación y gestión del conocimiento. *Universia Business Review-Actualidad Económica*. 2005, vol. 1, nº 5 p. 71-79.
- MERWE, Rian Van Der; BEKKER, James. A framework and methodology for evaluating e-commerce web sites. *Internet Research: electronic Networking Applications and Policy* [en línea]. 2003, vol. 13, nº 5, p. 330-341. [Consultado: 12 marzo

- 2003]. Disponible en:
<http://ptarpp2.uitm.edu.my/silibus/FrameworkEcommerce.pdf>
- MESEGUER ARTOLA, A.; RODRIGUEGUEZ ARDURA, I.; VILASECA REQUENA, J. Situación y perspectivas del comercio electrónico en España: Un análisis a través del volumen del negocio electrónico. *ESIC MARKET*. Enero-abril, 2003, p.78-107.
- MILLÁN PAREDES, Tatiana. Televisión digital. PC y móviles de tercera generación: ¿competencia o confluencia?. *Razón y palabra* [en línea]. 2005, nº. 45, p. 1-6. [Consulta: 12 diciembre 2006]. Disponible en:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/tmillan.html>
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. *Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas: Cifras y datos* [en línea]. [Consulta: 6 noviembre 2011]. Disponible en:
<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/dop/htm/cifrasydatos.aspx>
- MIRANDA GONZÁLEZ, F.J.; BAÑEGIL PALACIOS, T.M. Quantitative evaluation of commercial web sites: an empirical study of Spanish firms. *International Journal of Information Management*. 2004, nº 24, p. 313-328.
- MOMINÓ, Josep et al. La integración de Internet en la educación escolar española: situación actual y perspectivas de futuro: informe de investigación [en línea]. 2008. [Consulta: 12 enero 2012]. Disponible en:
<http://hdl.handle.net/10609/1387>
- MOORE, M. El comercio en la era digital [en línea]. 2001. [Consulta: 10 abril 2005]. Disponible en
http://www.analitica.com/bitbliblioteca/mike_moore/comercio_digital.asp
- NIELSEN, J.; NORMAN, D. Website usability: usability on the Web isn't a luxury. *Information Week*. 2000. [Consulta: 14 febrero de 2012]. Disponible en:
<http://www.informationweek.com/773/web.htm>
- NIELSEN, Jakob; TAHIR, Marie. *Homepage Uability: 50 websites deconstructed*. Indianapolis, Prentice Hall, 2001.
- O'REILLY, Tim. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. *Educational Technology Papers* [en línea]. 2006. [Consulta: 10 de enero de 2012]. Disponible en:
http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web_20_compact.html
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Entidad pública empresarial de red.es, Asociación Española de Comercio

- Electrónico y Marketing Relacional. Estudio sobre comercio electrónico B2C 2006 [en línea]. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2006. [Consulta: 13 marzo 2011]. Disponible en: <http://www20.gencat.cat/docs/empresaiocupacio/17%20-%20Telecos%20i%20SI/Documents/Dades%20i%20estadistiques/Arxius/B2C2006.pdf>
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2011 [en línea]. 2011. [Consulta: 18 marzo 2012]. Disponible en: <http://www.red.es/media/registrados/2011-11/1321000922018.pdf?aceptacion=b493ac76fc52b19bf1bf68d418862903>
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Las TIC en los hogares españoles: XXXVII Oleada, Julio-Septiembre 2012. 2012 [Consulta 12 enero 2013]. Disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/resumen_ejecutivo_xxxvii_oleada_panel_hogares_0.pdf
- OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Estudio Económico de España, 2005. *ECO/EDR* [en línea]. 2005. [Consulta: 16 marzo 2005]. Disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/>
- OFUONYE, Ejike et al. How Do We Build Trust into E-commerce Web Sites?. *IEEE Software* [en línea]. *Septiembre- octubre* 2008, vol. 25, nº 5, p. 7-9. [Consulta: 23 abril 2012]. Disponible en: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1439216>
- OLVERA LOBO, Maria Dolores. Rendimiento de los sistemas de recuperación de información en la Wold Wide Web: revisión metodológica. *Revista Española de Documentación Científica* [en línea]. 2000, vol. 23, nº 1, p. 63-77. [Consulta: 6 diciembre 2011]. Disponible en: <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewArticle/318>
- OPENHEIM, Charles; WARD, Louise. Evaluation of web sites for B2C e-commerce. *Aslib Proceedings New Information Perspectives* [en línea]. 2006, vol. 58, nº 3, p. 237-260. Disponible en: <http://www.mendeley.com/catalog/evaluation-web-sites-b2c-e-commerce/#>
- Orden de 25 de marzo de 2002, por la que se convocan ayudas para la promoción del comercio electrónico en la pequeña y mediana empresa comercial en el año 2002, al amparo del Decreto 231/ 2000, de 21 de noviembre, por el que se establecen ayudas para la modernización y mejora del pequeño y mediano comercio en la Comunidad Autónoma de Extremadura. *Diario Oficial de Extremadura*, 6 de abril de 2002, nº 39, p. 4150-4152.

- Orden de 26 de noviembre de 2004, por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2005. *Diario Oficial de Extremadura*, 9 de diciembre de 2004, nº 143, p. 14732- 14735.
- Orden de 30 de diciembre de 2003, por la que se convocan ayudas para la promoción del comercio electrónico en la pequeña y mediana empresa comercial en el año 2002, al amparo del Decreto 231/ 2000, de 21 de noviembre, por el que se establecen ayudas para la modernización y mejora del pequeño y mediano comercio en la Comunidad Autónoma de Extremadura. *Diario Oficial de Extremadura*, 29 de enero de 2004, nº 11, p. 762-764.
- Orden de 6 de abril de 2006 por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2006. *Diario Oficial de Extremadura*, 18 de abril de 2006, nº 45, p. 6606- 6614.
- Orden de 12 de marzo de 2008 por la que se convocan ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2008. *Diario Oficial de Extremadura*, 25 de marzo de 2008, nº 57, p. 7048-7059.
- Orden de 23 de diciembre de 2008 por la que se convocan ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2009. *Diario Oficial de Extremadura*, 23 de enero de 2009, nº 15, p. 2096- 2107.
- Orden de 12 de noviembre de 2009 por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2010. *Diario Oficial de Extremadura*, 25 de noviembre de 2009, nº 227, p. 32433-32443.
- Orden de 19 de noviembre de 2010 por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2011. *Diario Oficial de Extremadura*, 23 de noviembre de 2010, nº 225, p. 27644- 27656.
- Orden de 11 de marzo de 2011 por la que se modifica la Orden de 19 de noviembre por la que se hace pública la convocatoria de ayudas para el fomento y apoyo de la actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el ejercicio 2011. *Diario Oficial de Extremadura*, 28 de marzo de 2011, nº. 60, p. 7534- 7536.

- PABLO, Virginia de; FERNÁNDEZ SANCHO, Natividad. El comercio electrónico en España: el futuro de la nueva economía. *Delibros*. 2001, vol. 14, nº 141, p. 26-32.
- PAVLOU, P.A. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce* [en línea]. 2003, vol. 7, nº 3, p. 69-103. [Consulta: 23 septiembre 2009]. Disponible en: <http://mesharpe.metapress.com/app/home/contribution.asp?referrer=parent&backto=issue,5,6;journal,39,49;linkingpublicationresults,1:106045,1>
- PERALTA ASTUDILLO, María Josefa, et al. *Estadística: problemas resueltos*. Madrid: Pirámide, 2000.
- POTTS, R.F. Comercio electrónico: Herramientas para los negocios del tercer milenio [en línea]. [Consulta: 7 septiembre 2004]. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/comlelectro.htm>
- PRENSKY, Mark. *The death of command and control*. Montreal: Tecnology Alliance Parthers, 2004.
- RANGANATHAN, C.; SANJEEV, Jha. Examining Online Purchase Intentions in B2C E-Commerce: Testing an Integrated Model. *Information Resources Management Journal* [en línea]. 2007, vol. 20, nº 4, p.48-64. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.irma-international.org/viewtitle/5519/>
- RODRÍGUEZ ARDURA, Inmaculada. *Marketing.com: y el comercio electrónico en la sociedad de la información*. Madrid: Ediciones Pirámide; ESIC editorial, 2002.
- RODRÍGUEZ, G. *El comercio electrónico (E-commerce). Bajo el marco de la OMC y la CNUDMI. Regulación para América Latina*. Venezuela: Jurídicas Rincón, C.A., 2004.
- ROMÁN, José. ¿Qué es un usuario? [en línea].2006. [Consulta: 13 febrero 2012]. Disponible en: <http://www.emezeta.com/articulos/que-es-un-usuario#ixzz1sbOWtQ3b>
- ROUSSOS, George; MOUSSOURI, Theano. Consumer Perceptions of Privacy, Security and Trust in Ubiquitous Commerce. *Personal and Ubiquitous Computing* [en línea]. 2004, vol. 8, nº 8, p. 416–29. [Consulta: 14 de septiembre de 2010]. Disponible en: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1037310.1037314>

- SHENG, Hong; FUI-HOON NAH, Fiona; KENG, Siau. An Experimental Study on Ubiquitous commerce Adoption: Impact of Personalization and Privacy Concerns. *Journal of the Association for Information Systems* [en línea]. 2008, vol. 9, nº 6, p. 344-376. [Consulta: 23 diciembre 2009]. Disponible en: http://cbafiles.unl.edu/public/cbainternal/researchlibrary/JAIS_2008_Sheng_Nah_Siau.pdf
- SINKOVICS, Rudolf; YAMIN, M.; HOSSINGER, Matthias. Cultural Adaptation in Cross Border E-Commerce: A Study of German Companies. *Journal of Electronic Commerce Research* [en línea]. 2007, vol. 8, nº 4, p. 221-235. [Consulta: 13 de enero de 2012]. Disponible en: <http://www.csulb.edu/journals/jecr/issues/20074/paper2.pdf>
- SMITH, Andy. Human-computer factors: A study of users and information systems [en línea]. Londres: MacGraw-Hill, 1997. [Consulta: 3 de enero de 2012]. Disponible en: <http://www.ie.zjut.edu.cn/hfm/UploadFiles/2007111045031919.pdf>
- SOLE MORO, M.L. *Comercio electrónico: un mercado en expansión*. Madrid: ESIC editorial, 2000.
- SONG, Jaeky; ZAHEDI, Fatemeh. A theoretical approach to web design in e-commerce: A belief reinforcement model. *Management Science* [en línea]. 2005, vol. 51, nº 8, p. 1219-1235. [Consulta: 3 de enero de 2012]. Disponible en: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/20110413?uid=3737952&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=56242129393>
- SUTCLIFFE, A. *Human-computer interface design*. Londres: Macmillan, 1988.
- SWAID, Samar I.; WIGAND, Rolf T. Measuring the quality of e-service: Scale development and initial validation. *Journal of Electronic Commerce Research* [en línea]. 2009, vol. 10, nº1, p. 13-29. [Consulta: 23 de enero de 2012]. Disponible en: <http://www.csulb.edu/journals/jecr/issues/20091/Paper2.pdf>
- TANG, Muh-Chyun; SUN, Ying. Evaluation of web-based search engines using user-effort measures. *Library and Information Science Research Electronic Journal* [en línea]. 2003, vol. 13, nº 2. [Consulta: 12 enero 2004]. Disponible en: <http://libres.curtin.edu.au/libres13n2/tang.htm>
- TASSABEHJI, Rana. *Applying E-Commerce in Business*. London: SAGE Publications Ltd, 2003.
- THOMAS, David. "The inclusion of web sites usability in a electronic commerce acceptance model" [en línea]. Doctoral Dissertation. USA: Southern Illinois

- University at Carbondale Carbondale, 2005. [Consulta: 7 marzo 2012].
Disponible en: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1168343>
- TIMMERS, Paul. *Electronic Commerce- Strategies and Models for Business-to-Business Trading*. Canadá: John Wiley & Sons, 2000.
- TORRE ESPEJO, Aníbal de la. Nativos Digitales VS Expertos Rutinarios [en línea]. [Consulta: 7 marzo 2012]. 2010. Disponible en: <http://alasonbradeltomate.es/2010/05/17/nativos-digitales-vs-expertos-rutinarios/>
- TORRE ESPEJO, Aníbal de la. Nuevos perfiles en el alumnado: la creatividad en nativos digitales competentes y expertos rutinarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento* [en línea]. Enero 2009, vol. 6, nº 1. [Consulta: 7 Septiembre 2010]. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=78011179008>
- TORRE LUENGO, María de la. Una aproximación al concepto de Sociedad Móvil. El Smartphone: su expansión, funciones, usos, límites y riesgos. *Derecom*. 2012, nº 11, p. 134-147.
- TURBAN, Efraim et al. *Electronic Commerce: A managerial perspective*. **Dennis Viehland**: Prentice Hall, 1999.
- VÁZQUEZ, E. Estudio de la situación del comercio electrónico en España. [en línea]. [Consulta: 15 marzo de 2005]. Disponible en <http://greco.dit.upm.es/~enrique/ce/indice.html>
- VÁZQUEZ, E.; BERROCAL, J. Informe de situación sobre comercio electrónico. Madrid: Secretaría General de Comunicaciones del Ministerio de Fomento, 1999.
- WALES, Jimmy; SANGER, Larry. Wikipedia [en línea]. [Consulta: 12 enero 2012]. Disponible en: <http://www.wikipedia.es>
- WATSON, R. T. et al. U-Commerce: Expanding the Universe of Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science* [en línea]. 2002, vol. 30, nº 4, p. 333-348. [Consulta: 23 de enero de 2012]. Disponible en: <http://link.springer.com/article/10.1177%2F009207002236909?LI=true#page-1>
- WEISER, M. The computer for the twenty-first century. *Scientific American* [en línea]. 1991, vol. 265, nº. 3, p. 94-104. [Consulta: 12 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.stanford.edu/class/cs344a/papers/computer-for-21-century.pdf>

- WU, Jen-Her; HISA, Tzyh-Lih. Developing E-Business Dynamic capabilities: an analysis of E-commerce Innovation from I-, M-, to U- Commerce. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* [en línea]. 2008, vol. 18, nº 2, p. 95-111. [Consulta: 7 febrero 2010]. Disponible en: <http://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=6545>
- YEN, Benjamin. The design and evaluation of accessibility on Web navigation. *Decision support Systems* [en línea]. 2007, vol. 42, nº 4, p.2219-2235. [Consulta: 22 enero 2012]. Disponible en: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1223747>
- YU, Jieun. et al. Extending the TAM for a T-Commerce. *Information & Management* [en línea]. 2005, vol. 42, nº 7, p. 965-976. [Consulta: 22 enero 2012]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S037872060400151X>
- ZHANG, Ping; VON DRAN, Gisela M. Satisfiers and dissatisfiers: A two-factor model for website design and evaluation. *Journal of the American society for information science*. 2000, vol. 51, nº 14, p. 1253-1268.
- ZWASS, Vladimir. Structure and macro-level impacts of electronic commerce: from technological infrastructure to electronic marketplace [en línea]. 2001. [Consulta: 5 Diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.mhhe.com/business/mis/zwass/ecpaper.html>.

ANEXOS

ANEXO I

ANÁLISIS DE PARÁMETROS POR SECTORES Y SUBSECTORES AÑO 2006

ÍNDICE DE GRÁFICOS	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
<i>SECTOR: CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LOS ORDENADORES. INFORMÁTICA (004)</i>	<i>6</i>
<i>SECTOR: LECTURA (028)</i>	<i>8</i>
<i>SECTOR: COMERCIO DEL SUELO. COMERCIO INMOBILIARIO (332.7)</i>	<i>10</i>
<i>SECTOR: FINANZAS. FINANZAS PÚBLICAS. BANCA. MONEDA. BOLSA (336).....</i>	<i>12</i>
<i>SECTOR: SEGUROS. PROVISIÓN COMUNITARIA MEDIANTE PARTICIPACIÓN EN LOS RIESGOS (368).....</i>	<i>14</i>
<i>SECTOR: EDUCACIÓN. ENSEÑANZA. FORMACIÓN. TIEMPO LIBRE (37)</i>	<i>18</i>
<i>SECTOR: TIEMPO LIBRE. OCIO (379.8)</i>	<i>20</i>
<i>SECTOR: FIESTAS NACIONALES. FESTEJOS POPULARES (394.2)</i>	<i>26</i>
<i>SECTOR: PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL MEDIO AMBIENTE (504.06)</i>	<i>28</i>
<i>SECTOR: QUÍMICA. CRITALOGRAFÍA. CIENCIAS MINERALÓGICAS (54).....</i>	<i>30</i>
<i>SECTOR: DIETÉTICA. PRINCIPIOS NUTRICIONALES APLICADOS A LA ALIMENTACIÓN Y A LOS ALIMENTOS (613.2)</i>	<i>31</i>
<i>SECTOR: HIGIENE Y SALUD PÚBLICA. PREVENCIÓN DE ACCIDENTES (614).....</i>	<i>37</i>
<i>SECTOR: FARMACIA GENERAL Y PROFESIONAL (615.1)</i>	<i>39</i>
<i>SECTOR: INGENIERÍA. TECNOLOGÍA EN GENERAL (62)</i>	<i>41</i>
<i>SECTOR: INGENIERÍA DE LOS VEHÍCULOS DE TRANSPORTE (629).....</i>	<i>47</i>
<i>SECTOR: AGRICULTURA EN GENERAL (631)</i>	<i>52</i>
<i>SECTOR: EXPLOTACIÓN Y CRÍA DE ANIMALES EN GENERAL. CRÍA DE GANADO.CRÍA DE ANIMALES DOMÉSTICOS (636).....</i>	<i>57</i>
<i>SECTOR: EMPRESAS DE HOSTELERIA Y RESTAURACIÓN (640.4)</i>	<i>61</i>
<i>SECTOR: EL MOBILIARIO Y ACCESORIOS (645)</i>	<i>63</i>
<i>SECTOR: VESTIDO. CUIDADOS CORPORALES (646)</i>	<i>65</i>
<i>SECTOR: ORGANIZACIÓN DE OFICINAS. TÉCNICAS DE TRABAJO EN LAS OFICINAS: LAVANDERÍA. LIMPIEZA (651:648)</i>	<i>69</i>
<i>SECTOR: TELECOMUNICACIONES Y TELECONTROL (654).....</i>	<i>71</i>
<i>SECTOR: INDUSTRIAS GRÁFICAS. IMPRENTA. EDITORIALES. COMERCIO DE LIBROS (655)</i>	<i>73</i>

SECTOR: PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. INFORMACIÓN. RELACIONES PÚBLICAS (659)	75
SECTOR: MADERA E INDUSTRIA DE LA MADERA (674)	79
SECTOR: INDUSTRIA DE MATERIALES MACROMOLECULARES. INDUSTRIA DEL CAUCHO. INDUSTRIA DE LOS PLÁSTICOS (678)	81
SECTOR: MECANISMOS E INSTRUMENTOS DE PRECISIÓN (681)	83
SECTOR: FERRETERÍA. HERRAJES. CERRAJERÍA. BOTELLAS DE HIERRO. LAMPISTERÍA. CALENTADORES (683)	85
SECTOR: INDUSTRIA DEL CALZADO. FABRICACIÓN DE ZAPATOS Y BOTAS (685.34)	87
SECTOR: INDUSTRIA DEL VESTIDO. CONFECCIÓN DE ROPA. ARTÍCULOS DE TOCADOR (687)	89
SECTOR: ARTÍCULOS DE FANTASÍA. JUGUETES. ARTÍCULOS DE DECORACIÓN (688)	91
SECTOR: FABRICANTES (62/69)	93
SECTOR: MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN. PRÁCTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCIÓN (69)	95
SECTOR: TÉCNICA ARTÍSTICA. ARTESANÍA (7.02)	101
SECTOR: FOTOGRAFIA Y PROCESOS SIMILARES (77)	103
SECTOR: DIVERSIONES. ESPECTÁCULOS. JUEGOS. DEPORTES (79)	105
SECTOR: GEOGRAFÍA. EXPLORACIÓN DE LA TIERRA Y DE LOS DISTINTOS PAÍSES (91)	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sector Ciencia y Tecnología de los Ordenadores. Informática (004).....	6
Gráfico 2. Sector Lectura (028).....	8
Gráfico 3. Comercio del Suelo. Comercio inmobiliario (332.7).....	10
Gráfico 4. Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa (336)	12
Gráfico 5. Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos (368).....	14
Gráfico 6. Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre (37).....	18
Gráfico 7. Tiempo libre. Ocio (379.8)	20
Gráfico 8. Fiestas Nacionales. Festejos Populares (394.2).....	26
Gráfico 9. Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente (504.06)	28
Gráfico 10. Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos (613.2).....	31
Gráfico 11. Higiene y salud pública. Prevención de accidentes (614).....	37
Gráfico 12. Farmacia general y profesional (615.1)	39
Gráfico 13. Ingeniería. Tecnología en general (62).....	41
Gráfico 14. Ingeniería de los vehículos de transporte (629)	47
Gráfico 15. Agricultura en general (631).....	52
Gráfico 16. Explotación y cría de animals en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos (636).....	57
Gráfico 17. Empresas de Hostelería y Restauración (640.4).....	61
Gráfico 18. El mobiliario y accesorios (645)	63
Gráfico 19. Vestido. Cuidados corporales (646)	65
Gráfico 20. Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas: Lavandería. Limpieza (651:648)	69
Gráfico 21. Telecomunicaciones y Telecontrol (654).....	71
Gráfico 22. Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros (655)	73
Gráfico 23. Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas (659).....	75
Gráfico 24. Madera e industria de la madera (674).....	79
Gráfico 25. Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos (678).....	81
Gráfico 26. Mecanismos e instrumentos de precisión (681).....	83
Gráfico 27. Ferretería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de Hierro. Lampistería. Calentadores (683)	85
Gráfico 28. Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas (685.34)	87
Gráfico 29. Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador (687)..	89
Gráfico 30. Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración (688).....	91
Gráfico 31. Fabricantes (62/69)	93
Gráfico 32. Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción (69).....	95
Gráfico 33. Técnica artística. Artesanía (7.02).....	101
Gráfico 34. Fotografía y procesos similares (77).....	103
Gráfico 35. Diversiones. Espectáculos: Juegos. Deportes (79)	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sector Ciencia y Tecnología de los Ordenadores. Informática (004).....	7
Tabla 2. Sector Lectura (028)	9
Tabla 3. Sector Comercio del suelo. Comercio inmobiliario (332.7).....	11
Tabla 4. Sector Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa (336)	13
Tabla 5. Sector Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos (368)	15
Tabla 6. Subsector Clases de empresas de seguros (368.03)	16
Tabla 7. Subsector Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguros de bienes. Seguros contra pérdida o daño (368.1).....	17
Tabla 8. Sector Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre (37).....	19
Tabla 9. Sector Tiempo libre. Ocio (379.8)	21
Tabla 10. Subsector Estancias en hoteles, moteles (379.832)	22
Tabla 11. Subsector Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc. (379.834).....	23
Tabla 12. Subsector Acampadas en tiendas, en caravanas, en campings (379.837)	24
Tabla 13. Subsector Viajes de placer. Turismo (379.85)	25
Tabla 14. Sector Fiestas Nacionales. Festejos Populares (394.2).....	27
Tabla 15. Sector Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente (504.06)	29
Tabla 16. Sector Química. Cristalografía. Ciencias mineralógicas (54)	30
Tabla 17. Sector Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos (613.2)	32
Tabla 18. Subsector Alimentos de origen animal (613.289)	33
Tabla 19. Subsector Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales (613.29).....	34
Tabla 20. Subsector Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida (613.3).....	35
Tabla 21. Subsector Aceites, grasas y ceras vegetales. Fosfátidos vegetales: Aceite de oliva (665.3:665.327).....	36
Tabla 22. Sector Higiene y salud pública. Prevención de accidentes (614).....	38
Tabla 23. Sector Farmacia general y profesional (615.1).....	40
Tabla 24. Sector Ingeniería. Tecnología en general (62).....	42
Tabla 25. Subsector Economía de la energía en general (620.9).....	43
Tabla 26. Subsector Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria (621).....	44
Tabla 27. Subsector Ingeniería eléctrica. Electrotecnia (621.3).....	45
Tabla 28. Subsector Máquinas eléctricas (621.313)	46
Tabla 29. Sector Ingeniería de los vehículos de transporte (629)	48
Tabla 30. Subsector Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos (629.083)	49
Tabla 31. Subsector Repuestos. Distribución. Control de existencias (629.084).....	50
Tabla 32. Subsector Ventas (629.33:64.069)	51
Tabla 33. Sector Agricultura en general (631)	53
Tabla 34. Subsector Gestión y Organización de las explotaciones agrarias (631.1)	54
Tabla 35. Subsector Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas (613.3)	55
Tabla 36. Subsector Plantas de jardín. Jardinería (635).....	56

Tabla 37. Sector Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos (636).....	58
Tabla 38. Subsector Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general (636.03).....	59
Tabla 39. Subsector Cuestiones generales de la cría de animales (636.08).....	60
Tabla 40. Sector Empresas de Hostelería y Restauración (640.4).....	62
Tabla 41. Sector El mobiliario y accesorios (645).....	64
Tabla 42. Sector Vestido. Cuidados corporales (646).....	66
Tabla 43. Subsector Cuidado y protección de los vestidos (646.6)	67
Tabla 44. Subsector Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse (646.7).....	68
Tabla 45. Sector Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas (651:648)	70
Tabla 46. Sector Telecomunicaciones y Telecontrol (654)	72
Tabla 47. Sector. Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros (655)	74
Tabla 48. Sector Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas (659)	76
Tabla 49. Subsector Publicidad y propaganda (659.1).....	77
Tabla 50. Subsector Medios publicitarios visuales / Medios acústicos de publicidad (659.13/.14).....	78
Tabla 51. Sector Madera e industria de la madera (674)	80
Tabla 52. Sector Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos (678).....	82
Tabla 53. Sector Mecanismos e instrumentos de precisión (681).....	84
Tabla 54. Sector Ferretería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de Hierro. Lampistería. Calentadores (683)	86
Tabla 55. Sector Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas (685.34) ...	88
Tabla 56. Sector Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador (687).....	90
Tabla 57. Sector Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración (688)	92
Tabla 58. Sector Fabricantes (62/69)	94
Tabla 59. Sector Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción (69)	96
Tabla 60. Subsector Materiales y elementos de construcción (691).....	97
Tabla 61. Subsector Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas (696)	98
Tabla 62. Subsector Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios (697).....	99
Tabla 63. Subsector Acabado y decoración (698)	100
Tabla 64. Sector Técnica artística. Artesanía (7.02).....	102
Tabla 65. Sector Fotografía y procesos similares (77)	104
Tabla 66. Sector Diversiones. Espectáculos: Juegos. Deportes (79).....	106
Tabla 67. Subsector Entretenimientos públicos. Espectáculos (791)	107
Tabla 68. Subsector Deportes. Juegos deportivos. Gimnasia. Ejercicios físicos (796)	108
Tabla 69. Sector Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países.....	109

SECTOR: CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LOS ORDENADORES. INFORMÁTICA (004)

En este sector se encuentran 67 empresas de las cuales 43 pertenecen a la provincia de Badajoz y 24 a la de Cáceres. De las 67 empresas encontradas, 10 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado 57 páginas restantes mostrando los resultados a continuación:

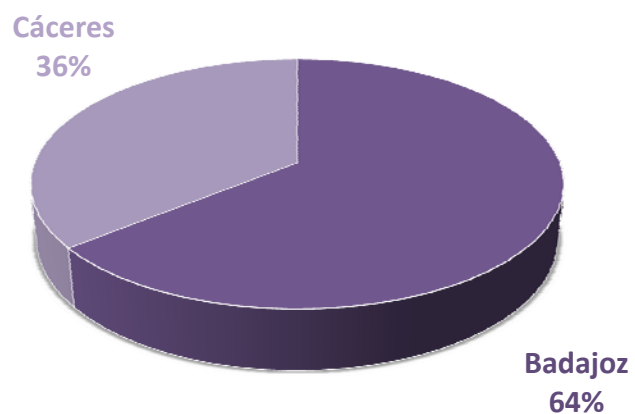


Gráfico 1. Sector Ciencia y Tecnología de los Ordenadores. Informática (004)

SECTOR: CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LOS ORDENADORES. INFORMÁTICA (004)									
n=57									
Información clara	Sí 45 (79%)					No 12 (21%)			
E-mail	Sí 20 (35%)					No 37 (65%)			
Mapa de localización	Sí 6 (10,5%)					No 51 (89,5%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	16 (28%)			32 (56%)			9 (16%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	24(42,1%)	3(5,2%)	7(12,2%)	3(5,2%)	2(3,5%)	6(10,5%)	3(5,2%)	5(9%)	4(7%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	16 (28%)		27 (47,3%)		11 (19,3%)		3 (5,2%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	55 (96%)		1 (2%)		0 (0%)		1 (2%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	5 (9%)			2 (3,5%)			50 (88%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	22 (39%)	7 (12%)	18 (32%)	2 (3,5%)	2 (3,5%)	6 (10%)			
Inf. Adicional	Sí 7 (12%)			No 50 (88%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 20 (35%)			No 37 (65%)					
Catálogo productos	Sí 54 (95%)			No 3 (5%)					
Fotos productos	Sí 30 (53%)			No 27 (47%)					
Precio	Sí 14 (24,5%)			No 43 (75,5%)					
Datos presentación	Sí 37 (65%)			No 20 (35%)					
Inf./descripción	Sí 34 (60%)			No 23 (40%)					
Sello o certificación	Sí 11 (19%)			No 46 (81%)					
Datos contacto	Sí 57 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	15 (26,3%)			3 (5%)			39 (68,4%)		
Venta directa	Sí 7 (12%)			No 50 (88%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro		No especifica			
	3 (43%)	0 (0%)	1 (14%)	3 (43%)		0 (0%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono		No especifica			
	4 (57%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		3 (43%)			

Tabla 1. Sector Ciencia y Tecnología de los Ordenadores. Informática (004)

SECTOR: LECTURA (028)

En este sector encontramos 11 empresas, de las cuales 4 pertenecen a la provincia de Badajoz y 7 a la de Cáceres. Una vez analizadas las 11 empresas, se obtienen los siguientes resultados:

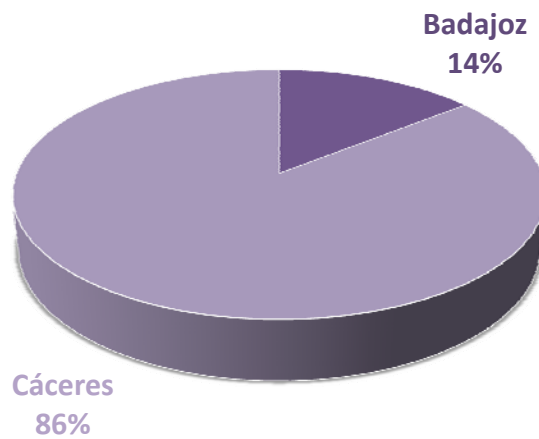


Gráfico 2. Sector Lectura (028)

SECTOR: LECTURA (028)										
n=11										
Información clara	Sí	11 (100%)				No	0 (0%)			
E-mail	Sí	6 (55%)				No	5 (45%)			
Mapa de localización	Sí	1 (9%)				No	10 (91%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	3 (27%)			8 (73%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	2(18%)	1(9%)	2(18%)	0(0%)	1(9%)	3(28%)	0(0%)	2(18%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	7 (64%)		2 (18%)		2 (18%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	11 (100%)		0 (%)		0 (%)		0 (%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	3 (28%)			0 (%)			8 (72%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	4 (36%)	1 (9%)	2 (18%)	1 (9%)	0 (%)	3 (28%)				
Inf. Adicional	Sí	1 (9%)				No	10 (91%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	2 (18%)				No	9 (82%)			
Catálogo productos	Sí	10 (91%)				No	1 (9%)			
Fotos productos	Sí	3 (28%)				No	8 (72%)			
Precio	Sí	4 (36%)				No	7 (64%)			
Datos presentación	Sí	7 (64%)				No	4 (36%)			
Inf./descripción	Sí	7 (64%)				No	4 (36%)			
Sello o certificación	Sí	0 (0%)				No	11 (100%)			
Datos contacto	Sí	11 (100%)				No	0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	1 (9%)			5 (45,5%)			5 (45,5%)			
Venta directa	Sí	5 (45,5%)				No	6 (54,5%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	1 (20%)	0 (%)	2 (40%)		0 (%)	2 (40%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	1 (20%)	0 (%)	0 (%)		0 (%)	4 (80%)				

Tabla 2. Sector Lectura (028)

SECTOR: COMERCIO DEL SUELO. COMERCIO INMOBILIARIO (332.7)

En este sector encontramos 33 empresas, de las cuales 21 pertenecen a la provincia de Badajoz y 12 a la de Cáceres. De las 33 empresas encontradas, 4 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 29 páginas restantes, mostrando los resultados a continuación:

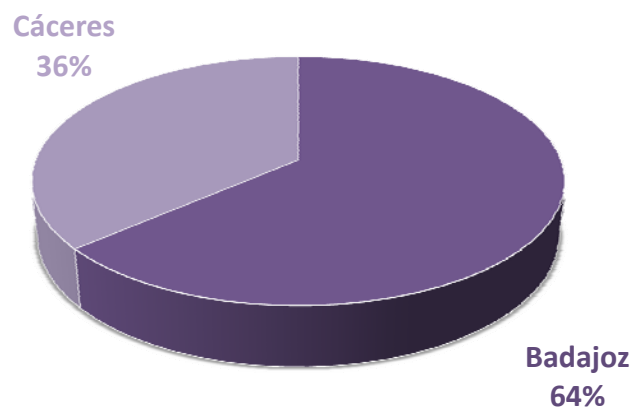


Gráfico 3. Comercio del Suelo. Comercio inmobiliario (332.7)

SECTOR: COMERCIO DEL SUELO. COMERCIO INMOBILIARIO (332.7)									
n=29									
Información clara	Sí 28 (96,5%)				No 1 (3,5%)				
E-mail	Sí 10 (34,5%)				No 19 (65,5%)				
Mapa de localización	Sí 9 (31%)				No 20 (69%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	3 (10%)			25 (86%)			1 (4%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	9(31%)	7(24%)	5(17%)	0(0%)	0(0%)	1(3,5%)	2(7%)	1(3,5%)	4(14%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	15 (52%)		12 (41%)		2 (7%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	27 (93%)		1 (3,5%)		0 (%)		1 (3,5%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	10 (34%)			0 (0%)			19 (66%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	7 (24%)	3 (10%)	17 (59%)	1 (3,5%)	0 (0%)	1 (3,5%)			
Inf. Adicional	Sí 21 (72%)			No 8 (28%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 8 (27,5%)			No 21 (72,5%)					
Catálogo productos	Sí 29 (100%)			No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 22 (76%)			No 7 (24%)					
Precio	Sí 17 (59%)			No 12 (41%)					
Datos presentación	Sí 28 (96%)			No 1 (4%)					
Inf./descripción	Sí 28 (96%)			No 1 (4%)					
Sello o certificación	Sí 2 (7%)			No 27 (93%)					
Datos contacto	Sí 29 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	17 (59%)			1 (3%)			11 (38%)		
Venta directa	Sí 3 (10%)				No 26 (90%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)	1 (33%)		0 (%)	2 (67%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)	1 (33%)		0 (%)	2 (67%)			

Tabla 3. Sector Comercio del suelo. Comercio inmobiliario (332.7)

SECTOR: FINANZAS. FINANZAS PÚBLICAS. BANCA. MONEDA. BOLSA (336)

En este sector encontramos 28 empresas, de las cuales 16 corresponden a la provincia de Badajoz y 12 a la de Cáceres. Una vez analizadas las 28 empresas, se obtienen los siguientes resultados:

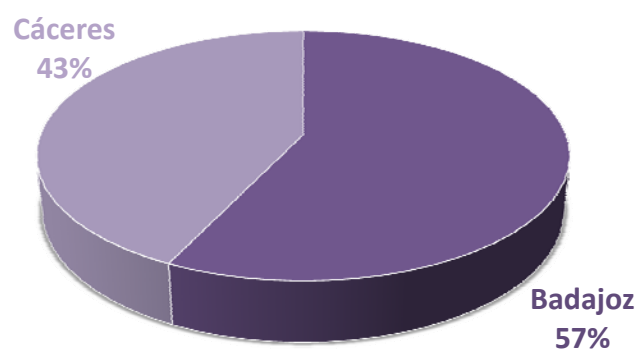


Gráfico 4. Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa (336)

SECTOR: FINANZAS. FINANZAS PÚBLICAS. BANCA. MONEDA. BOLSA (336)										
n=28										
Información clara	Sí 21 (75%)				No 7 (25%)					
E-mail	Sí 10 (36%)				No 18 (64%)					
Mapa de localización	Sí 4 (14%)				No 24 (86%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	7 (25%)			15 (53,5%)			6 (21,5%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	5(18%)	7(25%)	7(25%)	1(3,5%)	1(3,5%)	2(7%)	0(0%)	3(11%)	2(7%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	10 (36%)		9 (32%)		3 (11%)		6 (21%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	28 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (3,5%)			0 (%)			27 (96,5%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	4 (14%)	4 (14%)	9 (32%)	1 (3,5%)	6 (21,5%)	4 (14%)				
Inf. Adicional	Sí 11 (40%)			No 17 (60%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 11 (40%)			No 17 (60%)						
Catálogo productos	Sí 17 (60%)			No 11 (40%)						
Fotos productos	Sí 17 (60%)			No 11 (40%)						
Precio	Sí 4 (14%)			No 24 (86%)						
Datos presentación	Sí 19 (68%)			No 9 (32%)						
Inf./descripción	Sí 19 (68%)			No 9 (32%)						
Sello o certificación	Sí 3 (11%)			No 25 (89%)						
Datos contacto	Sí 28 (100%)			No 0 (0%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	6 (21%)			0 (0%)			22 (79%)			
Venta directa	Sí 4 (14%)			No 24 (86%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	3 (75%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (25%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (100%)					

Tabla 4. Sector Finanzas. Finanzas públicas. Banca. Moneda. Bolsa (336)

SECTOR: SEGUROS. PROVISIÓN COMUNITARIA MEDIANTE PARTICIPACIÓN EN LOS RIESGOS (368)

En este sector encontramos 76 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Clases de empresas de seguros	27	21	48
Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguro de bienes. Seguros contra pérdida o daño.	16	12	28
TOTAL	43	33	76

Una vez analizadas las 76 empresas, se obtienen los siguientes resultados:

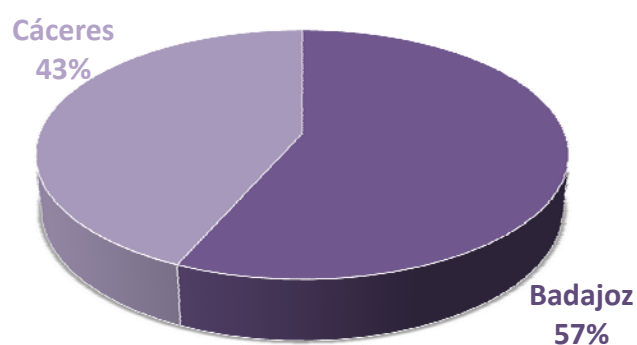


Gráfico 5. Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos (368)

SECTOR: SEGUROS. PROVISIÓN COMUNITARIA MEDIANTE PARTICIPACIÓN EN LOS RIESGOS (368)									
n=76									
Información clara	Sí 62 (81,5%)					No 14 (18,5%)			
E-mail	Sí 28 (37%)					No 48 (63%)			
Mapa de localización	Sí 14 (18,5%)					No 62 (81,5%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	26 (34%)			44 (58%)			6 (8%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	30(39%)	12(16%)	11(14,5%)	4(5%)	4(5%)	6(8%)	2(3%)	4(5%)	3(4%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	29 (38%)		24 (31,5%)		9 (12%)		14 (18,5%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	66 (87%)		4 (5%)		3 (4%)		3 (4%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	4 (5%)			4 (5%)			68 (90%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	19(25%)	8 (10,5%)	24 (31,5%)	3(4%)	11(14,5%)	11(14,5%)			
Inf. Adicional	Sí 37 (49%)					No 39 (51%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 24 (31,5%)					No 52 (68,5%)			
Catálogo productos	Sí 56 (74%)					No 20 (26%)			
Fotos productos	Sí 31 (41%)					No 45 (59%)			
Precio	Sí 15 (20%)					No 61 (80%)			
Datos presentación	Sí 54 (71%)					No 22 (29%)			
Inf./descripción	Sí 53 (70%)					No 23 (30%)			
Sello o certificación	Sí 13 (17%)					No 63 (83%)			
Datos contacto	Sí 70 (92%)					No 6 (8%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	14 (18,5%)			5 (6,5%)			57 (75%)		
Venta directa	Sí 10 (13%)					No 66 (87%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	3 (30%)	4 (40%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (30%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	2 (20%)	2 (20%)	0 (%)	0 (%)	6 (60%)				

Tabla 5. Sector Seguros. Provisión comunitaria mediante participación en los riesgos (368)

Subsector: Clases de empresas de seguros (368.03)										
n=48										
Información clara	Sí 41 (85,5%)					No 7 (14,5%)				
E-mail	Sí 18 (37,5%)					No 30 (62,5%)				
Mapa de localización	Sí 10 (21%)					No 38 (79%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	19 (39,5%)			29 (60,5%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	25(52%)	5(10,5%)	4(8,3%)	3(6,2%)	3(6,2%)	4(8,3%)	2(4%)	1(2%)	1(2%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	19 (39,5%)		15 (31%)		6 (12,5%)		8 (17%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	38 (79%)		4 (8,3%)		3 (6,2%)		3 (6,2%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	3 (6,2%)			4 (8,3%)			41 (85,5%)			
Inf. estructurada	Arriba		Abajo		Izquierda		Dcha		Otro	No
	15 (31,25%)		4 (8,33%)		15 (31,25%)		2 (4,17%)		5 (10,42%)	7 (14,58%)
Inf. Adicional	Sí 26 (54%)					No 22 (46%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 13 (27%)					No 35 (73%)				
Catálogo productos	Sí 39 (81%)					No 9 (19%)				
Fotos productos	Sí 14 (29%)					No 34 (71%)				
Precio	Sí 5 (10%)					No 43 (90%)				
Datos presentación	Sí 35 (73%)					No 13 (27%)				
Inf./descripción	Sí 34 (71%)					No 14 (29%)				
Sello o certificación	Sí 10 (21%)					No 38 (79%)				
Datos contacto	Sí 42 (87,5%)					No 6 (12,5%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	8 (17%)			5 (10%)			35 (73%)			
Venta directa	Sí 6 (12,5%)					No 42 (87,5%)				
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica	
	3 (50%)		1 (17%)		0 (%)		0 (%)		2 (33%)	
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica	
	2 (33,3%)		2 (33,3%)		0 (%)		0 (%)		2 (33,3%)	

Tabla 6. Subsector Clases de empresas de seguros (368.03)

Subsector: Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguros de bienes. Seguros contra pérdida o daño (368.1)										
n=28										
Información clara	Sí	21 (75%)				No	7 (25%)			
E-mail	Sí	10 (36%)				No	18 (64%)			
Mapa de localización	Sí	4 (14%)				No	24 (86%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	7 (25%)			15 (53,5%)			6 (21,5%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	5(18%)	7(25%)	7(25%)	1(3,5%)	1(3,5%)	2(7%)	0(0%)	3(11%)	2(7%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	10 (36%)		9 (32%)		3 (11%)		6 (21%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	28 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (3,5%)			0 (0%)			27 (96,5%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	4(14,29%)	4(14,29%)	9 (32,14%)	1 (3,57%)	6(21,43%)	4(14,29%)				
Inf. Adicional	Sí	11 (39%)				No	17 (61%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	11 (39%)				No	17 (61%)			
Catálogo productos	Sí	17 (61%)				No	11 (39%)			
Fotos productos	Sí	17 (61%)				No	11 (39%)			
Precio	Sí	9 (32%)				No	19 (68%)			
Datos presentación	Sí	19 (68%)				No	9 (32%)			
Inf./descripción	Sí	19 (68%)				No	9 (32%)			
Sello o certificación	Sí	3 (11%)				No	25 (89%)			
Datos contacto	Sí	28 (100%)				No	0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	6 (21%)			0 (0%)			22 (79%)			
Venta directa	Sí	4 (14%)				No	24 (86%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica		
	0 (0%)	3 (75%)		0 (0%)		0 (0%)		1 (25%)		
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica	
	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		4 (100%)	

Tabla 7. Subsector Seguros de objetos materiales en general. Seguros de la propiedad. Seguros de bienes. Seguros contra pérdida o daño (368.1)

SECTOR: EDUCACIÓN. ENSEÑANZA. FORMACIÓN. TIEMPO LIBRE (37)

En este sector encontramos 36 empresas, de las cuales 15 pertenecen a la provincia de Badajoz y 21 a la de Cáceres. Una vez analizadas las 36 empresas, se obtienen los siguientes resultados:

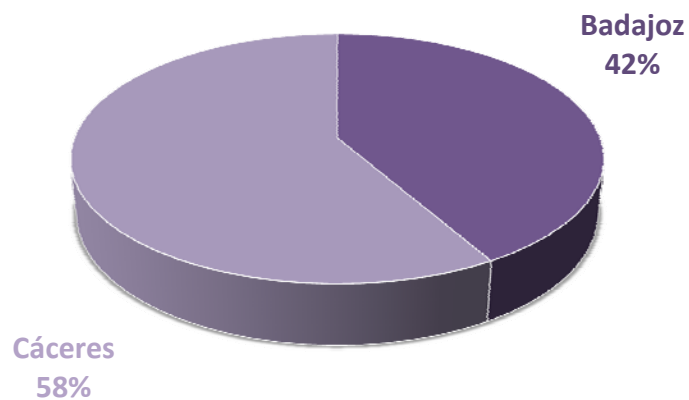


Gráfico 6. Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre (37)

SECTOR: EDUCACIÓN. ENSEÑANZA. FORMACIÓN. TIEMPO LIBRE (37)									
n=36									
Información clara	Sí 35 (97%)					No 1 (3%)			
E-mail	Sí 19 (53%)					No 17 (47%)			
Mapa de localización	Sí 8 (22%)					No 28 (78%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	6 (17%)			19 (53%)			11 (30%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	12(33,3%)	5(14%)	2(5,5%)	0(0%)	4(11%)	2(5,5%)	2(5,5%)	0(0%)	9(25%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	12 (33,3%)		9 (25%)		3 (8%)		12 (33,3%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	36 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			1 (3%)			35 (97%)		
Inf. estructurada	Arriba		Abajo	Izquierda	Drcha	Otro		No	
	10 (28%)		1 (3%)	11 (30%)	2 (5,5%)	1 (3%)		11 (30%)	
Inf. Adicional	Sí 13 (36%)					No 23 (64%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 12 (33%)					No 24 (67%)			
Catálogo productos	Sí 35 (97%)					No 1 (3%)			
Fotos productos	Sí 24 (67%)					No 12 (33%)			
Precio	Sí 3 (8%)					No 33 (92%)			
Datos presentación	Sí 36 (100%)					No 0 (0%)			
Inf./descripción	Sí 34 (94,5%)					No 2 (5,5%)			
Sello o certificación	Sí 4 (11%)					No 32 (89%)			
Datos contacto	Sí 36 (100%)					No 0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			0 (0%)			36 (100%)		
Venta directa	Sí 0 (0%)					No 36 (100%)			
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso	Contrareembolso		Otro		No especifica	
	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)	
Envío en la venta	Mensajería		Transporte	E-mail		Teléfono		No especifica	
	0 (%)		0 (%)	0 (%)		0 (%)		0 (%)	

Tabla 8. Sector Educación. Enseñanza. Formación. Tiempo libre (37)

SECTOR: TIEMPO LIBRE. OCIO (379.8)

En este sector encontramos 574 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Estancias en hoteles, moteles...	135	231	366
Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas...	22	162	184
Acampada en tiendas, en caravanas, en camping	2	10	12
Viajes de placer. Turismo	5	7	12
TOTAL	164	410	574

Una vez analizadas las 574 empresas, se obtienen los siguientes resultados:

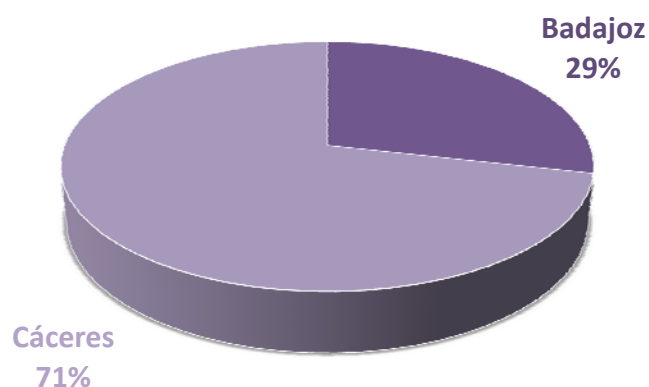


Gráfico 7. Tiempo libre. Ocio (379.8)

SECTOR: TIEMPO LIBRE. OCIO (379.8)										
n=574										
Información clara	Sí	567 (99%)					No	7 (1%)		
E-mail	Sí	238 (42%)					No	336 (58%)		
Mapa de localización	Sí	296 (52%)					No	278 (48%)		
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	145 (25%)			139 (24%)			290 (51%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	410(71%)	6(1%)	67(12%)	11(2%)	20(3%)	8(1%)	34(6%)	2(1%)	16(3%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	201 (35%)		63 (11%)		14 (2%)		296 (52%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	537 (93,5%)		21 (3,5%)		10 (2%)		6 (1%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	4 (0,5%)			2 (0,5%)			568 (99%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	82 (14%)	22 (4%)	78 (13,5%)	4 (0,5%)	5 (1%)	383 (67%)				
Inf. Adicional	Sí	133 (23%)					No	441 (77%)		
Enlace pg relacionadas	Sí	42 (7%)					No	532 (93%)		
Catálogo productos	Sí	533 (93%)					No	41 (7%)		
Fotos productos	Sí	307 (53%)					No	267 (47%)		
Precio	Sí	491 (85%)					No	83 (15%)		
Datos presentación	Sí	199 (35%)					No	375 (65%)		
Inf./descripción	Sí	192 (33%)					No	382 (67%)		
Sello o certificación	Sí	10 (2%)					No	564 (98%)		
Datos contacto	Sí	571 (99%)					No	3 (1%)		
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	60 (11%)			116 (20%)			398 (69%)			
Venta directa	Sí	65 (11%)					No	509 (89%)		
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	6 (9%)	7 (11%)	2 (3%)		0 (0%)	50 (77%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	50(77%)		5 (8%)	10 (15%)				

Tabla 9. Sector Tiempo libre. Ocio (379.8)

Subsector: Estancias en hoteles, moteles (379.832)										
n=366										
Información clara	Sí 362 (99%)				No 41 (1%)					
E-mail	Sí 178 (49%)				No 188 (51%)					
Mapa de localización	Sí 200 (55%)				No 166 (45%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	42 (11%)			83 (23%)			241 (66%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	320(87%)	2(1%)	14(4%)	6(2%)	5(1%)	5(1%)	10(3%)	0(0%)	4(1%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	110 (30%)		14 (4%)		11 (3%)		231 (63%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	348 (95%)		11 (3%)		5 (1%)		2 (1%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (%)			0 (%)			366 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	37 (10%)	10 (3%)	36 (9,8%)	0 (0%)	1 (0,2%)	282(77%)				
Inf. Adicional	Sí 38 (10%)			No 328 (90%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 12 (3%)			No 354 (97%)						
Catálogo productos	Sí 345 (94%)			No 21 (6%)						
Fotos productos	Sí 126 (34%)			No 240 (66%)						
Precio	Sí 333 (91%)			No 33 (9%)						
Datos presentación	Sí 138 (38%)			No 228 (62%)						
Inf./descripción	Sí 138 (38%)			No 228 (62%)						
Sello o certificación	Sí 4 (1%)			No 362 (99%)						
Datos contacto	Sí 344 (94%)			No 22 (6%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	19 (5%)			113 (31%)			234 (64%)			
Venta directa	Sí 22 (6%)			No 344 (94%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	3 (14%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (82%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	9 (41%)	3 (14%)	10 (45%)					

Tabla 10. Subsector Estancias en hoteles, moteles (379.832)

Subsector: Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc. (379.834)										
n=184										
Información clara	Sí	181 (98%)					No	3 (2%)		
E-mail	Sí	52 (28%)					No	132 (72%)		
Mapa de localización	Sí	89 (48%)					No	95 (52%)		
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	60 (33%)			83 (45%)			41 (22%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	78(42%)	3(2%)	49(26%)	5(3%)	13(7%)	3(2%)	22(12%)	2(1%)	9(5%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	77 (42%)		48 (26%)		0 (0%)		59 (32%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	166 (90%)		9 (5%)		5 (3%)		4 (2%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	3 (1,5%)			1 (0,5%)			180 (98%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	37 (20%)	10 (5,5%)	35 (19%)	4 (2%)	4 (2%)	94(51%)				
Inf. Adicional	Sí	88 (48%)					No	96 (52%)		
Enlace pg relacionadas	Sí	24 (13%)					No	160 (87%)		
Catálogo productos	Sí	166 (90%)					No	18 (10%)		
Fotos productos	Sí	166 (90%)					No	18 (10%)		
Precio	Sí	145 (79%)					No	39 (21%)		
Datos presentación	Sí	52 (28%)					No	132 (72%)		
Inf./descripción	Sí	45 (24%)					No	139 (76%)		
Sello o certificación	Sí	4 (2%)					No	180 (98%)		
Datos contacto	Sí	183 (99,5%)					No	1 (0,5%)		
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	37 (20%)			0 (0%)			147 (80%)			
Venta directa	Sí				39 (21%)		No			145 (79%)
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica	
	2 (5%)		5 (13%)		8 (20%)		0 (0%)		24 (62%)	
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica	
	0 (0%)		0 (0%)		20 (51%)		17 (44%)		2 (5%)	

Tabla 11. Subsector Estancias en lugares de vacaciones: casas de campo, granjas, etc. (379.834)

Subsector: Acampadas en tiendas, en caravanas, en campings (379.837)									
n=12									
Información clara	Sí 12 (100%)				No 0 (0%)				
E-mail	Sí 5 (42%)				No 7 (58%)				
Mapa de localización	Sí 4 (33%)				No 8 (67%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	1 (8%)			3 (25%)			8 (67%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	7(58%)	0(0%)	2(17%)	0(0%)	2(17%)	0(0%)	1(8%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	4 (33%)		0 (0%)		2 (17%)		6 (50%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	11 (92%)		1 (8%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			1 (8%)			11 (92%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	2 (17%)	1(8%)	2 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	7 (58%)			
Inf. Adicional	Sí 3 (25%)			No 9 (75%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (25%)			No 9 (75%)					
Catálogo productos	Sí 11 (92%)			No 1 (8%)					
Fotos productos	Sí 4 (33%)			No 8 (67%)					
Precio	Sí 9 (75%)			No 3 (25%)					
Datos presentación	Sí 5 (42%)			No 7 (58%)					
Inf./descripción	Sí 5 (42%)			No 7 (58%)					
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 12 (100%)					
Datos contacto	Sí 11 (92%)			No 1 (8%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			0 (0%)			12 (100%)		
Venta directa	Sí 1 (8%)			No 11 (92%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 12. Subsector Acampadas en tiendas, en caravanas, en campings (379.837)

Subsector: Viajes de placer. Turismo (379.85)									
n=12									
Información clara	Sí 12 (100%)				No 0 (0%)				
E-mail	Sí 3 (25%)				No 9 (75%)				
Mapa de localización	Sí 3 (25%)				No 9 (75%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	0 (0%)			12 (100%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	5(42%)	1(8%)	2(17%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(8%)	0(0%)	3(25%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	10 (84%)		1 (8%)		1 (8%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	12 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (8%)			0 (0%)			11 (92%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	6 (50%)	1 (8%)	5 (42%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)			
Inf. Adicional	Sí 4 (33%)				No 8 (67%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (25%)				No 9 (75%)				
Catálogo productos	Sí 11 (92%)				No 1 (8%)				
Fotos productos	Sí 11 (92%)				No 1 (8%)				
Precio	Sí 4 (33%)				No 8 (67%)				
Datos presentación	Sí 4 (33%)				No 8 (67%)				
Inf./descripción	Sí 4 (33%)				No 8 (67%)				
Sello o certificación	Sí 1 (8%)				No 11 (92%)				
Datos contacto	Sí 12 (100%)				No 0 (0%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	4 (33%)			3 (25%)			5 (42%)		
Venta directa	Sí 3 (25%)				No 9 (75%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	1 (33,3%)	1 (33,3%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (33,3%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	2 (67%)	1 (33,3%)	0 (0%)				

Tabla 13. Subsector Viajes de placer. Turismo (379.85)

SECTOR: FIESTAS NACIONALES. FESTEJOS POPULARES (394.2)

En este sector se han encontrado 8 empresas, de las cuales 4 pertenecen a la provincia de Badajoz y 4 a la de Cáceres. De las 8 empresas encontradas, 1 de ellas se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 7 páginas restantes, mostrando los resultados a continuación:

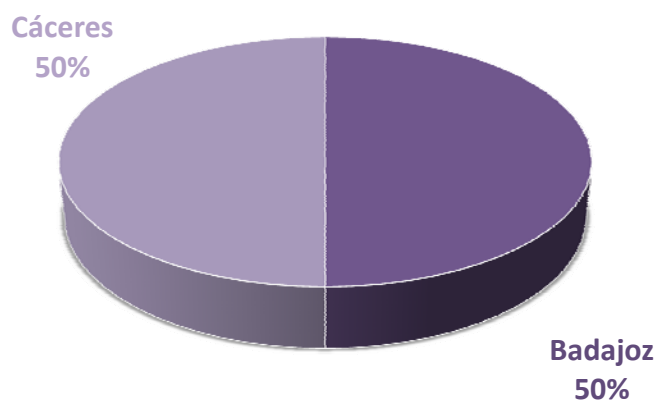


Gráfico 8. Fiestas Nacionales. Festejos Populares (394.2)

SECTOR: FIESTAS NACIONALES. FIESTAS POPULARES (394.2)									
n=7									
Información clara	Sí 6 (86%)				No 1 (14%)				
E-mail	Sí 4 (57%)				No 3 (43%)				
Mapa de localización	Sí 1 (14%)				No 6 (86%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	1 (14%)			6 (86%)			0 (%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	1(14%)	3(43%)	0(0%)	0(0%)	1(14%)	0(0%)	0(0%)	2(28,5%)	0(%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	4 (57%)		3 (43%)		0 (0%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	7 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			7 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	2 (28,5%)	0 (0%)	2 (28,5%)	0 (0%)	2 (28,5%)	1 (14%)			
Inf. Adicional	Sí 5 (72%)			No 2 (28%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (43%)			No 4 (57%)					
Catálogo productos	Sí 6 (86%)			No 1 (14%)					
Fotos productos	Sí 5 (71,5%)			No 2 (28,5%)					
Precio	Sí 0 (0%)			No 7 (100%)					
Datos presentación	Sí 5 (71,5%)			No 2 (28,5%)					
Inf./descripción	Sí 4 (57%)			No 3 (43%)					
Sello o certificación	Sí 1 (14%)			No 6 (86%)					
Datos contacto	Sí 6 (86%)			No 1 (14%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	2 (28,5%)			0 (0%)			5 (71,5%)		
Venta directa	Sí 1 (14%)			No 6 (86%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)	1 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)	1 (100%)				

Tabla 14. Sector Fiestas Nacionales. Festejos Populares (394.2)

SECTOR: PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL MEDIO AMBIENTE (504.06)

En el siguiente sector se han encontrado 7 empresas, de las cuales 4 pertenecen a la provincia de Badajoz y 3 a la de Cáceres. Una vez analizadas las 7 empresas se obtienen los siguientes resultados:

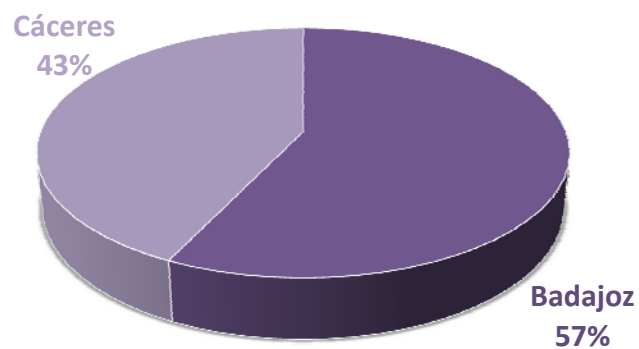


Gráfico 9. Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente (504.06)

SECTOR: PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL MEDIO AMBIENTE (504.06)									
n=7									
Información clara	Sí 7 (100%)					No 0 (0%)			
E-mail	Sí 1 (14%)					No 6 (86%)			
Mapa de localización	Sí 0 (0%)					No 7 (100%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	2 (28,5%)			5 (71,5%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	1(14%)	2(28,5%)	4(57%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	4 (57%)		2 (28,5%)		1 (14%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	7 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			1 (14%)			6 (86%)		
Inf. estructurada	Arriba		Abajo	Izquierda	Dcha	Otro		No	
	3 (43%)		1 (14%)	1 (14%)	0 (%)	1 (14%)		1 (14%)	
Inf. Adicional	Sí 5 (71,5%)					No 2 (28,5%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (28,5%)					No 5 (71,5%)			
Catálogo productos	Sí 7 (100%)					No 0 (0%)			
Fotos productos	Sí 4 (57%)					No 3 (43%)			
Precio	Sí 1 (14%)					No 6 (86%)			
Datos presentación	Sí 5 (71,5%)					No 2 (28,5%)			
Inf./descripción	Sí 5 (71,5%)					No 2 (28,5%)			
Sello o certificación	Sí 0 (0%)					No 7 (100%)			
Datos contacto	Sí 7 (100%)					No 0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			0 (0%)			7 (100%)		
Venta directa	Sí 0 (0%)					No 7 (100%)			
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica
	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica
	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)

Tabla 15. Sector Protección del medio ambiente. Gestión de la calidad del medio ambiente (504.06)

SECTOR: QUÍMICA. CRISTALOGRAFÍA. CIENCIAS MINERALÓGICAS (54)

En este sector encontramos 1 empresa que pertenece a la provincia de Badajoz.

SECTOR: QUÍMICA. CRISTALOGRAFÍA. CIENCIAS MINERALÓGICAS (54)										
n=1										
Información clara	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
E-mail	Sí		0 (0%)			No		1 (100%)		
Mapa de localización	Sí		0 (0%)			No		1 (100%)		
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	0 (0%)			1 (100%)			0			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	0 (0%)		0 (0%)		1 (100%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	0 (0%)		1 (100%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			1 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				
Inf. Adicional	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Enlace pg relacionadas	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Catálogo productos	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Fotos productos	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Precio	Sí		0 (0%)			No		1 (100%)		
Datos presentación	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Inf./descripción	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Sello o certificación	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Datos contacto	Sí		1 (100%)			No		0 (0%)		
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (0%)			0 (0%)			1 (100%)			
Venta directa	Sí			0 (0%)			No			
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica	
	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)	
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica	
	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)	

Tabla 16. Sector Química. Cristalografía. Ciencias mineralógicas (54)

SECTOR: DIETÉTICA. PRINCIPIOS NUTRICIONALES APLICADOS A LA ALIMENTACIÓN Y A LOS ALIMENTOS (613.2)

En este sector encontramos 147 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Alimentos de origen animal	25	21	46
Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales	12	21	33
Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida	28	8	36
Aceites, grasas y ceras vegetales.	17	15	32
TOTAL	82	65	147

De las 147 empresas encontradas, 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 144 páginas restantes, mostrando los resultados a continuación:

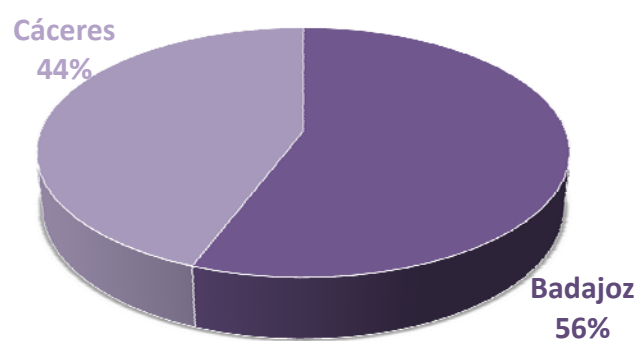


Gráfico 10. Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos (613.2)

SECTOR: DIETÉTICA. PRINCIPIOS NUTRCIONALES APLICADOS A LA ALIMENTACIÓN Y A LOS ALIMENTOS (613.2)									
n=144									
Información clara	Sí 119 (83%)				No 25 (17%)				
E-mail	Sí 51 (35%)				No 93 (65%)				
Mapa de localización	Sí 63 (44%)				No 81 (56%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	28 (19%)			99 (69%)			17 (12%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	15(10%)	56(39%)	37(26%)	1(1%)	9(6%)	1(1%)	5(3%)	6(4%)	14(10%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	62 (43%)		59 (41%)		11 (8%)		12 (8%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	84 (58%)		42 (29%)		11 (8%)		7 (5%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	6 (4%)			0 (0%)			138 (96%)		
Inf. estructurada	Arriba		Abajo	Izquierda	Drcha	Otro		No	
	50 (35%)		8 (5,5%)	54 (37%)	6 (4%)	3 (2%)		23 (16%)	
Inf. Adicional	Sí 80 (56%)				No 64 (44%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 28 (19,5%)				No 116 (80,5%)				
Catálogo productos	Sí 126 (87,5%)				No 18 (12,5%)				
Fotos productos	Sí 98 (68%)				No 46 (32%)				
Precio	Sí 33 (23%)				No 111 (77%)				
Datos presentación	Sí 98 (68%)				No 46 (32%)				
Inf./descripción	Sí 89 (62%)				No 55 (38%)				
Sello o certificación	Sí 50 (35%)				No 94 (65%)				
Datos contacto	Sí 131 (91%)				No 13 (9%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	54 (38%)			3 (2%)			87 (60%)		
Venta directa	Sí 39 ¹ (27%)				No 105 (73%)				
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica
	3 (9%)		1 (3%)		10 (29,5%)		7 (20,5%)		13 (38%)
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica
	9 (26%)		3 (9%)		0 (0%)		0 (0%)		22 (65%)

Tabla 17. Sector Dietética. Principios nutricionales aplicados a la alimentación y a los alimentos (613.2)

¹ De las 39 páginas con venta directa, 5 de ellas tienen la tienda en construcción.

Subsector: Alimentos de origen animal (613.289)									
n=46									
Información clara	Sí 41 (89%)					No 5 (11%)			
E-mail	Sí 20 (44%)					No 26 (56%)			
Mapa de localización	Sí 17 (37%)					No 29 (63%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	11 (24%)			30 (65%)			5 (11%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	2(4%)	23(50%)	11(24%)	0(0%)	3(6,5%)	0(0%)	3(6,5%)	4(9%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	20 (44%)		24 (52%)		1 (2%)		1 (2%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	37 (80%)		8 (17%)		1 (2%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	2 (4%)			0 (0%)			44 (96%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	16 (35%)	5 (11%)	19 (41,5%)	2 (4%)	1 (2%)	3 (6,5%)			
Inf. Adicional	Sí 25 (54%)					No 21 (46%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 6 (13%)					No 40 (87%)			
Catálogo productos	Sí 41 (89%)					No 5 (11%)			
Fotos productos	Sí 36 (78%)					No 10 (22%)			
Precio	Sí 19 (41,5%)					No 27 (58,5%)			
Datos presentación	Sí 29 (63%)					No 17 (37%)			
Inf./descripción	Sí 28 (61%)					No 18 (39%)			
Sello o certificación	Sí 17 (37%)					No 29 (63%)			
Datos contacto	Sí 46 (100%)					No 0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	23 (50%)			0 (0%)			23 (50%)		
Venta directa	Sí 19 (41,5%)					No 27 (58,5%)			
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica
	3 (16%)		1 (5%)		5 (26,3%)		5 (26,3%)		5 (26,3%)
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica
	8 (42%)		2 (10%)		0 (0%)		0 (0%)		9 (46%)

Tabla 18. Subsector Alimentos de origen animal (613.289)

Subsector: Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales (613.29) ²									
n=30									
Información clara	Sí 23 (77%)				No 7 (23%)				
E-mail	Sí 11 (37%)				No 19 (63%)				
Mapa de localización	Sí 10 (33%)				No 20 (67%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	2 (7%)			20 (67%)			8 (26%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	3(10%)	10(33%)	6(20%)	0(0%)	4(13%)	1(3%)	2(7%)	2(7%)	2(7%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	13 (43%)		9 (30%)		0 (0%)		8 (27%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	20 (67%)		10 (33%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (3%)			0 (0%)			29 (97%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	11(37%)	1 (3%)	7 (23%)	2 (7%)	0 (%)	9 (30%)			
Inf. Adicional	Sí 11 (37%)			No 19 (63%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 12 (40%)			No 18 (60%)					
Catálogo productos	Sí 23 (77%)			No 7 (23%)					
Fotos productos	Sí 12 (40%)			No 18 (60%)					
Precio	Sí 2 (7%)			No 28 (93%)					
Datos presentación	Sí 22 (73%)			No 8 (27%)					
Inf./descripción	Sí 17 (57%)			No 13 (43%)					
Sello o certificación	Sí 7 (23%)			No 23 (77%)					
Datos contacto	Sí 24 (80%)			No 6 (20%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	5 (17%)			2 (7%)			23 (77%)		
Venta directa	Sí 4 (13%)				No 26 (87%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro		No especifica		
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		2 (50%)		2 (50%)		
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono		No especifica		
	0 (%)	0 (%)	0 (%)		0 (%)		4 (100%)		

Tabla 19. Subsector Otros alimentos sólidos. Alimentos artificiales (613.29)

² En este subsector encontramos 33 empresas, de las cuales 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 30 empresas restantes.

Subsector: Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida (613.3)										
n=36										
Información clara	Sí 30 (83%)				No 6 (17%)					
E-mail	Sí 13 (36%)				No 23 (64%)					
Mapa de localización	Sí 20 (55%)				No 16 (45%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	6 (17%)			30 (83%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	9(25%)	13(36%)	7(19%)	0(0%)	1(3%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	6(17%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	16 (44,5%)		17 (47,2%)		3 (8,3%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	13 (36%)		12 (33%)		5 (14%)		6 (17%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	2 (5,5%)			0 (0%)			34 (94,5%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	11 (30,5%)	2 (5,5%)	16 (44,5%)	2 (5,5%)	1 (3%)	4 (11%)				
Inf. Adicional	Sí 27 (75%)			No 9 (25%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 4 (11%)			No 32 (89%)						
Catálogo productos	Sí 30 (83%)			No 6 (17%)						
Fotos productos	Sí 25 (69%)			No 11 (31%)						
Precio	Sí 2 (5,5%)			No 34 (94,5%)						
Datos presentación	Sí 26 (72%)			No 10 (28%)						
Inf./descripción	Sí 23 (64%)			No 13 (36%)						
Sello o certificación	Sí 17 (47%)			No 19 (53%)						
Datos contacto	Sí 36 (100%)			No 0 (0%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	12 (33%)			1 (3%)			23 (64%)			
Venta directa	Sí 5 ³ (14%)				No 31 (86%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)	0 (0%)	1 (50%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)					

Tabla 20. Subsector Bebidas. Bebidas terapéuticas. Aguas medicinales. Dieta líquida (613.3)

³ De las 5 páginas con venta directa, 3 de ellas tienen la tienda en construcción.

Subsector: Aceites, grasas y ceras vegetales. Fosfátidos vegetales: Aceite de oliva (665.3:665.327)									
n=32									
Información clara	Sí 25 (78%)				No 7 (22%)				
E-mail	Sí 7 (22%)				No 25 (78%)				
Mapa de localización	Sí 16 (50%)				No 16 (50%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	9 (28%)			19 (59%)			4 (13%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	1 (3%)	10 (31%)	13 (41%)	1 (3%)	1 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	6 (19%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	13 (41%)		9 (28%)		7 (22%)		3 (9%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	14 (44%)		12 (37%)		5 (16%)		1 (3%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (3%)			0 (0%)			31 (97%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	12(37,5%)	0 (0%)	12(37,5%)	0 (0%)	1 (3%)	7 (22%)			
Inf. Adicional	Sí 17 (53%)				No 15 (47%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 6 (19%)				No 26 (81%)				
Catálogo productos	Sí 32 (100%)				No 0 (0%)				
Fotos productos	Sí 25 (78%)				No 7 (22%)				
Precio	Sí 10 (31%)				No 22 (69%)				
Datos presentación	Sí 21 (65%)				No 11 (35%)				
Inf./descripción	Sí 21 (65%)				No 11 (35%)				
Sello o certificación	Sí 9 (28%)				No 23 (72%)				
Datos contacto	Sí 25 (78%)				No 7 (22%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	14 (44%)			0 (0%)			18 (56%)		
Venta directa	Sí 11 ⁴ (34%)				No 21 (66%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica			
	0 (%)	0 (0%)	4 (44,5%)		0 (0%)	5 (55,5%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica			
	1 (11%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	8 (89%)			

Tabla 21. Subsector Aceites, grasas y ceras vegetales. Fosfátidos vegetales: Aceite de oliva (665.3:665.327)

⁴ De las 11 páginas con venta directa, 2 de ellas tienen la tienda en construcción

SECTOR: HIGIENE Y SALUD PÚBLICA. PREVENCIÓN DE ACCIDENTES (614)

En este sector encontramos 31 empresas, de las cuales 17 pertenecen a la provincia de Badajoz y 14 a la de Cáceres.

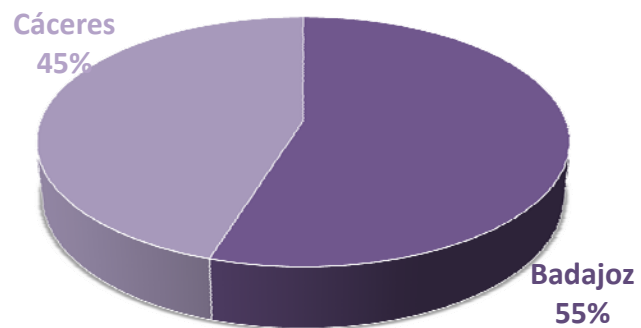


Gráfico 11. Higiene y salud pública. Prevención de accidentes (614)

SECTOR: HIGIENE Y SALUD PÚBLICA. PREVENCIÓN DE ACCIDENTES (614)									
n=31									
Información clara	Sí 29 (93,5%)					No 2 (6,5%)			
E-mail	Sí 9 (29%)					No 22 (71%)			
Mapa de localización	Sí 8 (26%)					No 23 (74%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	6 (19%)			18 (58%)			7 (23%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	10(32%)	14(45%)	1(3,2%)	0(0%)	5(16%)	1(3,2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	10 (32%)		9 (29%)		3 (10%)		9 (29%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	29 (93,5%)		1 (3,2%)		1 (3,2%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	2 (6,5%)			0 (0%)			29 (93,5%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	5 (16%)	2 (6,5%)	12 (39%)	1 (3,2%)	2 (,56%)	9 (29%)			
Inf. Adicional	Sí 13 (42%)			No 18 (58%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 5 (16%)			No 26 (84%)					
Catálogo productos	Sí 31 (100%)			No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 18 (58%)			No 13 (42%)					
Precio	Sí 1 (3%)			No 30 (97%)					
Datos presentación	Sí 5 (16%)			No 26 (84%)					
Inf./descripción	Sí 5 (16%)			No 26 (84%)					
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 31 (100%)					
Datos contacto	Sí 31 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			5 (16%)			26 (84%)		
Venta directa	Sí 2 (6,5%)				No 29 (93,5%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro		No especifica		
	0 (%)	0 (%)	1 (50%)		1 (50%)		0 (%)		
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono		No especifica		
	2 (100%)	0 (%)	0 (%)		0 (%)		0 (%)		

Tabla 22. Sector Higiene y salud pública. Prevención de accidentes (614)

SECTOR: FARMACIA GENERAL Y PROFESIONAL (615.1)

En este sector encontramos 7 empresas, de las cuales 2 pertenecen a la provincia de Badajoz y 5 a la de Cáceres. De las 7 empresas encontradas, 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 4 páginas restantes mostrando los resultados a continuación:

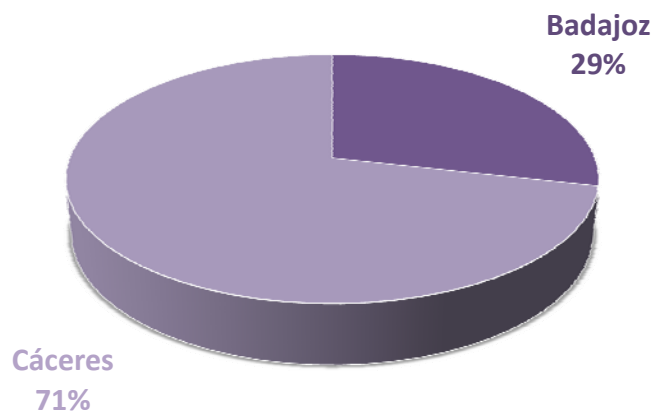


Gráfico 12. Farmacia general y profesional (615.1)

SECTOR: FARMACIA GENERAL Y PROFESIONAL (615.1) ⁵										
n=4										
Información clara	Sí 4 (100%)				No 0 (0%)					
E-mail	Sí 2 (50%)				No 2 (50%)					
Mapa de localización	Sí 1 (25%)				No 3 (75%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	0 (0%)				4 (100%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	1 (25%)	0 (0%)	3 (75%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	2 (50%)		2 (50%)		0 (0%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	4 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (25%)			1 (25%)			2 (50%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	0 (0%)	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	0 (0%)	0 (0%)				
Inf. Adicional	Sí 3 (75%)				No 1 (25%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (25%)				No 3 (75%)					
Catálogo productos	Sí 4 (100%)				No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 1 (25%)				No 3 (75%)					
Precio	Sí 1 (25%)				No 3 (75%)					
Datos presentación	Sí 2 (50%)				No 2 (50%)					
Inf./descripción	Sí 2 (50%)				No 2 (50%)					
Sello o certificación	Sí 1 (25%)				No 3 (75%)					
Datos contacto	Sí 4 (100%)				No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	1 (25%)			0 (0%)			3 (75%)			
Venta directa	Sí 1 (25%)				No 3 (75%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					

Tabla 23. Sector Farmacia general y profesional (615.1)

⁵ De las 7 empresas encontradas, 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 4 páginas restantes.

SECTOR: INGENIERÍA. TECNOLOGÍA EN GENERAL (62)

En este sector encontramos 62 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Economía de la energía en general	7	8	15
Ingeniería mecánica en general	7	9	16
Ingeniería eléctrica. Electrotecnia	15	10	25
Máquinas eléctricas	2	4	6
TOTAL	31	31	62

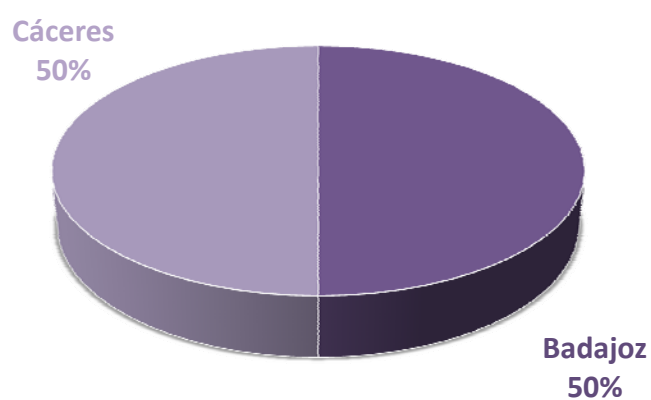


Gráfico 13. Ingeniería. Tecnología en general (62)

SECTOR: INGENIERÍA. TECNOLOGÍA EN GENERAL (62) ⁶									
n=59									
Información clara	Sí 55 (93%)				No 4 (7%)				
E-mail	Sí 27 (46%)				No 32 (54%)				
Mapa de localización	Sí 11 (19%)				No 48 (81%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	30 (51%)			28 (47%)			1 (2%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	19(32%)	22(37%)	5(8,5%)	1(2%)	1(2%)	3 (5%)	0 (0%)	3 (5%)	5(8,5%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	23 (39%)		8 (13%)		4 (7%)		24 (41%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	58 (98%)		1 (2%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (2%)			0 (0%)			58 (98%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	11 (18%)	4 (7%)	15 (25%)	1 (2%)	1 (2%)	27 (46%)			
Inf. Adicional	Sí 13 (22%)				No 46 (78%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 10 (17%)				No 49 (83%)				
Catálogo productos	Sí 55 (93%)				No 4 (7%)				
Fotos productos	Sí 31 (53%)				No 28 (47%)				
Precio	Sí 3 (5%)				No 56 (95%)				
Datos presentación	Sí 23 (39%)				No 36 (61%)				
Inf./descripción	Sí 21 (35%)				No 38 (65%)				
Sello o certificación	Sí 9 (15%)				No 50 (85%)				
Datos contacto	Sí 58 (98%)				No 1 (2%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	6 (10%)			1 (2%)			52 (88%)		
Venta directa	Sí 2 (3%)				No 57 (97%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)	1 (50%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (50%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 24. Sector Ingeniería. Tecnología en general (62)

⁶ De las 62 empresas encontradas, 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 59 páginas restantes mostrando los resultados a continuación:

Subsector: Economía de la energía en general (620.9)										
n=15										
Información clara	Sí 14 (93%)				No 1 (7%)					
E-mail	Sí 1 (7%)				No 14 (93%)					
Mapa de localización	Sí 0 (0%)				No 15 (100%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	12 (80%)				3 (20%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	2(13%)	11(73%)	0 (0%)	1 (7%)	0 (0%)	1 (7%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	12 (80%)		2 (13%)		0 (0%)		1 (7%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	15 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			15 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (7%)	0 (0%)	2 (13%)	0 (0%)	0 (0%)	12(80%)				
Inf. Adicional	Sí 2 (13%)			No 13 (87%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (7%)			No 14 (93%)						
Catálogo productos	Sí 15 (100%)			No 0 (0%)						
Fotos productos	Sí 2 (13%)			No 13 (87%)						
Precio	Sí 0 (0%)			No 15 (100%)						
Datos presentación	Sí 3 (20%)			No 12 (80%)						
Inf./descripción	Sí 3 (20%)			No 12 (80%)						
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 15 (100%)						
Datos contacto	Sí 14 (93%)			No 1 (7%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	5 (33%)			0 (0%)			10 (67%)			
Venta directa	Sí 1 (7%)			No 14 (93%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					

Tabla 25. Subsector Economía de la energía en general (620.9)

Subsector: Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria (621) ⁷									
n=14									
Información clara	Sí 11 (78%)				No 3 (22%)				
E-mail	Sí 7 (50%)				No 7 (50%)				
Mapa de localización	Sí 1 (7%)				No 13 (93%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	5 (36%)			9 (64%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	1(7%)	4(28,5%)	3(21%)	0(0%)	1(7%)	0(0%)	0(0%)	2(14%)	3(21%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	1 (7%)		0 (0%)		1 (7%)		12 (86%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	13 (93%)		1 (7%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			14 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	3 (21%)	4 (28,5%)	3 (21%)	1 (7%)	1 (7%)	2 (14%)			
Inf. Adicional	Sí 7 (50%)				No 7 (50%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (14%)				No 12 (86%)				
Catálogo productos	Sí 12 (86%)				No 2 (14%)				
Fotos productos	Sí 4 (28,5%)				No 10 (71,5%)				
Precio	Sí 2 (14%)				No 12 (86%)				
Datos presentación	Sí 12 (86%)				No 2 (14%)				
Inf./descripción	Sí 10 (71,5%)				No 4 (28,5%)				
Sello o certificación	Sí 5 (36%)				No 9 (64%)				
Datos contacto	Sí 14 (100%)				No 0 (0%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			1 (7%)			13 (93%)		
Venta directa	Sí 0 (0%)				No 14 (100%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 26. Subsector Ingeniería mecánica en general. Tecnología nuclear. Electrotecnia. Maquinaria (621)

⁷ De las 16 empresas encontradas, 2 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 14 páginas restantes.

Subsector: Ingeniería eléctrica. Electrotecnia (621.3) ⁸										
n=24										
Información clara	Sí	24 (100%)				No	0 (0%)			
E-mail	Sí	13 (54%)				No	11 (46%)			
Mapa de localización	Sí	10 (42%)				No	14 (58%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	8 (33%)			16 (67%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	16(67%)	1(4%)	2(8,3%)	0(0%)	0(0%)	2(8,3%)	0(0%)	1(4%)	2(8,3%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	10 (42%)		6 (25%)		3 (12%)		5 (21%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	24 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (4%)			0 (0%)			23 (96%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	7 (29%)	0 (0%)	10 (42%)	0 (0%)	0 (0%)	7 (29%)				
Inf. Adicional	Sí	4 (17%)				No	20 (83%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	7 (29%)				No	17 (71%)			
Catálogo productos	Sí	23 (96%)				No	1 (4%)			
Fotos productos	Sí	21 (87,5%)				No	3 (12,5%)			
Precio	Sí	1 (4%)				No	23 (96%)			
Datos presentación	Sí	8 (33%)				No	16 (67%)			
Inf./descripción	Sí	8 (33%)				No	16 (67%)			
Sello o certificación	Sí	4 (17%)				No	20 (83%)			
Datos contacto	Sí	24 (100%)				No	0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	5 (21%)			0 (0%)			19 (79%)			
Venta directa	Sí	1 (4%)				No	23 (96%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)		0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 27. Subsector Ingeniería eléctrica. Electrotecnia (621.3)

⁸ De las 25 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 24 páginas restantes,

Subsector: Máquinas eléctricas (621.313)									
n=6									
Información clara	Sí 6 (100%)			No 0 (0%)					
E-mail	Sí 6 (100%)			No 0 (0%)					
Mapa de localización	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	5 (83%)			0 (0%)			1 (17%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	0(0%)	6(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	6 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	6 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			6 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	6(100%)			
Inf. Adicional	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Catálogo productos	Sí 5 (83%)			No 1 (17%)					
Fotos productos	Sí 4 (67%)			No 2 (33%)					
Precio	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Datos presentación	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Inf./descripción	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Datos contacto	Sí 6 (1000%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			0 (0%)			6 (100%)		
Venta directa	Sí 0 (0%)			No 6 (100%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 28. Subsector Máquinas eléctricas (621.313)

SECTOR: INGENIERÍA DE LOS VEHÍCULOS DE TRANSPORTE (629)

En este sector encontramos 45 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos	12	6	18
Repuestos. Distribución. Control de existencias	5	2	7
Ventas	13	7	20
TOTAL	30	15	45

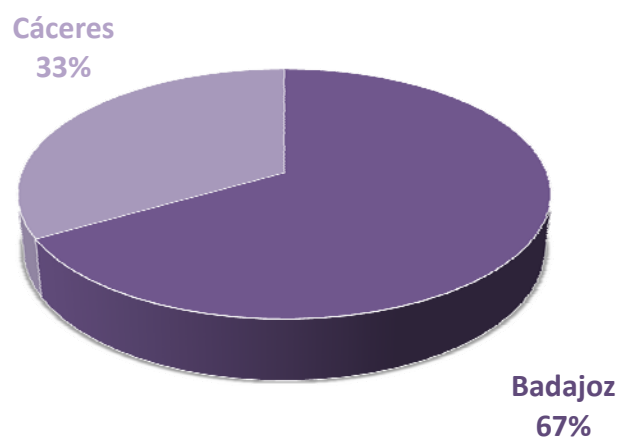


Gráfico 14. Ingeniería de los vehículos de transporte (629)

SECTOR: INGENIERÍA DE LOS VEHÍCULOS DE TRANSPORTE (629) ⁹									
n=44									
Información clara	Sí 35 (79,5%)				No 9 (20,5%)				
E-mail	Sí 20 (45,5%)				No 24 (54,5%)				
Mapa de localización	Sí 8 (18%)				No 36 (82%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	16 (36%)			23 (53%)			5 (11%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	9(20%)	5(11%)	6(14%)	4(9%)	6(14%)	3(7%)	0(0%)	6(14%)	5(11%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	25 (57%)		8 (18%)		7 (16%)		4 (9%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	42 (95,5%)		2 (4,5%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	7 (16%)			0 (0%)			37 (84%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	15 (34%)	4 (9%)	8 (18%)	3 (7%)	2 (4,5%)	12 (27%)			
Inf. Adicional	Sí 7 (16%)			No 37 (84%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 6 (14%)			No 38 (86%)					
Catálogo productos	Sí 40 (91%)			No 4 (9%)					
Fotos productos	Sí 39 (89%)			No 5 (11%)					
Precio	Sí 14 (32%)			No 30 (68%)					
Datos presentación	Sí 26 (59%)			No 18 (41%)					
Inf./descripción	Sí 23 (52%)			No 21 (48%)					
Sello o certificación	Sí 17 (39%)			No 27 (61%)					
Datos contacto	Sí 43 (98%)			No 1 (2%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	10 (23%)			1 (2%)			33 (75%)		
Venta directa	Sí 3 (7%)			No 41 (93%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (67%)				

Tabla 29. Sector Ingeniería de los vehículos de transporte (629)

⁹ De las 45 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 44 páginas restantes

Subsector: Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos (629.083)									
n=18									
Información clara	Sí 17 (94,5%)				No 1 (5,5%)				
E-mail	Sí 6 (33%)				No 12 (67%)				
Mapa de localización	Sí 5 (28%)				No 13 (72%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	5 (28%)			8 (44%)			5 (28%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	3(17%)	1(5%)	2(11%)	0(0%)	3(17%)	0(0%)	0(0%)	5(28%)	4(22%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	8 (44%)		4 (22%)		3 (17%)		3 (17%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	18 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (5,5%)			0 (0%)			17 (94,5%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	4 (22%)	3 (17%)	4 (22%)	2 (11%)	1 (5%)	4 (22%)			
Inf. Adicional	Sí 4 (22%)			No 14 (78%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (11%)			No 16 (89%)					
Catálogo productos	Sí 16 (89%)			No 2 (11%)					
Fotos productos	Sí 16 (89%)			No 2 (11%)					
Precio	Sí 7 (39%)			No 11 (61%)					
Datos presentación	Sí 6 (33%)			No 12 (67%)					
Inf./descripción	Sí 6 (33%)			No 12 (67%)					
Sello o certificación	Sí 3 (17%)			No 15 (83%)					
Datos contacto	Sí 17 (94,5%)			No 1 (5,5%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	3 (17%)			0 (%)			15 (83%)		
Venta directa	Sí 1 (5,5%)			No 17 (94,5%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No específica				
	0 (%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)	1 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No específica				
	1 (100%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)				

Tabla 30. Subsector Mantenimiento, servicio y reparación de vehículos (629.083)

Subsector: Repuestos. Distribución. Control de existencias (629.084)										
n=7										
Información clara	Sí			1 (14%)			No			6 (86%)
E-mail	Sí			5 (71%)			No			2 (29%)
Mapa de localización	Sí			0 (0%)			No			7 (100%)
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	4 (57%)			3 (43%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	1(14%)	4(57%)	2(29%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	5 (71%)		0 (0%)		2 (29%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	7 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			7 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (14%)	0 (0%)	1 (14%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (72%)				
Inf. Adicional	Sí			0 (0%)			No			7 (100%)
Enlace pg relacionadas	Sí			1 (14%)			No			6 (86%)
Catálogo productos	Sí			6 (86%)			No			1 (14%)
Fotos productos	Sí			2 (29%)			No			5 (71%)
Precio	Sí			0 (0%)			No			7 (100%)
Datos presentación	Sí			4 (57%)			No			3 (43%)
Inf./descripción	Sí			1 (14%)			No			6 (86%)
Sello o certificación	Sí			0 (0%)			No			7 (100%)
Datos contacto	Sí			7 (100%)			No			0 (0%)
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (0%)			0 (0%)			7 (100%)			
Venta directa	Sí			0 (0%)			No			7 (100%)
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					

Tabla 31. Subsector Repuestos. Distribución. Control de existencias (629.084)

Subsector: Ventas (629.33:64.069) ¹⁰									
n=19									
Información clara	Sí 17 (89%)				No 2 (11%)				
E-mail	Sí 9 (47%)				No 10 (53%)				
Mapa de localización	Sí 3 (16%)				No 16 (84%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	7 (37%)			12 (63%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	5(26%)	0(0%)	2(11%)	4(21%)	3(16%)	3(16%)	0(0%)	1(5%)	1(5%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	12 (63%)		4 (21%)		2 (11%)		1 (5%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	17 (89%)		2 (11%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	6 (32%)			0 (0%)			13 (68%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	10 (53%)	1 (5%)	3 (16%)	1 (5%)	1 (5%)	3 (16%)			
Inf. Adicional	Sí 3 (16%)			No 16 (84%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (16%)			No 16 (84%)					
Catálogo productos	Sí 18 (95%)			No 1 (5%)					
Fotos productos	Sí 18 (95%)			No 1 (5%)					
Precio	Sí 7 (37%)			No 12 (63%)					
Datos presentación	Sí 16 (84%)			No 3 (16%)					
Inf./descripción	Sí 16 (84%)			No 3 (16%)					
Sello o certificación	Sí 14 (74%)			No 5 (26%)					
Datos contacto	Sí 19 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	7 (37%)			1 (5%)			11 (58%)		
Venta directa	Sí 2 (11%)			No 17 (89%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)				

Tabla 32. Subsector Ventas (629.33:64.069)

¹⁰ De las 20 páginas encontradas, 1 se encuentra en construcción por lo que se han estudiado las 19 páginas restantes

SECTOR: AGRICULTURA EN GENERAL (631)

En este sector encontramos 45 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Gestión y Organización de las explotaciones agrarias	13	8	21
Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas	5	9	14
Plantas de jardín. Jardinería	5	5	10
TOTAL	23	22	45

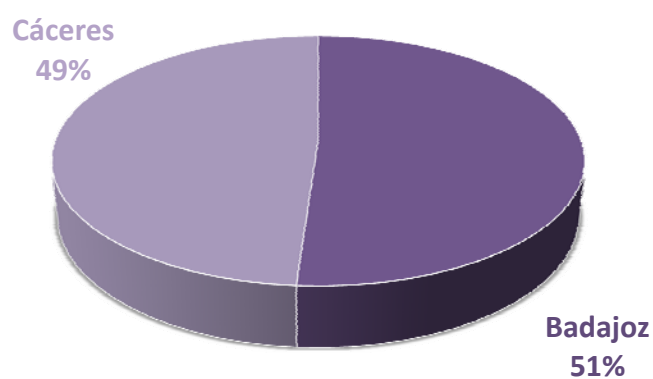


Gráfico 15. Agricultura en general (631)

SECTOR: AGRICULTURA EN GENERAL (631) ¹¹									
n=42									
Información clara	Sí 31 (74%)					No 11 (26%)			
E-mail	Sí 19 (45%)					No 23 (55%)			
Mapa de localización	Sí 12 (29%)					No 30 (71%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	18 (43%)			24 (57%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	8(20%)	14(33%)	10(24%)	1(2%)	1(2%)	2(5%)	2(5%)	0(0%)	4(9%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	23 (55%)		11 (26%)		5 (12%)		3 (7%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	36 (86%)		3 (7%)		1 (2%)		2 (5%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	2 (5%)			0 (0%)			40 (95%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	11(26%)	2 (5%)	14 (33%)	0 (0%)	2 (5%)	13(31%)			
Inf. Adicional	Sí 14 (33%)					No 28 (67%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (7%)					No 39 (93%)			
Catálogo productos	Sí 40 (95%)					No 2 (5%)			
Fotos productos	Sí 21 (50%)					No 21 (50%)			
Precio	Sí 6 (14%)					No 36 (86%)			
Datos presentación	Sí 19 (45%)					No 23 (55%)			
Inf./descripción	Sí 16 (38%)					No 26 (62%)			
Sello o certificación	Sí 7 (17%)					No 35 (83%)			
Datos contacto	Sí 41 (98%)					No 1 (2%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	7 (17%)			2 (5%)			33 (78%)		
Venta directa	Sí 4 (9%)					No 38 (91%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	1 (25%)	0 (%)	2 (50%)	0 (%)	1 (25%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	2 (50%)	1 (25)	0 (0%)	0 (0%)	1 (25%)				

Tabla 33. Sector Agricultura en general (631)

¹¹ De las 45 empresas encontradas, 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 42 páginas restantes.

Subsector: Gestión y Organización de las explotaciones agrarias (631.1) ¹²									
n=20									
Información clara	Sí 17 (85%)					No 3 (15%)			
E-mail	Sí 8 (40%)					No 12 (60%)			
Mapa de localización	Sí 8 (40%)					No 12 (60%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	5 (25%)			15 (75%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	4(20%)	4(20%)	6(30%)	1(5%)	1(5%)	1(5%)	1(5%)	0(0%)	2(10%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	10 (50%)		7 (35%)		2 (10%)		1 (5%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	16 (80%)		2 (10%)		1 (5%)		1 (5%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			20 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	8 (40%)	2 (10%)	5 (25%)	0 (0%)	2 (10%)	3 (15%)			
Inf. Adicional	Sí 9 (45%)					No 11 (55%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (10%)					No 18 (90%)			
Catálogo productos	Sí 18 (90%)					No 2 (10%)			
Fotos productos	Sí 11 (55%)					No 9 (45%)			
Precio	Sí 2 (10%)					No 18 (90%)			
Datos presentación	Sí 11 (55%)					No 9 (45%)			
Inf./descripción	Sí 11 (55%)					No 9 (45%)			
Sello o certificación	Sí 6 (30%)					No 14 (70%)			
Datos contacto	Sí 20 (100%)					No 0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	5 (25%)			1 (5%)			14 (70%)		
Venta directa	Sí 1 (5%)				No 19 (95%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 34. Subsector Gestión y Organización de las explotaciones agrarias (631.1)

¹² De las 21 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 20 páginas restantes

Subsector: Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas (613.3)										
n=14										
Información clara	Sí 6 (43%)				No 8 (57%)					
E-mail	Sí 10 (71%)				No 4 (29%)					
Mapa de localización	Sí 1 (%)				No 13 (%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	9 (64%)				5 (36%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	4(29%)	8(57%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(7%)	1(7%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	10 (71%)		1 (7%)		3 (22%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	13 (93%)		0 (0%)		0 (0%)		1 (7%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (7%)			0 (0%)			13 (93%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	0 (0%)	0 (0%)	6 (43%)	0 (0%)	0 (0%)	8 (57%)				
Inf. Adicional	Sí 4 (29%)			No 10 (71%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 0 (0%)			No 14 (100%)						
Catálogo productos	Sí 14 (100%)			No 0 (0%)						
Fotos productos	Sí 6 (43%)			No 8 (57%)						
Precio	Sí 1 (7%)			No 13 (93%)						
Datos presentación	Sí 0 (0%)			No 14 (100%)						
Inf./descripción	Sí 1 (7%)			No 13 (93%)						
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 14 (100%)						
Datos contacto	Sí 13 (93%)			No 1 (7%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (%)			1 (7%)			13 (93%)			
Venta directa	Sí 1 (7%)			No 13 (93%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)					

Tabla 35. Subsector Maquinaria agrícola. Máquinas y utensilios agrícolas (613.3)

Subsector: Plantas de jardín. Jardinería (635) ¹³									
n= 8									
Información clara	Sí 8 (100%)			No 0 (0%)					
E-mail	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)					
Mapa de localización	Sí 3 (37,5%)			No 5 (62,5%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	4 (50%)			4 (50%)			0 (100%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	0(0%)	2(25%)	4(50%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(25%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	3 (37,5%)		3 (37,5%)		0 (0%)		2 (25%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	7 (87,5%)		0 (0%)		0 (0%)		1 (12,5%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (12,5%)			0 (0%)			7 (87,5%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	3 (37,5%)	0 (0%)	3 (37,5%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (25%)			
Inf. Adicional	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)					
Catálogo productos	Sí 8 (100%)			No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 4 (50%)			No 4 (50%)					
Precio	Sí 3 (37,5%)			No 5 (62,5%)					
Datos presentación	Sí 3 (37,5%)			No 5 (62,5%)					
Inf./descripción	Sí 3 (37,5%)			No 5 (62,5%)					
Sello o certificación	Sí 1 (12,5%)			No 7 (62,5%)					
Datos contacto	Sí 8 (100%)			No 0 (62,5%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			1 (12,5%)			13 (62,5%)		
Venta directa	Sí 2 (25%)			No 6 (75%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	1 (50%)	0 (0%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (50%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 36. Subsector Plantas de jardín. Jardinería (635)

¹³ De las 10 empresas encontradas, 2 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 8 páginas restantes

SECTOR: EXPLOTACIÓN Y CRÍA DE ANIMALES EN GENERAL. CRÍA DE GANADO. CRÍA DE ANIMALES DOMÉSTICOS (636)

En este sector encontramos 17 páginas que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general	4	7	11
Cuestiones generales de la cría de animales	2	4	6
TOTAL	6	11	17

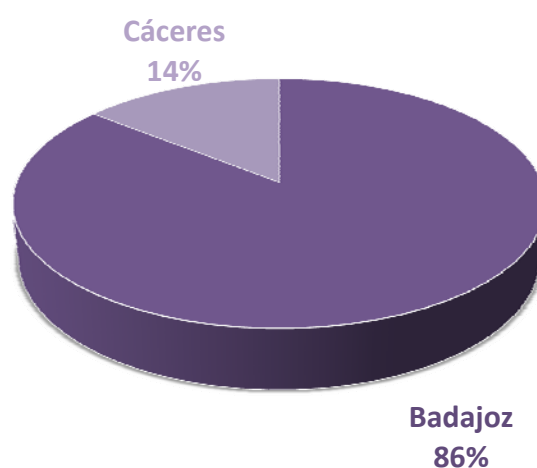


Gráfico 16. Explotación y cría de animales en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos (636)

SECTOR: EXPLOTACIÓN Y CRÍA DE ANIMALES EN GENERAL. CRÍA DE GANADO. CRÍA DE ANIMALES DOMÉSTICOS (636)¹⁴										
n=16										
Información clara	Sí	16 (100%)				No	0 (0%)			
E-mail	Sí	2 (12,5%)				No	14 (87,5%)			
Mapa de localización	Sí	4 (25%)				No	12 (75%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	2 (12,5%)			9 (56,5%)			5 (31%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	9(56%)	3(19%)	2(12,5%)	1(6%)	0(0%)	1(6%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	7 (44%)		6 (37,5%)		3 (19%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	16 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			16 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	2 (12,5%)	2 (12,5%)	8 (50%)	2 (12,5%)	0 (0%)	2 (12,5%)				
Inf. Adicional	Sí	9 (56%)				No	7 (44%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	2 (12,5%)				No	14 (87,5%)			
Catálogo productos	Sí	16 (100%)				No	0 (0%)			
Fotos productos	Sí	10 (62,5%)				No	6 (37,5%)			
Precio	Sí	2 (12,5%)				No	14 (87,5%)			
Datos presentación	Sí	9 (56%)				No	7 (44%)			
Inf./descripción	Sí	8 (50%)				No	8 (50%)			
Sello o certificación	Sí	3 (19%)				No	13 (81%)			
Datos contacto	Sí	16 (100%)				No	0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	7 (44%)			0 (0%)			9 (56%)			
Venta directa	Sí	2 (12,5%)				No	14 (87,5%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso		Contrareembolso		Otro	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)	2 (100%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte		E-mail		Teléfono	No especifica			
	1 (50%)	0 (0%)		0 (%)		0 (0%)	1 (50%)			

Tabla 37. Sector Explotación y cría de animals en general. Cría de ganado. Cría de animales domésticos (636)

¹⁴ De las 17 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 16 páginas restantes

Subsector: Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general (636.03) ¹⁵										
n=10										
Información clara	Sí	10 (100%)				No	0 (0%)			
E-mail	Sí	0 (0%)				No	10 (100%)			
Mapa de localización	Sí	3 (30%)				No	7 (70%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	0 (0%)			5 (50%)			5 (50%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	7(70%)	0(0%)	2(20%)	0(0%)	0(0%)	1(10%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	5 (50%)		4 (40%)		1 (10%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	10 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			10 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (10%)	1 (10%)	6 (60%)	2 (20%)	0 (0%)	0 (0%)				
Inf. Adicional	Sí	7 (70%)				No	3 (30%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	2 (20%)				No	8 (80%)			
Catálogo productos	Sí	10 (10%)				No	0 (0%)			
Fotos productos	Sí	6 (60%)				No	4 (40%)			
Precio	Sí	1 (10%)				No	9 (90%)			
Datos presentación	Sí	6 (60%)				No	4 (40%)			
Inf./descripción	Sí	5 (50%)				No	5 (50%)			
Sello o certificación	Sí	1 (10%)				No	9 (90%)			
Datos contacto	Sí	10 (100%)				No	0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	2 (20%)			0 (0%)			8 (80%)			
Venta directa	Sí	1 (10%)				No	9 (90%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 38. Subsector Cría de animales para la alimentación humana. Animales de granja en general (636.03)

¹⁵ De las 11 empresas encontradas, 1 de ellas se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 10 empresas restantes

Subsector: Cuestiones generales de la cría de animales (636.08)										
n=6										
Información clara	Sí 6 (100%)					No 0 (0%)				
E-mail	Sí 2 (33%)					No 4 (67%)				
Mapa de localización	Sí 1 (17%)					No 5 (83%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	2 (33%)				4 (67%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	2(33%)	3(50%)	0(0%)	1(17%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	2 (33%)		2 (33%)		2 (33%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	6 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			6 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (17%)	1 (17%)	2 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (33%)				
Inf. Adicional	Sí 2 (33%)					No 4 (67%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 0 (0%)					No 6 (100%)				
Catálogo productos	Sí 6 (100%)					No 0 (0%)				
Fotos productos	Sí 4 (67%)					No 2 (33%)				
Precio	Sí 1 (17%)					No 5 (83%)				
Datos presentación	Sí 3 (50%)					No 3 (50%)				
Inf./descripción	Sí 3 (50%)					No 3 (50%)				
Sello o certificación	Sí 2 (33%)					No 4 (67%)				
Datos contacto	Sí 6 (100%)					No 0 (0%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	5 (83%)			0 (0%)			1 (17%)			
Venta directa	Sí 1 (17%)				No 5 (83%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					

Tabla 39. Subsector Cuestiones generales de la cría de animales (636.08)

SECTOR: EMPRESAS DE HOSTELERIA Y RESTAURACIÓN (640.4)

En este sector encontramos 48 empresas, de las cuales 15 pertenecen a la provincia de Badajoz y 33 a la de Cáceres.

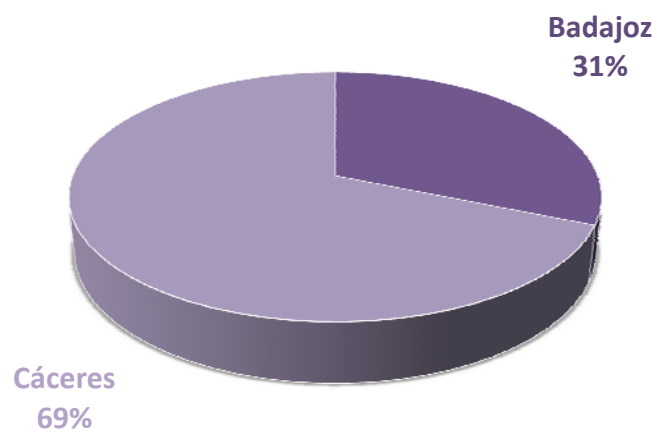


Gráfico 17. Empresas de Hostelería y Restauración (640.4)

SECTOR: EMPRESAS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (640.4) ¹⁶									
n= 47									
Información clara	Sí 24 (51%)				No 23 (49%)				
E-mail	Sí 9 (19%)				No 38 (81%)				
Mapa de localización	Sí 10 (21%)				No 37 (79%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	32 (68%)			15 (32%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	2(4%)	27(57,5%)	5(11%)	0(0%)	3(6%)	0(0%)	3(6%)	4(8,5%)	3(6%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	31 (66%)		9 (19%)		7 (15%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	45 (96%)		2 (4%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			1 (2%)			46 (98%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	6 (13%)	4 (9%)	11 (23%)	1 (2%)	0 (0%)	25(53%)			
Inf. Adicional	Sí 12 (26%)				No 35 (74%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (2%)				No 46 (98%)				
Catálogo productos	Sí 45 (96%)				No 2 (4%)				
Fotos productos	Sí 17 (36%)				No 30 (64%)				
Precio	Sí 3 (6%)				No 44 (94%)				
Datos presentación	Sí 12 (26%)				No 35 (74%)				
Inf./descripción	Sí 12 (26%)				No 35 (74%)				
Sello o certificación	Sí 0 (0%)				No 47 (100%)				
Datos contacto	Sí 46 (98%)				No 1 (2%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	4 (9%)			2 (4%)			41 (87%)		
Venta directa	Sí 4 (9%)				No 43 (91%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	1 (25%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (75%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 40. Sector Empresas de Hostelería y Restauración (640.4)

¹⁶ De las 48 empresas encontradas, 1 de ellas está en construcción, por lo que se han estudiado las 47 páginas restantes

SECTOR: EL MOBILIARIO Y ACCESORIOS (645)

En este sector encontramos 38 empresas, de las cuales 22 pertenecen a la provincia de Badajoz y 16 a la de Cáceres.

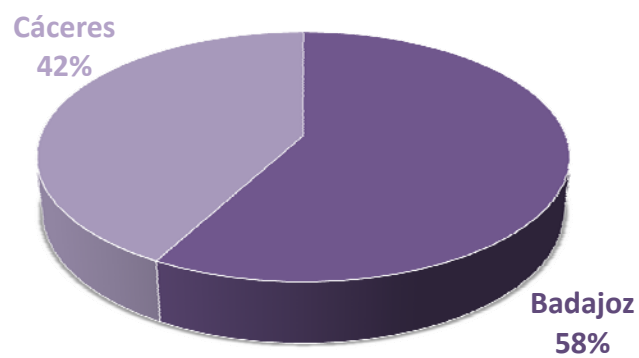


Gráfico 18. El mobiliario y accesorios (645)

SECTOR: EL MOBILIARIO Y ACCESORIOS (645) ¹⁷										
n=37										
Información clara	Sí 36 (97%)				No 1 (3%)					
E-mail	Sí 4 (11%)				No 33 (89%)					
Mapa de localización	Sí 8 (22%)				No 29 (78%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	22 (59%)			15 (41%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	9(24%)	15(40%)	1(3%)	1(3%)	2(5%)	0(0%)	8(22%)	0(0%)	1(3%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	11 (30%)		0 (0%)		0 (0%)		26 (70%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	37 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	3 (8%)			0 (0%)			34 (92%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	6 (16%)	5 (13%)	8 (22%)	0 (0%)	0 (0%)	18(49%)				
Inf. Adicional	Sí 3 (8%)			No 34 (92%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (5%)			No 35 (95%)						
Catálogo productos	Sí 4 (11%)			No 33 (89%)						
Fotos productos	Sí 26 (70%)			No 11 (30%)						
Precio	Sí 9 (24%)			No 28 (76%)						
Datos presentación	Sí 22 (59%)			No 15 (41%)						
Inf./descripción	Sí 22 (59%)			No 15 (41%)						
Sello o certificación	Sí 1 (3%)			No 36 (97%)						
Datos contacto	Sí 37 (100%)			No 0 (0%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (0%)			0 (0%)			37 (100%)			
Venta directa	Sí 5 (13%)			No 32 (87%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	4 (80%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (100%)					

Tabla 41. Sector El mobiliario y accesorios (645)

¹⁷ De las 38 empresas analizadas, 1 de ellas está en construcción, por lo que se han estudiado las 37 páginas restantes, mostrando los resultados a continuación:

SECTOR: VESTIDO. CUIDADOS CORPORALES (646)

En este sector encontramos 26 empresas que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Cuidado y protección de los vestidos	4	4	8
Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse.	3	9	12
TOTAL	7	13	20

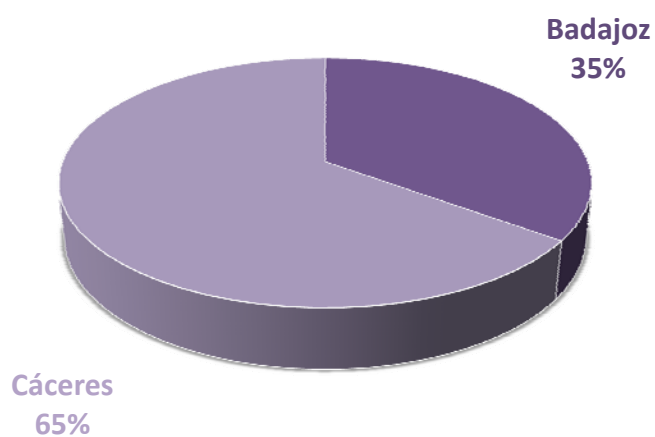


Gráfico 19. Vestido. Cuidados corporales (646)

SECTOR: VESTIDO. CUIDADOS CORPORALES (646)									
n=20									
Información clara	Sí 10 (50%)				No 10 (50%)				
E-mail	Sí 4 (20%)				No 16 (80%)				
Mapa de localización	Sí 3 (15%)				No 17 (85%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	14 (70%)			6 (30%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	4(20%)	10(50%)	0(0%)	0(0%)	2(10%)	0(0%)	0(0%)	1(5%)	3(15%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	13 (65%)		4 (20%)		2 (10%)		1 (5%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	19 (95%)		0 (0%)		0 (0%)		1 (5%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			20 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	2 (10%)	2 (10%)	2 (10%)	2 (10%)	1 (5%)	11 (55%)			
Inf. Adicional	Sí 2 (10%)			No 18 (90%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (15%)			No 17 (85%)					
Catálogo productos	Sí 16 (80%)			No 4 (20%)					
Fotos productos	Sí 9 (45%)			No 11 (55%)					
Precio	Sí 1 (5%)			No 19 (95%)					
Datos presentación	Sí 6 (30%)			No 14 (70%)					
Inf./descripción	Sí 6 (30%)			No 14 (70%)					
Sello o certificación	Sí 3 (15%)			No 17 (85%)					
Datos contacto	Sí 16 (80%)			No 4 (20%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	1 (5%)			0 (%)			19 (95%)		
Venta directa	Sí 1 (5%)			No 19 (95%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro		No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		1 (100%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono		No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		1 (100%)			

Tabla 42. Sector Vestido. Cuidados corporales (646)

Subsector: Cuidado y protección de los vestidos (646.6)										
n=8										
Información clara	Sí 4 (50%)				No 4 (50%)					
E-mail	Sí 2 (25%)				No 6 (75%)					
Mapa de localización	Sí 1 (12,5%)				No 7 (87,5%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	6 (75%)			2 (25%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	2(25%)	3(37,5%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(12,5%)	2(25%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	5 (62,5%)		2 (25%)		0 (0%)		1 (12,5%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	8 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			8 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (12,5%)	2 (25%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (62,5%)				
Inf. Adicional	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)						
Catálogo productos	Sí 5 (62,5%)			No 3 (37,5%)						
Fotos productos	Sí 4 (50%)			No 4 (50%)						
Precio	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)						
Datos presentación	Sí 3 (37,5%)			No 5 (62,5%)						
Inf./descripción	Sí 3 (37,5%)			No 5 (62,5%)						
Sello o certificación	Sí 2 (25%)			No 6 (75%)						
Datos contacto	Sí 8 (100%)			No 0 (0%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	1 (12,5%)			0 (%)			7 (87,5%)			
Venta directa	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					

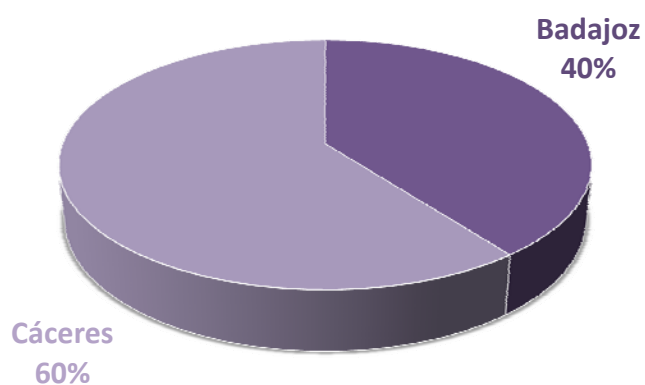
Tabla 43. Subsector Cuidado y protección de los vestidos (646.6)

Subsector: Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse (646.7)									
n=12									
Información clara	Sí 6 (50%)				No 6 (50%)				
E-mail	Sí 2 (17%)				No 10 (83%)				
Mapa de localización	Sí 2 (17%)				No 10 (83%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	8 (67%)			4 (33%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	2(17%)	7(58%)	0(0%)	0(0%)	2(17%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(8%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	8 (67%)		2 (17%)		2 (17%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	11 (92%)		0 (0%)		0 (0%)		1 (8%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			12 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	1 (8%)	0 (0%)	2 (17%)	2 (17%)	1 (8%)	6 (50%)			
Inf. Adicional	Sí 1 (8%)			No 11 (92%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (17%)			No 10 (83%)					
Catálogo productos	Sí 11 (92%)			No 1 (8%)					
Fotos productos	Sí 5 (42%)			No 7 (58%)					
Precio	Sí 0 (0%)			No 12 (100%)					
Datos presentación	Sí 3 (25%)			No 9 (75%)					
Inf./descripción	Sí 3 (25%)			No 9 (75%)					
Sello o certificación	Sí 1 (8%)			No 11 (92%)					
Datos contacto	Sí 8 (67%)			No 4 (33%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			0 (0%)			12 (100%)		
Venta directa	Sí 1 (8%)				No 11 (92%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (100%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (100%)			

Tabla 44. Subsector Cuidados corporales. Tratamientos de belleza. Accesorios para vestirse y desvestirse (646.7)

**SECTOR: ORGANIZACIÓN DE OFICINAS. TÉCNICAS DE TRABAJO EN LAS OFICINAS:
LAVANDERÍA. LIMPIEZA (651:648)**

En este sector encontramos 48 empresas, de las cuales 19 pertenecen a la provincia de Badajoz y 29 a la de Cáceres



**Gráfico 20. Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas:
Lavandería. Limpieza (651:648)**

SECTOR: ORGANIZACIÓN DE OFICINAS. TÉCNICAS DE TRABAJO EN LAS OFICINAS: LAVANDERÍA. LIMPIEZA (651:648)¹⁸										
n=42										
Información clara	Sí	27 (64%)				No	15 (36%)			
E-mail	Sí	25 (60%)				No	17 (40%)			
Mapa de localización	Sí	8 (19%)				No	34 (81%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	22 (52%)				20 (48%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	7(17%)	21(50%)	8(19%)	0(0%)	3(7%)	0(0%)	2(5%)	0(0%)	1(2%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	24 (57%)		12 (29%)		3 (7%)		3 (7%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	41 (98%)		1 (2%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	2 (5%)			0 (0%)			40 (95%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	8 (19%)	0 (0%)	13 (31%)	0 (0%)	1 (2%)	20(48%)				
Inf. Adicional	Sí	7 (17%)				No	35 (83%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	6 (14%)				No	36 (86%)			
Catálogo productos	Sí	42 (100%)				No	0 (0%)			
Fotos productos	Sí	33 (78,5%)				No	9 (21,5%)			
Precio	Sí	1 (2%)				No	41 (98%)			
Datos presentación	Sí	25 (60%)				No	17 (40%)			
Inf./descripción	Sí	24 (57%)				No	18 (43%)			
Sello o certificación	Sí	6 (14%)				No	36 (86%)			
Datos contacto	Sí	41 (98%)				No	1 (2%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	2 (5%)			1 (2%)			39 (93%)			
Venta directa	Sí	1 (2%)				No	41 (98%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		1 (100%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 45. Sector Organización de oficinas. Técnicas de trabajo en las oficinas (651:648)

¹⁸ De las 48 empresas analizadas, 6 están en construcción, por lo que se han estudiado las 42 páginas restantes

SECTOR: TELECOMUNICACIONES Y TELECONTROL (654)

En este sector encontramos 10 empresas, de las cuales 6 pertenecen a la provincia de Badajoz y 4 a la de Cáceres:

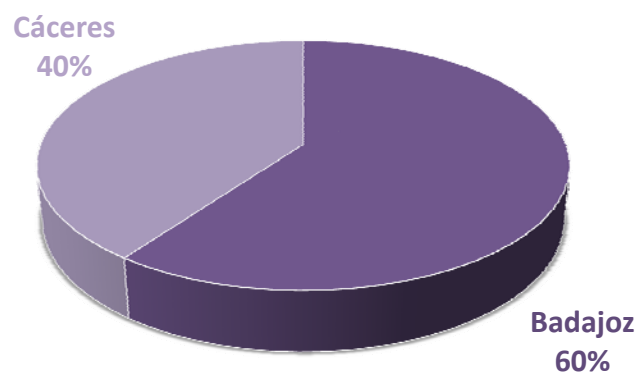


Gráfico 21. Telecomunicaciones y Telecontrol (654)

SECTOR: TELECOMUNICACIONES Y TELECONTROL (654) ¹⁹									
n=9									
Información clara	Sí 9 (100%)				No 0 (0%)				
E-mail	Sí 3 (33%)				No 6 (67%)				
Mapa de localización	Sí 2 (22%)				No 7 (78%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	0 (0%)			9 (100%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	4(44%)	2(22%)	1(11%)	0(0%)	2(22%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	5 (56%)		2 (22%)		2 (22%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	9 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	1 (11%)			0 (0%)			8 (89%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	3 (33%)	0 (0%)	5 (56%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (11%)			
Inf. Adicional	Sí 3 (33%)			No 6 (67%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)					
Catálogo productos	Sí 9 (100%)			No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 7 (78%)			No 2 (22%)					
Precio	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)					
Datos presentación	Sí 9 (100%)			No 0 (0%)					
Sello o certificación	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)					
Datos contacto	Sí 9 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	3 (33%)			0 (0%)			6 (67%)		
Venta directa	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 46. Sector Telecomunicaciones y Telecontrol (654)

¹⁹ De las 10 empresas encontradas, 1 está en construcción, por lo que se han estudiado las 9 páginas restantes,

SECTOR: INDUSTRIAS GRÁFICAS. IMPRENTA. EDITORIALES. COMERCIO DE LIBROS (655)

En este sector encontramos 22 empresas, de las cuales 13 pertenecen a la provincia de Badajoz y 9 a la de Cáceres.

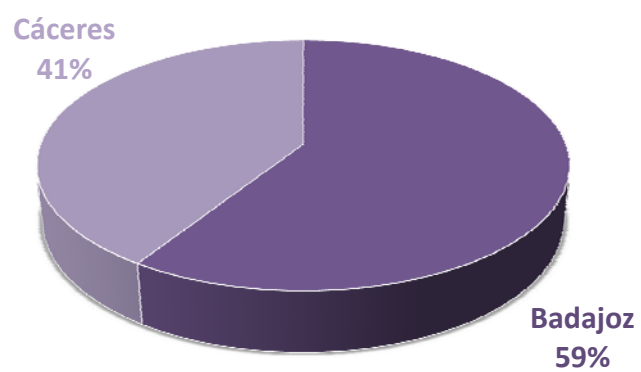


Gráfico 22. Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros (655)

SECTOR: INDUSTRIAS GRÁFICAS. IMPRENTA. EDITORIALES. COMERCIO DE LIBROS (655) ²⁰										
n=18										
Información clara	Sí		1 (6%)		No		17 (94%)			
E-mail	Sí		12 (67%)		No		6 (33%)			
Mapa de localización	Sí		1 (6%)		No		17 (94%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	1 (6%)			16 (89%)			1 (6%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	8(44%)	1(6%)	2(11%)	0(0%)	1(6%)	4(22%)	0(0%)	0(0%)	2(11%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	10 (55%)		4 (22%)		4 (22%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	17 (94%)		1 (6%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			1 (6%)			17 (94%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	8 (44%)	5 (28%)	2 (11%)	1 (6%)	1 (6%)	1 (6%)				
Inf. Adicional	Sí		2 (11%)		No		16 (89%)			
Enlace pg relacionadas	Sí		1 (6%)		No		17 (94%)			
Catálogo productos	Sí		17 (94%)		No		1 (6%)			
Fotos productos	Sí		17 (94%)		No		1 (6%)			
Precio	Sí		17 (94%)		No		1 (6%)			
Datos presentación	Sí		17 (94%)		No		1 (6%)			
Inf./descripción	Sí		12 (67%)		No		6 (33%)			
Sello o certificación	Sí		1 (6%)		No		17 (94%)			
Datos contacto	Sí		18 (100%)		No		0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (0%)			0 (0%)			18 (100%)			
Venta directa	Sí				0 (0%)		No			18 (100%)
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)					

Tabla 47. Sector. Industrias gráficas. Imprenta. Editoriales. Comercio de libros (655)

²⁰ De las 22 empresas encontradas, 4 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 18 páginas restantes

SECTOR: PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. INFORMACIÓN. RELACIONES PÚBLICAS (659)

En este sector encontramos 32 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Publicidad y propaganda	6	9	15
Medios publicitarios visuales/ medios acústicos de publicidad	10	7	17
TOTAL	16	16	32

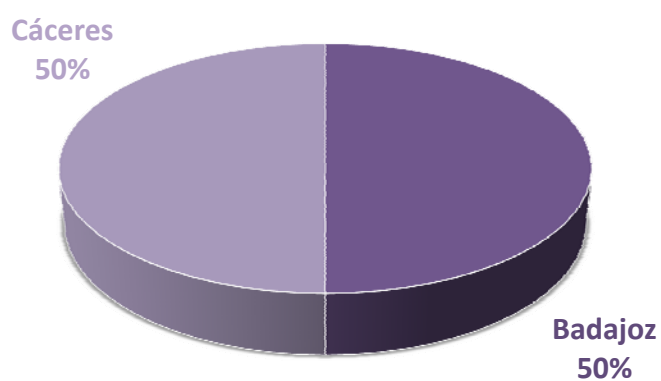


Gráfico 23. Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas (659)

SECTOR: PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. INFORMACIÓN. RELACIONES PÚBLICAS (659) ²¹									
n=28									
Información clara	Sí 25 (89%)				No 3 (11%)				
E-mail	Sí 16 (57%)				No 12 (43%)				
Mapa de localización	Sí 4 (14%)				No 24 (86%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	10 (36%)			16 (57%)			2 (7%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	4(14%)	8(28%)	0(0%)	3(11%)	0(0%)	4(14%)	0(0%)	3(11%)	6(21%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	10 (36%)		11 (39%)		4 (14%)		3 (11%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	25 (89%)		0 (0%)		2 (7%)		1 (4%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			28 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	10 (36%)	4 (14%)	6 (21%)	4 (14%)	2 (7%)	2 (7%)			
Inf. Adicional	Sí 14 (50%)				No 14 (50%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 11 (39%)				No 17 (61%)				
Catálogo productos	Sí 26 (93%)				No 2 (7%)				
Fotos productos	Sí 17 (61%)				No 11 (39%)				
Precio	Sí 5 (18%)				No 23 (82%)				
Datos presentación	Sí 20 (71%)				No 8 (29%)				
Inf./descripción	Sí 14 (50%)				No 14 (50%)				
Sello o certificación	Sí 4 (14%)				No 24 (86%)				
Datos contacto	Sí 13 (46%)				No 15 (54%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	6 (21%)			0 (0%)			22 (79%)		
Venta directa	Sí 2 (7%)				No 26 (93%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)	1 (50%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)				

Tabla 48. Sector Publicidad y propaganda. Información. Relaciones públicas (659)

²¹ De las 32 empresas encontradas, 4 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 28 páginas restantes

Subsector: Publicidad y propaganda (659.1) ²²										
n=13										
Información clara	Sí	12 (92%)				No	1 (8%)			
E-mail	Sí	10 (77%)				No	3 (23%)			
Mapa de localización	Sí	1 (8%)				No	12 (92%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	5 (38%)			7 (54%)			1 (8%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	1(8%)	8(62%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(15%)	0(0%)	0(0%)	2(15%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	9 (69%)		2 (15%)		1 (8%)		1 (8%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	11 (85%)		0 (0%)		1 (8%)		1 (8%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			13 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	5 (38%)	1 (8%)	4 (31%)	3 (23%)	0 (0%)	0 (0%)				
Inf. Adicional	Sí	4 (31%)			No	9 (69%)				
Enlace pg relacionadas	Sí	1 (8%)			No	12 (92%)				
Catálogo productos	Sí	13 (100%)			No	0 (0%)				
Fotos productos	Sí	5 (38%)			No	8 (62%)				
Precio	Sí	0 (0%)			No	13 (100%)				
Datos presentación	Sí	9 (69%)			No	4 (31%)				
Inf./descripción	Sí	9 (69%)			No	4 (31%)				
Sello o certificación	Sí	0 (0%)			No	13 (100%)				
Datos contacto	Sí	0 (0%)			No	13 (100%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	1 (8%)			0 (0%)			12 (92%)			
Venta directa	Sí	0 (0%)			No	13 (100%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 49. Subsector Publicidad y propaganda (659.1)

²² De las 15 empresas encontradas, 2 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 13 páginas restantes

Subsector: Medios publicitarios visuales / Medios acústicos de publicidad (659.13/.14) ²³									
n=15									
Información clara	Sí 13 (87%)				No 2 (13%)				
E-mail	Sí 6 (40%)				No 9 (60%)				
Mapa de localización	Sí 3 (20%)				No 12 (80%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	5 (33%)			9 (60%)			1 (7%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	3(20%)	0(0%)	0(0%)	3(20%)	0(0%)	2(13%)	0(0%)	3(20%)	4(27%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	1 (7%)		9 (60%)		3 (20%)		2 (13%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	14 (93%)		0 (0%)		1 (7%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			15 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	5 (33%)	3 (20%)	2 (13%)	1 (7%)	2 (13%)	2 (13%)			
Inf. Adicional	Sí 10 (67%)				No 5 (33%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 10 (67%)				No 5 (33%)				
Catálogo productos	Sí 15 (100%)				No 0 (0%)				
Fotos productos	Sí 12 (80%)				No 3 (20%)				
Precio	Sí 5 (33%)				No 10 (67%)				
Datos presentación	Sí 11 (73%)				No 4 (27%)				
Inf./descripción	Sí 10 (67%)				No 5 (33%)				
Sello o certificación	Sí 4 (27%)				No 11 (73%)				
Datos contacto	Sí 13 (87%)				No 2 (13%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	5 (33%)			0 (0%)			10 (67%)		
Venta directa	Sí 2 (13%)				No 13 (87%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)	1 (50%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)				

Tabla 50. Subsector Medios publicitarios visuales / Medios acústicos de publicidad (659.13/.14)

²³ De las 17 empresas encontradas, 2 están en construcción, por lo que se han estudiado las 15 páginas restantes,

SECTOR: MADERA E INDUSTRIA DE LA MADERA (674)

En este sector encontramos 21 empresas, de las cuales 9 pertenecen a la provincia de Badajoz y 12 a la de Cáceres.

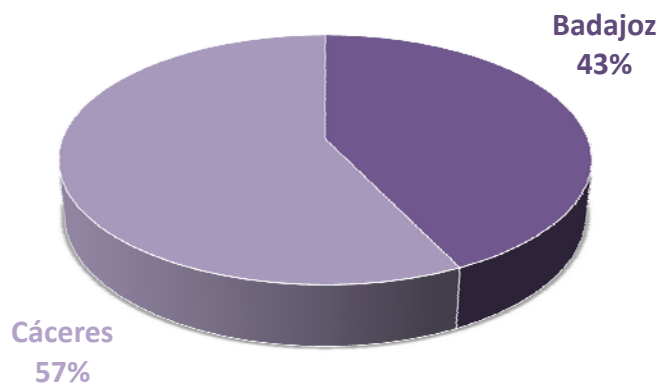


Gráfico 24. Madera e industria de la madera (674)

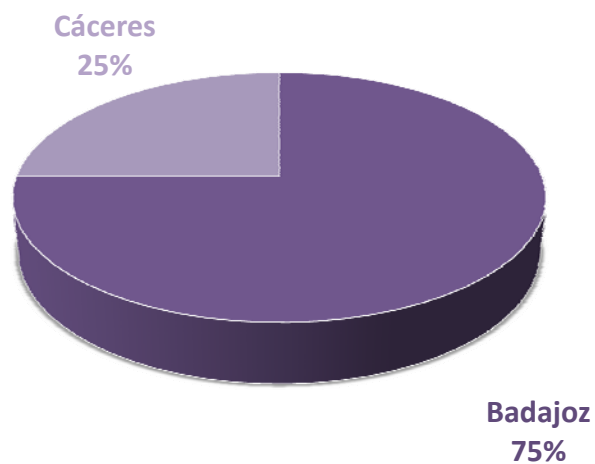
SECTOR: MADERA E INDUSTRIA DE LA MADERA (674) ²⁴										
n=18										
Información clara	Sí	16 (89%)				No	2 (11%)			
E-mail	Sí	4 (22%)				No	14 (78%)			
Mapa de localización	Sí	2 (11%)				No	16 (89%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	12 (67%)				6 (33%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	2(11%)	9(50%)	1(5,5%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(17%)	1(5,5%)	2(11%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	12 (67%)		3 (17%)		3 (17%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	16 (89%)		1 (5,5%)		1 (5,5%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			18 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	2 (11%)	3 (17%)	5 (28%)	5 (28%)	3 (17%)	0 (0%)				
Inf. Adicional	Sí	8 (44%)				No	10 (56%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	3 (17%)				No	15 (83%)			
Catálogo productos	Sí	18 (100%)				No	0 (0%)			
Fotos productos	Sí	16 (89%)				No	2 (11%)			
Precio	Sí	1 (5,5%)				No	17 (94,5%)			
Datos presentación	Sí	5 (28%)				No	13 (72%)			
Inf./descripción	Sí	5 (28%)				No	13 (72%)			
Sello o certificación	Sí	2 (11%)				No	16 (89%)			
Datos contacto	Sí	0 (0%)				No	18 (100%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (0%)			6 (33%)			12 (67%)			
Venta directa	Sí	1 (5,5%)				No	17 (94,5%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)		0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 51. Sector Madera e industria de la madera (674)

²⁴ De las 21 empresas encontradas, 3 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 18 páginas restantes

**SECTOR: INDUSTRIA DE MATERIALES MACROMOLECULARES. INDUSTRIA DEL CAUCHO.
INDUSTRIA DE LOS PLÁSTICOS (678)**

En este sector encontramos 4 empresas, de las cuales 3 pertenecen a la provincia de Badajoz y 1 a la de Cáceres.



**Gráfico 25. Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho.
Industria de los plásticos (678)**

SECTOR: INDUSTRIA DE MATERIALES MACROMOLECULARES. INDUSTRIA DEL CAUCHO. INDUSTRIA DE LOS PLÁSTICOS (678)									
n=4									
Información clara	Sí 3 (75%)			No 1 (25%)					
E-mail	Sí 3 (75%)			No 1 (25%)					
Mapa de localización	Sí 1 (25%)			No 3 (75%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	1 (25%)			3 (75%)			0 (%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	1(25%)	1(25%)	1(25%)	0(0%)	1(25%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	3 (75%)		1 (25%)		0 (0%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	2 (25%)		0 (0%)		1 (25%)		1 (25%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			4 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (25%)			
Inf. Adicional	Sí 3 (75%)			No 1 (25%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (25%)			No 3 (75%)					
Catálogo productos	Sí 2 (50%)			No 2 (50%)					
Fotos productos	Sí 4 (100%)			No 0 (0%)					
Precio	Sí 1 (25%)			No 3 (75%)					
Datos presentación	Sí 3 (75%)			No 1 (25%)					
Inf./descripción	Sí 1 (25%)			No 3 (75%)					
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 4 (100%)					
Datos contacto	Sí 3 (75%)			No 1 (25%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	1 (25%)			1 (25%)			2 (50%)		
Venta directa	Sí 1 (25%)			No 3 (75%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 52. Sector Industria de materiales macromoleculares. Industria del caucho. Industria de los plásticos (678)

SECTOR: MECANISMOS E INSTRUMENTOS DE PRECISIÓN (681)

En este sector encontramos 6 empresas de las cuales 3 pertenecen a la provincia de Badajoz y 3 a la de Cáceres.

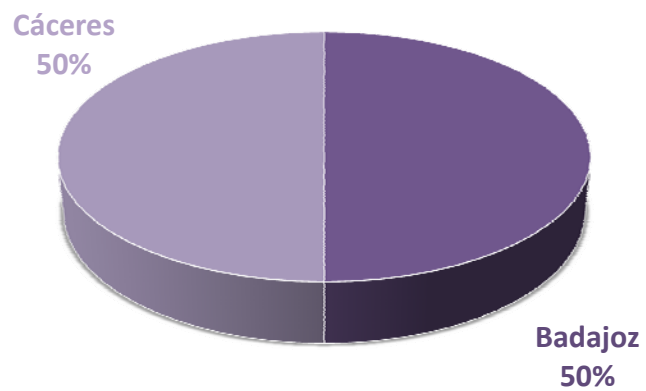


Gráfico 26. Mecanismos e instrumentos de precisión (681)

SECTOR: MECANISMOS E INSTRUMENTOS DE PRECISIÓN (681) ²⁵									
n=5									
Información clara	Sí 5 (100%)				No 0 (0%)				
E-mail	Sí 1 (20%)				No 4 (80%)				
Mapa de localización	Sí 1 (20%)				No 4 (80%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	1 (20%)			4 (80%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	2(40%)	0(0%)	1(20%)	1(20%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(20%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	1 (20%)		4 (80%)		0 (0%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	5 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			5 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	0 (0%)	0 (0%)	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)			
Inf. Adicional	Sí 0 (0%)			No 5 (100%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (20%)			No 4 (80%)					
Catálogo productos	Sí 5 (100%)			No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 5 (100%)			No 0 (0%)					
Precio	Sí 5 (100%)			No 0 (0%)					
Datos presentación	Sí 2 (40%)			No 3 (60%)					
Inf./descripción	Sí 2 (40%)			No 3 (60%)					
Sello o certificación	Sí 2 (40%)			No 3 (60%)					
Datos contacto	Sí 5 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			3 (60%)			2 (40%)		
Venta directa	Sí 3 (60%)				No 2 (40%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (%)	0 (%)	2 (67%)	0 (%)	1 (33%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (67%)				

Tabla 53. Sector Mecanismos e instrumentos de precisión (681)

²⁵ De las 6 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 5 páginas restantes

SECTOR: FERRETERÍA. HERRAJES. CERRAJERÍA. BOTELLAS DE HIERRO. LAMPISTERÍA. CALENTADORES (683)

En este sector encontramos 6 empresas, 2 de ellas pertenecen a la provincia de Badajoz y 4 a la de Cáceres.

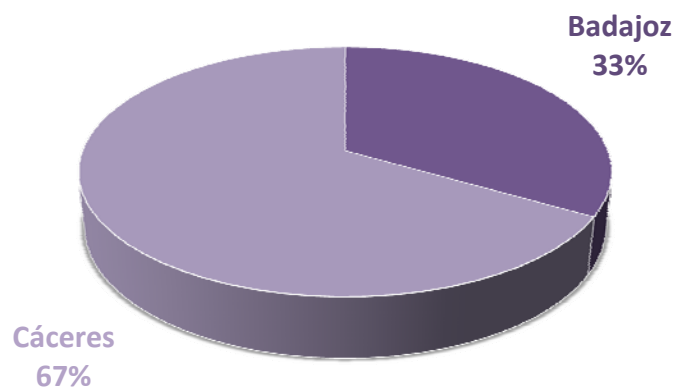


Gráfico 27. Ferrería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de Hierro. Lampistería. Calentadores (683)

SECTOR: FERRETERÍA. HERRAJES. CERRAJERÍA. BOTELLAS DE HIERRO. LAMPISTERÍA. CALENTADORES (683)										
n=6										
Información clara	Sí	6 (100%)				No	0 (0%)			
E-mail	Sí	4 (67%)				No	2 (33%)			
Mapa de localización	Sí	2 (33%)				No	4 (67%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	4 (67%)			2 (33%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	4(67%)	2(33%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	5 (83%)		1 (17%)		0 (0%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	6 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (17%)			0 (0%)			5 (83%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (17%)	0 (0%)	1 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (67%)				
Inf. Adicional	Sí	2 (33%)				No	4 (67%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	2 (33%)				No	4 (67%)			
Catálogo productos	Sí	6 (100%)				No	0 (0%)			
Fotos productos	Sí	6 (100%)				No	0 (0%)			
Precio	Sí	2 (33%)				No	4 (67%)			
Datos presentación	Sí	2 (33%)				No	4 (67%)			
Inf./descripción	Sí	2 (33%)				No	4 (67%)			
Sello o certificación	Sí	1 (17%)				No	5 (83%)			
Datos contacto	Sí	6 (100%)				No	0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	1 (17%)			1 (17%)			4 (67%)			
Venta directa	Sí				1 (17%)		No			5 (83%)
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso		Contrareembolso		Otro	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)		1 (100%)		0 (0%)	0 (0%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte		E-mail		Teléfono	No especifica			
	0 (0%)	1 (100%)		0 (%)		0 (0%)	0 (0%)			

Tabla 54. Sector Ferretería. Herrajes. Cerrajería. Botellas de Hierro. Lampistería. Calentadores (683)

SECTOR: INDUSTRIA DEL CALZADO. FABRICACIÓN DE ZAPATOS Y BOTAS (685.34)

En este sector encontramos 13 empresas, de las cuales 5 pertenecen a la provincia de Badajoz y 8 a la de Cáceres.

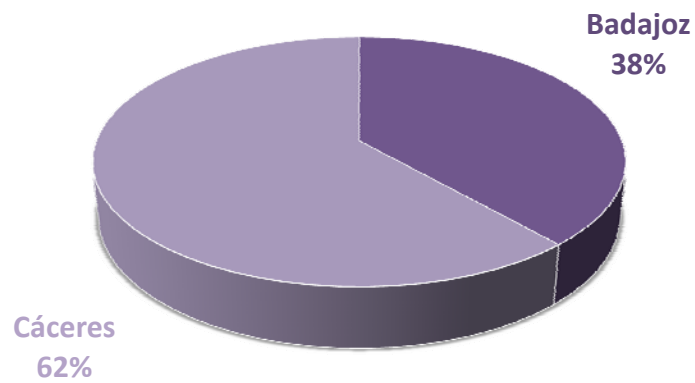


Gráfico 28. Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas (685.34)

SECTOR: INDUSTRIA DEL CALZADO. FABRICACIÓN DE ZAPATOS Y BOTAS (685.34)									
n=13									
Información clara	Sí 13 (100%)					No 0 (0%)			
E-mail	Sí 4 (31%)					No 9 (69%)			
Mapa de localización	Sí 0 (0%)					No 13 (100%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	8 (62%)			5 (38%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	0(0%)	8(62%)	2(15%)	0(0%)	1(8%)	1(8%)	0(0%)	0(0%)	1(8%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	10 (77%)		3 (23%)		0 (0%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	13 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			0 (0%)			13 (100%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	1 (8%)	3 (23%)	2 (15%)	1 (8%)	0 (0%)	6 (46%)			
Inf. Adicional	Sí 4 (31%)					No 9 (69%)			
Enlace pg relacionadas	Sí 4 (31%)					No 9 (69%)			
Catálogo productos	Sí 13 (100%)					No 0 (0%)			
Fotos productos	Sí 5 (38%)					No 8 (62%)			
Precio	Sí 1 (8%)					No 12 (92%)			
Datos presentación	Sí 2 (15%)					No 11 (85%)			
Inf./descripción	Sí 2 (15%)					No 11 (85%)			
Sello o certificación	Sí 2 (15%)					No 11 (85%)			
Datos contacto	Sí 13 (100%)					No 0 (0%)			
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			2 (15%)			11 (85%)		
Venta directa	Sí 2 (15%)					No 11 (85%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica			
	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)		1 (50%)	0 (0%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica			
	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)			

Tabla 55. Sector Industria del calzado. Fabricación de zapatos y botas (685.34)

SECTOR: INDUSTRIA DEL VESTIDO. CONFECCIÓN DE ROPA. ARTÍCULOS DE TOCADOR (687)

En este sector encontramos 9 empresas, de las cuales 2 pertenecen a la provincia de Badajoz y 7 a la de Cáceres.

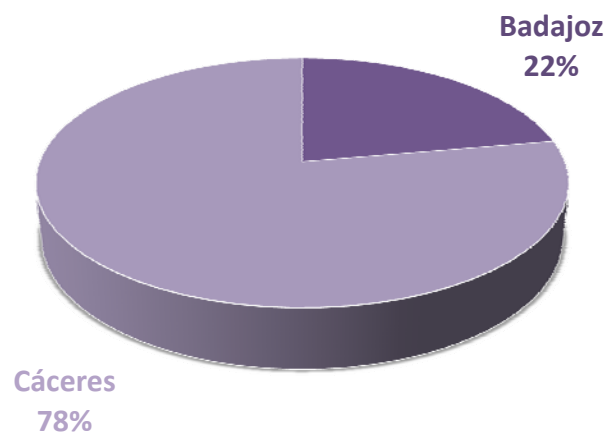


Gráfico 29. Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador (687)

SECTOR: INDUSTRIA DEL VESTIDO. CONFECCIÓN DE ROPA. ARTÍCULOS DE TOCADOR (687) ²⁶										
n=8										
Información clara	Sí 6 (75%)				No 2 (25%)					
E-mail	Sí 0 (0%)				No 8 (100%)					
Mapa de localización	Sí 1 (12,5%)				No 7 (87,5%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	6 (75%)			2 (25%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	6(75%)	0(0%)	0(0%)	1(12,5%)	0(0%)	1(12,5%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	2 (25%)		0 (0%)		0 (0%)		6 (75%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	8 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			8 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (12,5%)	0 (0%)	1 (12,5%)	0 (0%)	0 (0%)	6 (75%)				
Inf. Adicional	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Catálogo productos	Sí 7 (87,5%)			No 1 (12,5%)						
Fotos productos	Sí 2 (25%)			No 6 (75%)						
Precio	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Datos presentación	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Inf./descripción	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Sello o certificación	Sí 1 (12,5%)			No 7 (87,5%)						
Datos contacto	Sí 8 (100%)			No 0 (0%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	2 (25%)			0 (0%)			6 (75%)			
Venta directa	Sí 0 (0%)			No 8 (100%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)				

Tabla 56. Sector Industria del vestido. Confección de ropa. Artículos de tocador (687)

²⁶ De las 9 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 8 páginas restantes

SECTOR: ARTÍCULOS DE FANTASÍA. JUGUETES. ARTÍCULOS DE DECORACIÓN (688)

En este sector encontramos 3 empresas, que pertenecen a la provincia de Cáceres.

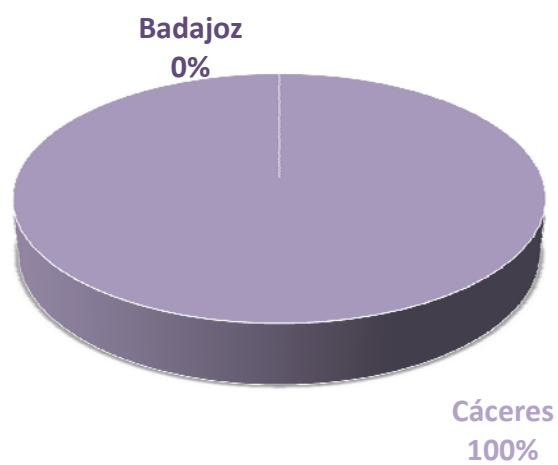


Gráfico 30. Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración (688)

SECTOR: ARTÍCULOS DE FANTASÍA. JUGUETES. ARTÍCULOS DE DECORACIÓN (688)									
n=3									
Información clara	Sí 2 (67%)			No 1 (33%)					
E-mail	Sí 1 (33%)			No 2 (67%)					
Mapa de localización	Sí 0 (0%)			No 3 (100%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	2 (67%)			1 (33%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	0(0%)	1(33%)	1(33%)	0(0%)	1(33%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	1 (33%)		1 (33%)		1 (33%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	3 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	3 (100%)			0 (0%)			0 (0%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	0 (0%)	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)			
Inf. Adicional	Sí 1 (33%)			No 2 (67%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 1 (33%)			No 2 (67%)					
Catálogo productos	Sí 3 (100%)			No 0 (0%)					
Fotos productos	Sí 3 (100%)			No 0 (0%)					
Precio	Sí 2 (67%)			No 1 (33%)					
Datos presentación	Sí 3 (100%)			No 0 (0%)					
Inf./descripción	Sí 3 (100%)			No 0 (0%)					
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 3 (100%)					
Datos contacto	Sí 3 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			2 (67%)			1 (33%)		
Venta directa	Sí 2 (67%)			No 1 (33%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	1 (50%)	0 (0%)	0 (%)	1 (50%)	0 (0%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)				

Tabla 57. Sector Artículos de fantasía. Juguetes. Artículos de decoración (688)

SECTOR: FABRICANTES (62/69)

En este sector encontramos 22 empresas, de las cuales 9 pertenecen a la provincia de Badajoz y 13 a la de Cáceres.

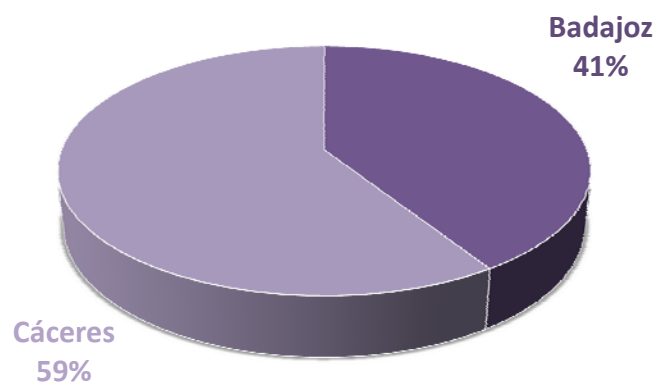


Gráfico 31. Fabricantes (62/69)

SECTOR: FABRICANTES (62/69)										
n=22										
Información clara	Sí 7 (32%)				No 15 (68%)					
E-mail	Sí 6 (27%)				No 16 (73%)					
Mapa de localización	Sí 2 (9%)				No 20 (91%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	16 (73%)			5 (23%)			1 (4%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	2(9%)	16(73%)	0(0%)	0(0%)	1(4,5%)	0(0%)	1(4,5%)	0(0%)	2(9%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	17 (77%)		3 (14%)		1 (4,5%)		1 (4,5%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	18 (82%)		2 (9%)		1 (4,5%)		1 (4,5%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (4,5%)			0 (0%)			21 (95,5%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	2 (9%)	2 (9%)	3 (14%)	1 (4,5%)	0 (0%)	14(64%)				
Inf. Adicional	Sí 2 (9%)				No 20 (91%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 0 (0%)				No 22 (100%)					
Catálogo productos	Sí 9 (41%)				No 13 (59%)					
Fotos productos	Sí 7 (32%)				No 15 (68%)					
Precio	Sí 1 (4,5%)				No 21 (95,5%)					
Datos presentación	Sí 5 (23%)				No 17 (77%)					
Inf./descripción	Sí 5 (23%)				No 17 (77%)					
Sello o certificación	Sí 3 (14%)				No 19 (86%)					
Datos contacto	Sí 22 (100%)				No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	2 (9%)			0 (0%)			20 (91%)			
Venta directa	Sí 1 (4,5%)				No 21 (95,5%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	0 (%)	0 (0%)					

Tabla 58. Sector Fabricantes (62/69)

SECTOR: MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN. PRÁCTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCIÓN (69)

En este sector encontramos 132 empresas, que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Materiales y elementos de construcción	24	23	47
Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas	24	32	56
Calefacción, ventilación y acondicionamiento	7	14	21
Acabado y decoración	4	4	8
TOTAL	59	73	132

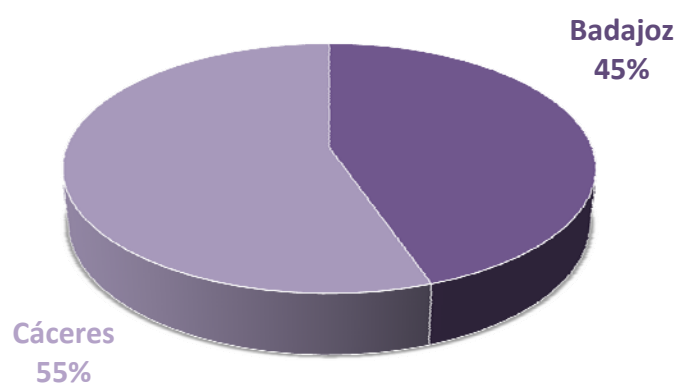


Gráfico 32. Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción (69)

SECTOR: MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN. PRÁCTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCIÓN (69) ²⁷										
n=125										
Información clara	Sí	97 (78%)					No	28 (22%)		
E-mail	Sí	43 (34%)					No	82 (66%)		
Mapa de localización	Sí	33 (26%)					No	92 (74%)		
Logo o distintivo	Sólo en primera pg					En todas			No tiene	
	46 (37%)					71 (57%)			8 (6%)	
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	29(23%)	57(46%)	7(6%)	10(8%)	8(6%)	4(3%)	3(2%)	5(4%)	2(2%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	68 (54,5%)		38 (30%)		18 (14,5%)		1 (1%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	78 (63%)		9 (7%)		5 (4%)		33 (26%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	4 (3%)			1 (1%)			120 (96%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	30 (24%)	8 (6%)	34 (27%)	5 (4%)	2 (2%)	46(37%)				
Inf. Adicional	Sí	37 (30%)					No	88 (70%)		
Enlace pg relacionadas	Sí	8 (6%)					No	117 (94%)		
Catálogo productos	Sí	111 (89%)					No	14 (11%)		
Fotos productos	Sí	76 (61%)					No	49 (39%)		
Precio	Sí	9 (7%)					No	116 (93%)		
Datos presentación	Sí	56 (45%)					No	69 (55%)		
Inf./descripción	Sí	55 (44%)					No	70 (56%)		
Sello o certificación	Sí	14 (11%)					No	111 (89%)		
Datos contacto	Sí	122 (98%)					No	3 (2%)		
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	11 (9%)			8 (6%)			106 (85%)			
Venta directa	Sí				6 (%)		No			119 (%)
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica	
	0 (0%)		0 (0%)		3 (50%)		0 (0%)		3 (50%)	
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica	
	1 (17%)		2 (33%)		0 (0%)		0 (0%)		3 (50%)	

Tabla 59. Sector Materiales de construcción. Prácticas y procedimientos de construcción (69)

²⁷ De las 132 empresas encontradas, 7 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 125 páginas restantes

Subsector: Materiales y elementos de construcción (691) ²⁸									
n=45									
Información clara	Sí 43 (96%)				No 2 (4%)				
E-mail	Sí 13 (29%)				No 32 (71%)				
Mapa de localización	Sí 14 (31%)				No 31 (69%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	14 (31%)			31 (69%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	12(27%)	20(44%)	5(11%)	2(4,5%)	3(7%)	0(0%)	1(2%)	2(4,5%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	23 (51%)		15 (33%)		7 (16%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	36 (80%)		4 (9%)		2 (4,5%)		3 (7%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	2 (4%)			0 (0%)			43 (96%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	15 (33%)	3 (7%)	14 (31%)	0 (0%)	0 (0%)	13 (29%)			
Inf. Adicional	Sí 24 (53%)				No 21 (47%)				
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (7%)				No 42 (93%)				
Catálogo productos	Sí 45 (100%)				No 0 (0%)				
Fotos productos	Sí 30 (67%)				No 15 (33%)				
Precio	Sí 2 (4%)				No 43 (96%)				
Datos presentación	Sí 21 (47%)				No 24 (53%)				
Inf./descripción	Sí 20 (44%)				No 25 (56%)				
Sello o certificación	Sí 4 (9%)				No 41 (91%)				
Datos contacto	Sí 43 (96%)				No 2 (4%)				
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	3 (7%)			3 (7%)			39 (86%)		
Venta directa	Sí 1 (2%)				No 44 (98%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 60. Subsector Materiales y elementos de construcción (691)

²⁸ De las 47 empresas encontradas, 2 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 45 páginas restantes,

Subsector: Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas (696) ²⁹										
n=54										
Información clara	Sí	30 (55,5%)				No	24 (44,5%)			
E-mail	Sí	12 (22%)				No	42 (78%)			
Mapa de localización	Sí	12 (22%)				No	42 (78%)			
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	29 (54%)				24 (44%)			1 (2%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	9(16%)	29(54%)	2(4%)	2(4%)	3(5%)	2(4%)	2(4%)	3(5%)	2(4%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	32 (59%)		14 (26%)		7 (13%)		1 (2%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	18 (33%)		3 (5,5%)		3 (5,5%)		30 (56%)			
Buscador	De la web				Externo			No tienen		
	1 (2%)				0 (0%)			53 (98%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	8 (15%)	3 (5,5%)	12 (22%)	3 (5,5%)	1 (2%)	27(50%)				
Inf. Adicional	Sí	7 (13%)				No	47 (87%)			
Enlace pg relacionadas	Sí	2 (4%)				No	52 (96%)			
Catálogo productos	Sí	41 (76%)				No	13 (24%)			
Fotos productos	Sí	24 (45%)				No	30 (55%)			
Precio	Sí	2 (4%)				No	52 (96%)			
Datos presentación	Sí	16 (30%)				No	38 (70%)			
Inf./descripción	Sí	16 (30%)				No	38 (70%)			
Sello o certificación	Sí	6 (11%)				No	48 (89%)			
Datos contacto	Sí	3 (5,5%)				No	51 (94,5%)			
Formulario	De información				De contacto			No tiene		
	5 (9%)				4 (8%)			45 (83%)		
Venta directa	Sí	3 (5,5%)				No	51 (94,5%)			
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso		Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	2 (67%)		0 (0%)	1 (33%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail		Teléfono	No especifica				
	1 (33%)	1 (33%)	0 (0%)		0 (0%)	1 (34%)				

Tabla 61. Subsector Equipos, instalaciones y servicios en edificios. Montadores de tuberías. Fontaneros. Electricistas (696)

²⁹ De las 56 empresas encontradas, 2 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 54 páginas restantes

Subsector: Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios (697) ³⁰											
n=19											
Información clara	Sí			19 (100%)			No		0 (0%)		
E-mail	Sí			14 (74%)			No		5 (26%)		
Mapa de localización	Sí			7 (37%)			No		12 (63%)		
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene				
	2 (10%)			10 (53%)			7 (37%)				
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros		
	6(32%)	7(37%)	0(0%)	4(21%)	2(10%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)		
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen				
	11 (58%)		6 (32%)		2 (10%)		0 (0%)				
Idiomas	1		2		3		4 ó más				
	19 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)				
Buscador	De la web			Externo			No tienen				
	1 (5%)			0 (0%)			18 (95%)				
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No					
	5 (26%)	1 (5%)	6 (32%)	1 (5%)	1 (5%)	5 (26%)					
Inf. Adicional	Sí			4 (21%)			No		15 (79%)		
Enlace pg relacionadas	Sí			1 (5%)			No		18 (95%)		
Catálogo productos	Sí			19 (100%)			No		0 (0%)		
Fotos productos	Sí			18 (95%)			No		1 (5%)		
Precio	Sí			2 (10%)			No		17 (90%)		
Datos presentación	Sí			15 (79%)			No		4 (21%)		
Inf./descripción	Sí			15 (79%)			No		4 (21%)		
Sello o certificación	Sí			3 (16%)			No		16 (84%)		
Datos contacto	Sí			18 (95%)			No		1 (5%)		
Formulario	De información			De contacto			No tiene				
	3 (16%)			1 (5%)			15 (79%)				
Venta directa	Sí			1 (5%)			No			18 (95%)	
Pago en la venta	Tarjeta		Ingreso		Contrareembolso		Otro		No especifica		
	0 (0%)		0 (0%)		1 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		
Envío en la venta	Mensajería		Transporte		E-mail		Teléfono		No especifica		
	0 (0%)		1 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)		

Tabla 62. Subsector Calefacción, ventilación y acondicionamiento de aire en edificios (697)

³⁰ De las 21 empresas encontradas, 2 se encuentran en construcción, por lo que se han estudiado las 19 páginas restantes

Subsector: Acabado y decoración (698) ³¹									
n=7									
Información clara	Sí 5 (71,5%)				No 2 (28,5%)				
E-mail	Sí 4 (57%)				No 3 (43%)				
Mapa de localización	Sí 0 (0%)				No 7 (100%)				
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene		
	1 (14%)			6 (86%)			0 (0%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	2(28,5%)	1(14%)	0(0%)	2(29,5%)	0(0%)	2(28,5%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	2 (28,5%)		3 (43%)		2 (28,5%)		0 (0%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	5 (71,5%)		2 (28,5%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	0 (0%)			1 (14%)			6 (86%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	2 (28,5%)	1 (14%)	2 (28,5%)	1 (14%)	0 (0%)	1 (14%)			
Inf. Adicional	Sí 2 (28,5%)			No 5 (71,5%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 2 (28,5%)			No 5 (71,5%)					
Catálogo productos	Sí 6 (86%)			No 1 (14%)					
Fotos productos	Sí 4 (57%)			No 3 (43%)					
Precio	Sí 3 (43%)			No 4 (57%)					
Datos presentación	Sí 4 (57%)			No 3 (43%)					
Inf./descripción	Sí 4 (57%)			No 3 (43%)					
Sello o certificación	Sí 1 (14%)			No 6 (86%)					
Datos contacto	Sí 7 (100%)			No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	0 (0%)			0 (0%)			7 (100%)		
Venta directa	Sí 1 (14%)				No 6 (86%)				
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)				

Tabla 63. Subsector Acabado y decoración (698)

³¹ De las 8 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 7 páginas restantes

SECTOR: TÉCNICA ARTÍSTICA. ARTESANÍA (7.02)

En este sector encontramos 28 empresas, de las cuales 10 pertenecen a la provincia de Badajoz y 18 a la de Cáceres.

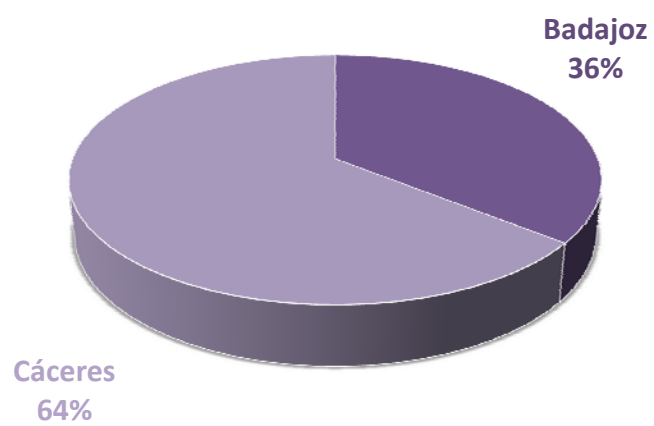


Gráfico 33. Técnica artística. Artesanía (7.02)

SECTOR: TÉCNICA ARTÍSTICA. ARTESANÍA (7.02) ³²										
n=27										
Información clara	Sí 27 (100%)				No 0 (%)					
E-mail	Sí 12 (44,5%)				No 15 (55,5%)					
Mapa de localización	Sí 3 (11%)				No 24 (89%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas				No tiene	
	13 (48%)				13 (48%)				1 (4%)	
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	5(18%)	11(41%)	3(11%)	2(7%)	0(0%)	0(0%)	4(15%)	1(4%)	1(4%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	20 (74%)		5 (18,5%)		0 (0%)		2 (7%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	26 (96%)		1 (4%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	4 (15%)			1 (4%)			22 (81%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (4%)	0 (0%)	12 (44%)	2 (7%)	1 (4%)	11(41%)				
Inf. Adicional	Sí 3 (11%)				No 24 (89%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (11%)				No 24 (89%)					
Catálogo productos	Sí 3 (11%)				No 24 (89%)					
Fotos productos	Sí 18 (67%)				No 9 (33%)					
Precio	Sí 9 (33%)				No 18 (67%)					
Datos presentación	Sí 11 (40%)				No 16 (60%)					
Inf./descripción	Sí 7 (26%)				No 20 (74%)					
Sello o certificación	Sí 1 (4%)				No 26 (96%)					
Datos contacto	Sí 27 (100%)				No 0 (0%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	2 (7%)			0 (%)			25 (93%)			
Venta directa	Sí 6 (22%)				No 21 (78%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	4 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (33%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	4 (67%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)	2 (33%)					

Tabla 64. Sector Técnica artística. Artesanía (7.02)

³² De las 28 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 27 páginas restantes

SECTOR: FOTOGRAFIA Y PROCESOS SIMILARES (77)

En este sector encontramos 10 empresas, de las cuales 5 pertenecen a la provincia de Badajoz y 5 a la de Cáceres.

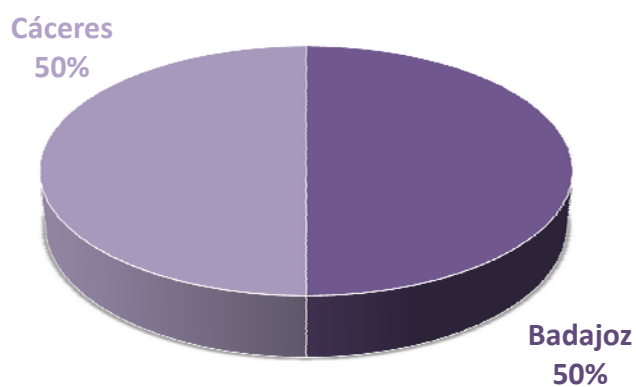


Gráfico 34. Fotografía y procesos similares (77)

SECTOR: FOTOGRAFÍA Y PROCESOS SIMILARES (77) ³³										
n=9										
Información clara	Sí 6 (67%)			No 3 (33%)						
E-mail	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)						
Mapa de localización	Sí 2 (22%)			No 7 (78%)						
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	6 (67%)			3 (33%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	1(11%)	0(0%)	1(11%)	2(22%)	1(11%)	0(0%)	1(11%)	1(11%)	2(22%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	5 (55%)		2 (22,5%)		2 (22,5%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	9 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	1 (11%)			0 (0%)			8 (89%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	2 (22,5%)	0 (0%)	4 (44%)	0 (0%)	1 (11%)	2 (22,5%)				
Inf. Adicional	Sí 3 (33%)			No 6 (67%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 3 (33%)			No 6 (67%)						
Catálogo productos	Sí 9 (100%)			No 0 (0%)						
Fotos productos	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)						
Precio	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)						
Datos presentación	Sí 3 (33%)			No 6 (67%)						
Inf./descripción	Sí 2 (22,5%)			No 7 (77,5%)						
Sello o certificación	Sí 0 (0%)			No 9 (100%)						
Datos contacto	Sí 8 (89%)			No 1 (11%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	1 (11%)			0 (0%)			8 (89%)			
Venta directa	Sí 1 (11%)			No 8 (89%)						
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)					

Tabla 65. Sector Fotografía y procesos similares (77)

³³ De las 10 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 9 empresas restantes

SECTOR: DIVERSIONES. ESPECTÁCULOS. JUEGOS. DEPORTES (79)

En este sector encontramos 42 empresas que se distribuyen en los siguientes subsectores por provincias:

Subsector	Badajoz	Cáceres	TOTAL
Entretenimientos públicos. Espectáculos	9	13	22
Deportes. Juegos deportivos	11	9	20
TOTAL	20	22	42

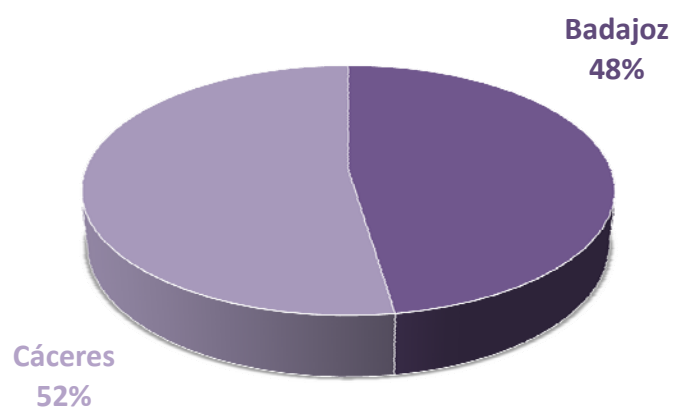


Gráfico 35. Diversiones. Espectáculos: Juegos. Deportes (79)

SECTOR: DIVERSIONES. ESPECTÁCULOS. JUEGOS. DEPORTES (79) ³⁴									
n=41									
Información clara	Sí 40 (97,5%)				No			1 (2,5%)	
E-mail	Sí 18 (44%)				No			23 (56%)	
Mapa de localización	Sí 5 (12%)				No			36 (88%)	
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene	
	13 (32%)				25 (61%)			3 (7%)	
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros
	10(24%)	13(32%)	6(15%)	0(0%)	2(5%)	2(5%)	4(10%)	2(5%)	2(5%)
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen		
	20 (49%)		8 (19%)		6 (15%)		7 (17%)		
Idiomas	1		2		3		4 ó más		
	39 (95%)		2 (5%)		0 (0%)		0 (0%)		
Buscador	De la web			Externo			No tienen		
	2 (5%)			0 (0%)			39 (95%)		
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No			
	6 (15%)	4 (10%)	14 (34%)	2 (5%)	8 (19%)	7 (17%)			
Inf. Adicional	Sí 16 (39%)				No			25 (61%)	
Enlace pg relacionadas	Sí 11 (27%)				No			30 (73%)	
Catálogo productos	Sí 39 (95%)				No			2 (5%)	
Fotos productos	Sí 33 (80,5%)				No			8 (19,5%)	
Precio	Sí 10 (24%)				No			31 (76%)	
Datos presentación	Sí 29 (71%)				No			12 (29%)	
Inf./descripción	Sí 26 (63%)				No			15 (37%)	
Sello o certificación	Sí 1 (2%)				No			40 (98%)	
Datos contacto	Sí 20 (49%)				No			21 (51%)	
Formulario	De información			De contacto			No tiene		
	5 (12%)			5 (12%)			31 (76%)		
Venta directa	Sí 7 (17%)				No			34 (83%)	
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica				
	2 (28,5%)	0 (0%)	1 (14,25%)	1 (14,25%)	3 (43%)				
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica				
	1 (14,25%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	6 (85,75%)				

Tabla 66. Sector Diversiones. Espectáculos: Juegos. Deportes (79)

³⁴ De las 42 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción por lo que se han analizado las 41 páginas restantes,

Subsector: Entretenimientos públicos. Espectáculos (791) ³⁵										
n=21										
Información clara	Sí 20 (95%)				No 1 (5%)					
E-mail	Sí 9 (43%)				No 12 (57%)					
Mapa de localización	Sí 1 (5%)				No 20 (95%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg				En todas			No tiene		
	6 (28%)				14 (67%)			1 (5%)		
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	3(14%)	8(38%)	2(9,5%)	0(0%)	1(5%)	1(5%)	2(9,5%)	2(9,5%)	2(9,5%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	15 (71%)		0 (0%)		5 (24%)		1 (5%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	20 (95%)		1 (5%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	2 (9,5%)			0 (%)			19 (90,5%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	4 (19%)	2 (9,5%)	6 (28,5%)	1 (5%)	4 (19%)	4 (19%)				
Inf. Adicional	Sí 4 (19%)				No 17 (81%)					
Enlace pg relacionadas	Sí 4 (19%)				No 17 (81%)					
Catálogo productos	Sí 19 (90,5%)				No 2 (9,5%)					
Fotos productos	Sí 16 (76%)				No 5 (24%)					
Precio	Sí 5 (24%)				No 16 (76%)					
Datos presentación	Sí 13 (62%)				No 8 (38%)					
Inf./descripción	Sí 13 (62%)				No 8 (38%)					
Sello o certificación	Sí 0 (0%)				No 21 (100%)					
Datos contacto	Sí 1 (5%)				No 20 (95%)					
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	3 (14,5%)			2 (9,5%)			16 (76%)			
Venta directa	Sí 4 (19%)				No 17 (81%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	2 (50%)	0 (%)	0 (%)	1 (25%)	1 (25%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	0 (%)	0 (%)	0 (%)	0 (%)	4 (100%)					

Tabla 67. Subsector Entretenimientos públicos. Espectáculos (791)

³⁵ De las 22 empresas encontradas, 1 se encuentra en construcción, por lo que se han estudiado las 21 páginas restantes

Subsector: Deportes. Juegos deportivos. Gimnasia. Ejercicios físicos (796)										
n=20										
Información clara	Sí 20 (100%)				No 0 (0%)					
E-mail	Sí 9 (45%)				No 11 (55%)					
Mapa de localización	Sí 4 (20%)				No 16 (80%)					
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	7 (35%)			11 (55%)			2 (10%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	7(35%)	5(25%)	4(20%)	0(0%)	1(5%)	1(5%)	2(10%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	5 (25%)		8 (40%)		1 (5%)		6 (30%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	19 (95%)		1 (5%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			20 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	2 (10%)	2 (10%)	8 (40%)	1 (5%)	4 (20%)	3 (15%)				
Inf. Adicional	Sí 12 (60%)			No 8 (40%)						
Enlace pg relacionadas	Sí 7 (35%)			No 13 (65%)						
Catálogo productos	Sí 20 (100%)			No 0 (0%)						
Fotos productos	Sí 17 (85%)			No 3 (15%)						
Precio	Sí 5 (25%)			No 15 (75%)						
Datos presentación	Sí 16 (80%)			No 4 (20%)						
Inf./descripción	Sí 13 (65%)			No 7 (35%)						
Sello o certificación	Sí 1 (5%)			No 19 (95%)						
Datos contacto	Sí 19 (95%)			No 1 (5%)						
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	2 (10%)			3 (15%)			15 (75%)			
Venta directa	Sí 3 (15%)				No 17 (85%)					
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso	Contrareembolso	Otro	No especifica					
	0 (0%)	0 (0%)	1 (33%)	0 (0%)	2 (67%)					
Envío en la venta	Mensajería	Transporte	E-mail	Teléfono	No especifica					
	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (67%)					

Tabla 68. Subsector Deportes. Juegos deportivos. Gimnasia. Ejercicios físicos (796)

SECTOR: GEOGRAFÍA. EXPLORACIÓN DE LA TIERRA Y DE LOS DISTINTOS PAÍSES (91)

En este sector encontramos 1 empresa que pertenece a la provincia de Badajoz.

SECTOR: GEOGRAFÍA. EXPLORACIÓN DE LA TIERRA Y DE LOS DISTINTOS PAÍSES (91)										
n=1										
Información clara	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
E-mail	Sí	0 (0%)					No	1 (100%)		
Mapa de localización	Sí	0 (0%)					No	1 (100%)		
Logo o distintivo	Sólo en primera pg			En todas			No tiene			
	0 (0%)			1 (100%)			0 (0%)			
Colores asociados	Azul	Blanco	Verde	Gris	Rojo	Naranja	Tierras	Negro	Otros	
	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	
Fotos, dibujos	F		F+A		F+A+M		No tienen			
	0 (0%)		1 (100%)		0 (0%)		0 (0%)			
Idiomas	1		2		3		4 ó más			
	1 (100%)		0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)			
Buscador	De la web			Externo			No tienen			
	0 (0%)			0 (0%)			1 (100%)			
Inf. estructurada	Arriba	Abajo	Izquierda	Drcha	Otro	No				
	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)			
Inf. Adicional	Sí	0 (0%)					No	1 (100%)		
Enlace pg relacionadas	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
Catálogo productos	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
Fotos productos	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
Precio	Sí	0 (0%)					No	1 (100%)		
Datos presentación	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
Inf./descripción	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
Sello o certificación	Sí	0 (0%)					No	1 (100%)		
Datos contacto	Sí	1 (100%)					No	0 (0%)		
Formulario	De información			De contacto			No tiene			
	0 (0%)			0 (0%)			1 (100%)			
Venta directa	Sí	0 (0%)					No	1 (100%)		
Pago en la venta	Tarjeta	Ingreso		Contrareembolso		Otro	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)			
Envío en la venta	Mensajería	Transporte		E-mail		Teléfono	No especifica			
	0 (0%)	0 (0%)		0 (0%)		0 (0%)	0 (0%)			

Tabla 69. Sector Geografía. Exploración de la Tierra y de los distintos países

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

+ Vision rosado http://www.camaracaceres.es/empresas/336/frame_b.html

4gatos <http://www.4gatos.net>

A todo gas tuning <http://www.atodogastuning.com/>

Abastecimiento de materias primas y cereales, S.L. <http://www.amaprycer.es/>

Abogados Badajoz <http://www.abogadosbadajoz.com>

Abonos Vallecillo, S.L. <http://www.abonosvallecillo.com>

Acabados Castillo http://www.galeon.com/acabados_castillo

Academia Corpe <http://www.academiakorpe.com>

Academia de estudios Omeca, S.L. <http://www.pymex.com/omeca>

Academia Enpro <http://www.academiaenpro.com>

Academia Hispanidad <http://www.camaracaceres.es/empresas/791>

Academia MC <http://www.ajeextremadura.org/academiamc>

Academia San Nicolás de Bari <http://www.camaracaceres.es/empresas/694>

Academia San Pedro <http://www.camaracaceres.es/empresas/588/index.html>

Academia Universitas http://www.camaracaceres.es/empresas/467/frame_b

Aceitera Valverdeña, S.L. <http://www.serranoliva.com>

Aceites de Clemen <http://webs.demasiado.com/aceitunascllemen>

Aceites de La Vera, S.L. <http://www.veraoliva.com>

Aceites Molina <http://www.juntaex.es/consejerias/eic/et/calidad/molina.htm>

Aceitunas Álvarez http://www.geocities.com/aceitunas_alvarez

Aceitunas Clement <http://www.aceitescllemen.com>

Aceitunas Gonzalez http://www.camaracaceres.es/empresas/070/frame_b.html

Aceitunas Jope <http://www.aceitunasjope.com>

Aceitunas Sanmer <http://www.sanmer.com>

Aceitunera del Guadiana <http://www.aguadiana.com>

Acenorca Aceitunera del Norte de Cáceres <http://www.acenorca.es>

Acero Vazquez e Hijos, S.L. <http://http://www.elbartolo.com>

Aceros Merida, S.A. <http://www.acerosmerida.com>

ACL Servicios Informáticos y de Formación, S.L. <http://www.aclservicios.com>

Acopaex, S.C.L. <http://www.acopaex.es>

Acorex, S.C.L. <http://www.acorex.es>

Acosta Aspersion, S.L. <http://www.acostaaspersion.com>

Acotel Informática y Telecom <http://www.acotel.es>

ACR Gestion, S.L. <http://www.acrgestion.es>

Adaptia Soluciones Integrales, S.L. <http://www.adaptia.es>

Adarve Limpiezas, S.L. <http://www.adarvelimpiezas.net>

Adli Plasencia <http://www.plasenciaweb.com/adli>

Adymix <http://www.terra.es/personal2/adymix>

Afeco <http://www.afeco.es>

Aficoex Asesoria, S.L. <http://www.aficoex.com>

Afimec <http://www.afimec.com>

Afycen Extremadura, S.L. <http://www.afycen.net>

Ag Cementos Balboa, S.A. <http://http://www.grupoag.es>

Ag Siderurgica Balboa, S.A. <http://www.siderbalboa.es>

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Ag Tubos Europa, S.A. http://www.grupoag.es
Agencia de Viajes Zurbaran, S.L. http:// http://www.viajeszurbaran.grupoairmet.com
Agencia Empresarial Cyma http://www.agenciaempresarial.com
Agencia Fraek http://www.agenciafreak.com
Agencia viajes Gea http://nevatour.grupogea.com
Agente de seguros http://www.camaracaceres.es/empresas/880
Aglosan http://www.camaracaceres.es/empresas/266/frame_b.html
Aglosan http://www.gruposantano.com/aglosan
Agraz http://http://www.induvesa.com/esagraz.html
Agrexfrut Agricultura Ecológica http://www.agexfrut.com
Agricola Extremena Guimer, S.L. http://www.guimer.es
Agricola Villanovense, S.A. http://www.agrivila.com
Agrimetalsl, S.L. http://www.agrimetalsl.com
Agroazuaga, S.L. http://www.agroazuaga.net
Agrocamion, S.L. http://www.lacuerva.com/indexespanol.html
Agrofinca http://www.agrofinca.com
Agrojardin Franpa, S.L. http://www.agrojardin/franpa.com
Agroquimicos Alvarez, S.A. http://www.agroforex.com
Agrotecnicas Extremenas, S.A. http:// http://www.agrotex.es
Agroval http://inicia.es/de/agroval
Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte http://www.ac-vallejerte.es
Aguas Fondetal, S.A. http://www.aguasfondetal.com
Agustin Tejeda, S.A. http://www.tejeda-bigmat.es
Agustin Vilaplana, S.L. http://www.asesoriavilaplana.es
Ahica Obras y Servicios Medioambientales, S.L. http://ahica.inmedia-bureau.com
Aida Comunicaciones http://www.aidacomunicaciones.com
Aislamiento Ramayo http://personales.com/espana/badajoz/poliuretananoramayo
Aislamientos Calamonte, S.L. http://www.aislamientoscalamonte.com
Aislamientos Extrepol, S.L. http://www.extrepol.com
Aisterin, S.L. http://www.aisterin.com
Al-andalus http://personal.telefonica.terra.es/web/alandalusobraselectricidad
Albergue Convento Los Frailes de Zurbarán http://www.conventodezurbaran.com/
Albergue El Lago, S.L. http://www.Albergueturisticoellago.com
Albergue Rural La Jarilla http://www.terra.es/personal4/La_jarilla
Albergue Valle de Ambroz http://www.Alberguevalledelambroz.com/
Albero Extremadura, S.L. http://www.alberoex.net
Alcoholes Iglesias, S.A. http://www.alcoholesiglesias.com
Aldea Vetonia http://www.aldeavetonia.com
Aldeycer http://www.camaracaceres.es/empresas/690/frame_b
Alejo Leal http://www.alejoleal.com
Alfonso Gallardo Ferro Mallas, S.A. http://www.grupoag.es/ferromallas
Alfonso Gallardo Galva Color, S.A. http://www.grupoag.es
Alfonso Gallardo, S.A. http://www.alfonsogallardo.es
Algirso, S.L. http://www.algirso.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Alian Comercial Aranuelo, S.L. http://www.aliancomercial.com
Alimentos Carnicos de Extremadura, S.L. http://www.alicex.net
Alimentos españoles alsat, S.L. http://www.alsatsl.net
Alma de Gredos http://www.almadegredos.com
Almacen Distribuidor Mahugo, S.L. http://www.aldimas.com
Almacenes Agrupados Mat, S.L. http://www.grupo-euromat.com
Almacenes Cachola, S.L. http://www.almacenescachola.com
Almacenes Casa Ángel S.L. http://www.casangel.com
Almacenes Don Jamón http://plasenciaweb.com/donjamon
Almacenes Gil, S.L. http://www.almacenesgil.com
Almacenes La llave, S.A. http://www.almaceneslallave.com
Almacenes Nieto, S.L. http://www.almacenesnieto.es
Almacenes San Blas http://www.sanblas.cc
Almacenes Segó http://www.almacenes-sego.com
Almacenes Vaz Estevez, S.L. http://www.vazestevez.com
Almepan Pasteleros http://www.almepanpasteleros.com
Alojamiento Rural http://www.AlojamientoRural.com
Alojamiento Rural El Pontón http://www.alexur.net/casa-rural/elpontón.html
Alonso de La Calle García http://www.juntaex.es/consejerias/eic/et/calidad/calle.html
Alonso Jiménez http://www.camaracaceres.es/empresas/066/index.htm
Alpeza http://www.cenfor.com/alpeza
Alquiler Casas Rurales http://www.jerterural.com
Alsát S.L. http://www.alsatsl.com
Alsime http://www.alsime.com
Alsime Almendralejo, S.L. http://www.alsime.com/almendralejo
Altair Comunicaciones http://dayvox.net/webaltair
Altair Estudio de Cocinas y Armarios, S.L. http://www.altair.com.es
Aluminio Torre http://www.camaracaceres.es/empresas/726/frame_b.html
Aluminios del Maestro, S.A. http://www.alumasa.com
Aluminios Don José http://www.aluminiosdonjose.com
Aluminios La Serena, S.A. http://www.alulaser.net/pages/es/inicio.htm
Aluminios Santiago Vicente, S.L. http://www.aluvisa.es
Aluminios Torre http://www.camaracaceres.es/empresas/726/frame_b
Aluminios y Cristalerías Alonso, S.L. http://www.aluminiosalonso.com
Alvarez Buiza, S.L. http://www.alvarezbuizajoyeros.com
Amagosa Distribución y Logística, S.L. http://www.amagosa.net
Amalio Materiales de Construcción, S.L. http://www.amalio.net
Amaya Telecomunicaciones, S.L. http://www.amayatel.com
Ambroz La Artesanía del Mueble http://www.camaracaceres.es/empresas/333/frame_b.html
Ambulancias Amcoex, S.L. http://ambulancias.amcoex.es
Ambulancias Angeles Amigos, S.L. http://www.angelesamigos.com
Ambulancias Guadiana, S.L. http://www.ambguadiana.com
Amigos del Granito http://amigosdelgranito.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Amr	http://empresas.iddeo.es/levantamientos
Anbonisa, S.L.	http://www.anbonisa.es
Andi Aeronautica, S.L.I.	http://www.andiaeronautica.es
Andrada	http://www.camaracaceres.es/empresas/912/index.html
Ángel Cortijo	http://www.angelcortijo.com
Ángel Guerrero	http://www.bme.es/aguerra
Ángel Urto de Maro	http://www.camaracaceres.es/empresas/943/index.html
Anibal	http://www.anibal.net
Anibal Tours, S.A.	http://www.anibal.net
Anpe	http://www.docentes.org
Antojos Miajadas, S.L.	http://www.es.gecites.com/josmar/
Antonio Bravo	http://www.antonio-bravo.com
Antonio González Tapicero	http://www.galeon.com/antoniotapicero
Apartamentos Arias	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/arias.html
Apartamentos Casa Manadero	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/casamanadero.html
Apartamentos Casería	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/lacaseria.html
Apartamentos Jefe	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/jefe.html
Apartamentos La Cañada	http://www.casasrurales-valledeljerte.com/casa_rural/f1_casa_rural.html
Apartamentos La Estela	http://www.hervas.com/laestela
Apartamentos La Estela	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/laestela.html
Apartamentos La Iguana	http://www.alexur.net/casa-rural/haciendacuacos/index.htm
Apartamentos Marcos	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/marcos.html
Apartamentos Rurales Carroyosa	http://www.carroyosa.com
Apartamentos Rurales La Cañada	http://www.bme.es/ctrmonfrague/apartamentos
Apartamentos Santi	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/santi.html
Apartamentos Siloe	http://www.alexur.net/Alojamiento-rural/piscinasiloe.html
Apinavarro	http://www.apinavarro.es
Aplicaciones en Topografía y Fotogrametría [http://www.geo.es/ajgutierrezweb
Aplicaciones Integrales e Industriales Grupo g 5, S.L.	http://www.grupogr.biz
Aplicaciones y Sistemas Roiz	http://www.asroiz.com/
Apositos Extremenos, S.L.	http://www.apositex.com
Aproext, S.L.	http://www.aproext.com
Aprosuba 3 Artes Graficas, S.L.	http://www.aprosuba3.org
Arance Badajoz, S.A.	http://www.arance.com
Arco Soluciones	http://www.arcosoluciones.com
Area	http://www.area-10.com
Area 10, S.L.	http://www.area10.es
Area Cyo, S.A.	http://www.areacyo.com
Area de Salud de Plasencia	http://personal.telefonica.terra.es/web/hospitalplasencia/
Argon lLux	http://www.argonlux.es
Arias	http://personal.telefonica.terra.es/web/arias

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Arias Vidigal, S.L. http://www.ariasvidigal.com
Aridos CG, S.A. http://www.aridoscg.es
Aridos Gonzalez Alvarez, S.L. http://www.aridoselmeri.com
Aridos Nuñez, S.L. http://www.gruponunez.com
Arquepec, S.L. http://www.arquepec.es
Arram Consultores http://www.aram.es
Arrimobel, S.L. http://www.rrimobel.com
Arrocerias Dorado, S.A. http://www.arroceriasdorado.com
Artelux http://www.camaracaceres.es/empresas/1092/index.html
Artes Graficas Boysu, S.L. http://www.boysu.com
Artesanía de Extremadura http://www.artesaniadeextremadura.com
Artesanía de Olivenza http://www.geocities.com/sotto/opening/8869
Artesanía Garrido http://www.galeon.com/garrido
Artesanía Gregorio http://www.geocities.com/gregorio.mi
Artesanía La Puebla http://www.guadalup.com
Artisanos de Castuera http://paralelo40.org/artcastuera
Arteserena, S.L. http://www.arteserena.com
Artex Extremadura http://www.artextremadura.com
Ascarza Hoteles, S.L. http://www.arteserena.com
Aserradero Extremeño, S.A. http://www.aserrexsa.es
Asesora de Electronica y Telecomunicaciones, S.A. http://www.aselcom.com
Asesores Empresariales Asociados Http://Www.Asesoresempresariales.Com
Asesoría Adame, S.L. http://www.asesoria-adame.com
Asesoría Casa Do De Don Benito, S.L. http://www.asesoriaCasa do.com
Asesoría General Extremeña http://www.agesl.com
Asesoría Gómez Martín http://fatimagomez.asesoriaweb.com
Asesoría Hipólito Vázquez http://www.asesoriahvazquez.es
Asesoría Informática http://www.asesoriainformatica.com
Asesoría Mejias, S.A. P http://www.asesoriamejias.net
Asesoría Robles Pizarro, S.L. http://www.roblespizarro.com
Asesoría Ruiz Bodion, S.L. http://www.asesoriaruizbodion.com
Asesorías Amador Mata, S.L. http://www.amadormata.com
Asfaltos Y Aglomerados Santano, S.A. http://www.gruposantano.com
Asineex Asesores e Ingenieros, S.L. http://www.asinteex.com
Asistencia Técnica de Ingeniería Civil, S.L. http://www.aticsa.net
Asociación de Productores del Queso http://www.aqueseros.es
Asociación Geológica de Extremadura http://www.agex.es
Asociación Geológica de Extremadura http://www.agex.org
Asterpalex, S.L. http://www.asterpalex.es
Astron http://www.astron.es
Astron Multimedia http://www.astron.es
Ateex http://www.ateex.com/seguros
Ateex Asesoría de Empresas, S.L. http://www.ateex.com
Ateex Informatica, S.L. http://www.ateex.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Ateex Recursos Humanos, S.L. http://www.ateex.com
Atelex http://www.camaracaceres.es/empresas/799/index.html
Atelex, S.L. http://www.atelex.com
Athenea Cenfor, S.L. http://www.centroathenea.com
Aticsa http://www.aticsa.net
Audinex http://www.audinex.es
Audinex, S.A. http://www.audinex.es
Audiolis Extremadura http://www.audiolisextremadura.com
Auditoría Informática del Gas http://www.prodigas.com
Aula Viajes http://aulaviajes.com
Aulamaster http://www.aulamaster.com
Auren Caceres, S.L. http://www.aurenfinanzas.es
Auto Capellanías http://www.arrakis.es/%7ecesar24/autocap
Auto Escuela Fleming, s.c.l. http://www.fleming.es
Auto Gestion Gestoria Administrativa, S.L. http://www.autogestionsl.com
Autoagricola Jecar, S.L. http://www.jecarsl.com
Autoagro Moraleja, S.L. http://www.autoagromoraleja.com
Autobuses http://www.estacionautobuses.com
Autocares Morcillo, S.L. http://www.autocaresmorcillo.com
Autocares Palacios, S.L. http://www.autocarespalacios.com
Autocasión Extremadura http://www.autocasionextremadura.com
Autoescuela Alcalá-Cervantes http://www.camaracaceres.es/empresas/1133/
Autoescuela Galvan http://usuarios.lycos.es/autoescuelagalvan
Autoescuela Las Arenas http://www.autoescuela-lasarenas.com
Autoescuela Monfragüe http://www.camaracaceres.es/empresas/356/frame_b
Autoescuela Monfrague, S.L. http://www.autoescuelamonfrague.com
Autoescuela Placentina http://autoescuelaplacentina.com
Autoescuela Sánchez http://www.autoescuelasancez.com
Autofrenos Extremadura http://www.sanroque.org/hojas/empresas//autofrenoex
Automaticos Ceca, S.L. http://www.automaticosfame.com
Automaticos Diana, S.L. http://www.automaticosfame.com
Automatismos y Servicios Auser, S.L. http://www.automatismosouser.net
Automocion del Oeste, S.A. http://www.aosa.mercedes-benz.es
Automocion Villanovense, S.A. http://www.automocionvillanovense.com
Automoviles Avecilla http://personal.telefonica.terra.es/web/automovilesavecilla
Automoviles Castuera, S.L. http://www.automovilescastuera.com
Automoviles Gomez, S.L. http://www.automovilesgomez.com
Automoviles Hermanos Nuñez, S.A. http://www.hermanosnunez.com
Automoviles Moralo, S.L. http://www.automovilesmoralo.citroen.es
Automoviles Morauto, S.L. http://www.automovilesmorauto.com
Automoviles Munoz Y Lancharro, S.L. http://www.monesterio.com/myl
Automoviles y Reparaciones Momacar, S.L. http://www.momacar.com
Autos 76, S.L. http://www.autos76.es
Autos Caceres 2000, S.A. http://www.autoscaceres.citroen.es

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Autos Jose Dominguez, S.L. http://www.autosjosedominguez.com		
Autos La Serena, S.L. http://www.autoslaserena.toyota.es		
Avantec http://www.geocities.com/avantecweb		
Avantec http://www.geocities.com/avantecweb		
Avesul http://www.avesextremadura.es/		
Aytosa http://www.sanroque.org/hojas/empresas/aytosa		
Ayuda Social de Mayores, S.L. http://www.grupoasoma.com		
Azor Asesores Juridicos, S.L. http://www.azorasesores.com		
Azurnet http://www.azurnet.es.8m.com		
Badacolor http://www.sanroque.org/hojas/empresas/badacolor		
Badajozio http://www.badajozio.com		
Badejazz http://www.badajazz.com		
Baldos http://www.gratisweb.com/baldos_a		
Balneario de Alange, S.A. http://www.balneariodealange.com		
Balneario Fuentes del Trampal http://www.alexur.net/hotel/fuentes_trampal.html		
Balneario Fuentes del Trampal http://http://www.balneario.org/fuentes_del_trampal		
Balneario	San	Gregorio
http://www.extremaduraempresas.com/balnearios/balneario5/		
Balnearios http://http://www.extremaduraempresas.com/balnearios/balnearios		
Bar Restaurante Las Conchas, S.L. http://www.hostalrestaurantelasconchas.com		
Barnizados Pache http://www.barnizadospache.com		
Barracourier, S.L. http://www.mrw.es		
Barragan Portilla, S.L. http://www.construccionesbarragan.com		
Bazar 4, S.A. http://www.bazar4.es		
Bazar Villarreal Electrodomesticos, S.L. http://www.mastercadena.es		
Benitez e Hijos, S.L. http://www.benitezehijos.com		
Berrocales Trujillanos, S.A. http://www.berrocales.com		
Beyem Textil, S.L. http://www.beyem.com		
Bicicletas Lolo http://www.bicicletaslolo.com		
Bicicletas y Motocicletas Fuentes, S.L. http://www.bicismotosfuentes.com		
Bigmat Cayuela, S.L. http://www.bigmatcayuela.com		
Bigmat Tevisa, S.A. http://www.tevisa.es		
Bio energetica Extremena 2020, S.L. http://www.bionex.es		
Bioex http://www.bioex.es		
Bisuteria Vialas http://www.camaracaceres.es/empresas/1087/index.html		
Bittacora http://www.bittacora.com		
Bm Extremadura, S.L. http://www.bme.es		
Bobimex, S.L. http://www.bobimex.com		
Bodega Bernarda http://www.bodegasbernarda.com		
Bodega Las Granadas, S.L. http://www.bodegalasgranadas.com		
Bodega Peña del Valle http://penadelvalle.es		
Bodega Santa Marta http://www.bodegassantamarta.com		
Bodegas de Aguilar, S.L. http://www.bodegasdeaguilar.es		
Bodegas de Vino Bravo http://galeon.com/bodegabravo		

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Bodegas Dolores Morenas	http://www.cenfor.com/doloresmorenas
Bodegas Franco Sanchez	http://francosanchez.com
bodegas Larde	http://www.lardebarros.com
Bodegas Marcelino Diaz, S.A.	http://www.madiaz.com
Bodegas Martinez Payva Sant 798	http://www.payva.es
Bodegas Medina	http://www.bodegasmedina.net
Bodegas Orotinto, S.L.	http://www.bodegassani.com
Bodegas Ortiz, S.L.	http://www.laesenciadelvino.com/bodegas/detalles/bodegas_ortiz
Bodegas Pajuelo e Hijos, S.L.	http://www.bodegaspajuelo.com
Bodegas Puente Ajuda	http://www.bodegapuenteajuda.com
Bodegas Romale, S.L.	http://www.romale.com
Bodegas Romero	http://www.bodegasromero.com
Bodegas Ruiz Torres, S.A.	http://www.ruiztorres.com
Bodegas Sani	http://www.bodegassani.com
Bodegas Santa María	http://www.camaracaceres.com/empresas/384/frame_b
Bodegas Toribio	http://www.bodegastoribio.com
Bodegas Ventura De Vega, S.L.	http://www.vegaesteban.com
Bodegas Viticultores De Barro	http://www.viticultoresdebarros.com
Bodeguilla La Campana	http://es.geocities.com/lacampanadepedrito
Bodion Gestion, S.L.	http://www.bodiongesion.com
Bordados Artesanales Pilar	http://www.geocities.com/bordadospilar
Bordados Artesanos	http://personales.com/espana/badajoz/bordados
Bordados Zurbarán	http://www.camaracaceres.es/empresas
Botoasub	http://www.botoasub.com
Boxoyo Libros	http://www.boxoyolibros.com
Boymosa	http://www.camaracaceres.es/empresas/113/frame_b
Bravo Hosteleria, S.L.	http://www.restauranteelpuchero.com
Brias Broker, S.L.	http://www.asocex.com/briasbroker
Bricohogar	http://www.sanroque.org/hojas/empresas/brico_hogar
Britannia Center, S.L.	http://www.britannia-centre.com
Brocense	http://www.brocense.com
Broexcon, S.L.	http://www.broexcon.es
Bru Recuperaciones, S.L.	http://www.brucerecuperaciones.net
Brumale, S.L.	http://www.brumale.com
Buenaaval	http://buenaaval.com
Bueno Trenado Asesores, S.L.	http://www.btasesores.com
Bufete del Pozo Penalista	http://www.terra.es/pesonal/delpozopi
Butano Teófilo	http://www.butanoteófilo.com
Byte Extremadura, S.L.	http://www.byteextremadura.com
C y B Consultores, S.L.	http://www.cybconsultores.es
C.Cortés	http://www.bandacortes.com
Central Nuclear De Almaraz Ii	http://Www.Din.Upm.Es/Controles/Almaraz
Caballero Automocion, S.A.L.	http://www.caballeroautomocion.com
Caballero y Hernandez, S.A.	http://www.cahersa.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Cabanifrut, S.L. http://www.cabanifrut.es
Cabanillas y Hernandez, S.L. http://www.optiwin.com
Cablegrafics http://www.cablegrafics.es
Cabopol Iberica, S.L. http://www.cabopol.coms.com
Cacereña de Hosteleria Pacon, S.L. http://www.salonateneo.com
Café Bar Adarve http://rt001hvb.eresmas.net/index.html#inicio
Cafe Bar El Loro http://www.terra.es/personal/el_loro
Café Concierto Mercantil http://www.salamercantil.com
Café Santa Ana http://www.plasenciaweb.com/santana
Cafes Tegra, S.L. http://www.cafestegra.com
Caja Badajoz http://www.portal.cajabadajoz.es
Caja Extremadura http://www.cajaextremadura.es
Caja Rural de Almendralejo http://www.cralmendralejo.com
Caja Rural de Extremadura http://www.crextremadura.es
Calairgas http://www.plasenciaweb.com/airelec/
Cales y Piedras Extremenias, S.A. http://www.capiexsa.com
Calizas y Derivados Herrera, S.L. http://www.herrera1.com
Calpri, S.A. http://www.calprisa.com
Calvarro, S.L. http://www.calvarro.com
Calvo Diaz, S.L. http://www.hotel triana.com
Calzados Alcon http://www.calzadosalcon.com
Calzados J.Galindo http://www.camaracaceres.es/empresas/622/frame_b.html
Camaleón Touring http://www.camaracaceres.es/empresas/1128
Camino Rural http://www.casaruralcaminoreal.com
Campamento Shunka http://www.camaracaceres.es/empresas/557
Campamentos Valle del Ambroz, S.A.I. http://www.alberguevalledelambroz.com
Camping de Monfragüe http://www.monfrague.com
Camping La Mata http://www.campinglamata.com
Camping La Vera http://www.campinglaver.com
Camping Puente Alcántara http://www.alexur.net/puentealcantara
Camping Puerto Pena http://www.alexur.net/puerto-pena
Camping Rio Jerte http://www.campingriojerte.com/
Camping Sierra De Gata http://www.alexur.net/sierradegata
Campiong La Chopera http://www.plasenciaweb.com/lachopera/
Campon Gibello, S.L. http://www.campongibello.com
Canal Cubico, S.L. http://www.canalcubico.com
Canal De Isabel II Http://Www.Camaracaceres.Es/Empresas/851/Index.Htm
Canal Intro http://www.canalintro.com
Canalnet Soluciones Integrales, S.L. http://www.canalnet si.com
Canchal La Gallina http://www.canchallagallina.com
Capribor http://www.capribor.com
Capricho http://www.camaracaceres.es/empresas/219/frame_b.html
Cara Carloto http://www.Casa carloto.com
Carbones de la Sierra http://www.camaracaceres.es/empresas/008/frame_b.html

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Cardenillo	http://www.cardenillo.com
Cardeno, S.A.	http://www.cardeno.es
Carija	http://www.arrakis.es/~carija
Carija, S.A.	http://www.carija.es
Carkore, S.L.	http://www.carkore.es
Carlos Criado	http://www.carloscriado.com
Carlos Recio, S.L.	http://www.carlosreciosl.aclumex.com
Carmona y Sabido, S.L.	http://www.carmonaysabido.com
Carmudex, S.L.	http://www.carmudex.com
Carnes Caza Antonio Nuñez	http://ancaza.galeon.com
Carnicas Sierra De San Pedro, S.A.	http://www.carnicassierradesanpedro.com
Carpintería Apícola Calvo Diaz	http://www.geocities.com/colmenasdiaz
Carpintería Artesana Talleres Figueroa, S.L.	http://www.carpinteriafigueroa.com
Carpintería Avis, S.L.	http://www.carpinteriaavis.com
Carpintería Manzano, S.L.	http://www.carpinteriamanzano.es
Carpintería Metálica Comaex, S.L.	http://http://www.comaexsl.com
Carpintería Valor, S.L.	http://www.carpinteriavalor.com
Carpintería y Restaurante La Dehesilla	http://www.camaracaceres.es/empresas/569/frame_b
Carrasco y Calderon, S.L.	http://www.carrascoycalderon.es
Cartonajes de Almaraz, S.L.	http://www.calmaraz.com
Cartonex, S.L.	http://www.cartonex.com
Casa Rural La Velela	http://www.alexur.net/Casa-rural/laveleta.html
Casa Ángel	http://www.Casa.angel.com
casa Bethona	http://www.valledeljerte.info/Alojamiento/casabethona
Casa Carloto, S.A.	http://www.casacarloto.com
Casa de las Persianas	http://www.camaracaceres.es/empresas/782/index
Casa del Guarda	http://www.camaracaceres.es/empresas/1234/index
Casa del Heno	http://www.antiguacasadelheno.com
Casa del Pozo	http://www.fdg.es/usr/cpozo
Casa Extremadura	http://www.Casa.extremadura.com
Casa Grande de Fresnedoso De Ibor	http://Www.Rinconesdelmundo.Com/Casagrande
Casa Maire	http://www.alexur.net/casa-rural/casamaire.html
Casa Postigo de La Caserra	http://www.casapostigo.com
Casa Rural Adolfo	http://www.casaruraladolfo.com
Casa Rural Antigua Posada	http://www.antiguaposada.com
Casa Rural Antigua Posada	http://www.alexur.net/senderos/numero2/antigua-posada/casarural_antigua.html
Casa Rural Antolina	http://www.casa-antolina.com
Casa Rural Azabal	http://www.alexur.net/casa-rural/azabal.html
Casa Rural Balcón de los Montes	http://www.balmontes.com
Casa Rural Casa Gabriel	http://www.alexur.net/casa-rural/casagabriel.html
Casa Rural Casa Grande	http://www.terra.es/personal/casagrande/index.htm
Casa Rural Casa Verde	http://www.alexur.net/casa-rural/casaverde.html

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Casa Rural Cazapolen	http://www.alexur.net/casa-rural/cazapolen.html
Casa Rural Colmenarejo	http://www.casaruralcolmenarejo.com
Casa Rural Cortijo de La Gabrielina	http://www.cortijolagabrielina.com
Casa Rural Cosmolita	http://www.alexur.net/casa-rural/cosmopolita.html
Casa Rural Cosmopolita	http://www.alexur.net/casa-rural/cosmopolita.html
Casa Rural Dehesa de Solana	http://www.casarurallasolana.com
Casa Rural Dehesa San Valentin	http://www.alexur.net/casa-rural/dehesa_sanvalentin.html
Casa Rural Dehesa San Valentín	http://www.alexur.net/casa-rural/dehesa_sanvalentin.html
Casa Rural del Cabrero	http://www.alexur.net/Casa-Rural/Casacabrero.html
Casa Rural El Agostero	http://www.alexur.net/casa-rural/elagostero.html
Casa Rural El Baldio	http://www.casaruralelbaldio.com
Casa Rural El Bosque	http://usuarios.lycos.es/piornal/bosque
Casa Rural El Chaparral Bajo	http://www.alexur.net/casa-rural/elchaparralbajo.html
Casa Rural El Doncel	http://www.amonaria.com
Casa Rural El Hornillo	http://www.alexur.net/casa-rural/elhornillo.html
Casa Rural El Hornillo	http://www.toprural.com/ficha/es.cfm/idp/10/ids/4704.htm
Casa Rural El Jiniebro	http://www.eljiniebro.com
Casa Rural El Molinero	http://www.alexur.net/casa-rural/casamoliner.html
Casa Rural El Molino del Sol	http://www.alexur.net/casa-rural/elmolino.html
Casa Rural El Padre La Calle	http://www.elpadrelacalle.com
Casa Rural El Pajar	http://www.alexur.net/casa-rural/elpajar.html
Casa Rural El Pantano	http://www.alexur.net/senderos/numero6/el_pantano/casa_rural_pantano.html
Casa Rural El Parador De Villamiel	http://www.elparadordevillamiel.com
Casa Rural El Pontón	http://www.geocities.com/casaelponton/
Casa Rural El Regato	http://www.alexur.net/casa-rural/regato.html
Casa Rural El Regato	http://www.mancomunidadesierrasanpedro.com/panel/p49/p490.html
Casa Rural El Taller	http://www.fotorural.com/eltaller
Casa Rural El Tejo	http://usuarios.lycos.es/eltejo/main.htm
Casa Rural El Tenado	http://www.eltenado.com
Casa Rural El Teso	http://www.arrakis.es/iesblanco/casa_rural_el_teso
Casa Rural El Tomillar	http://www.turismocaceres.com
Casa Rural El Valdarrago	http://www.casa-valdarrago.net
Casa Rural Finca El Hacho	http://www.alexur.net/casa-rural/fincaelhacho.html
Casa Rural Finca Los Cañelajes	http://www.alexur.net/casa-rural/fincaloscanejales.html
Casa Rural Finca Pallares	http://www.alexur.net/casa-rural/fincapallares.html
Casa Rural Fuene Arcada	http://www.alexur.net/casa-rural/fuentearcada.html
Casa Rural Fuente La Breña	http://www.talavanrural.com
Casa Rural Isla De Zujar	http://www.alexur.net/casa-rural/isla_zujar.html
Casa Rural La Alondra	http://www.toprural.com/ficha/index.cfm/idp/10/ids/5918.htm
Casa Rural La Antigua Botica	http://www.toprural.com/fichas(es.cfm/idp/10/ids/11966

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Casa Rural La Antigua Casa del Heno	http://www.alexur.net/casa-rural/casadelheno.html
Casa Rural La Bodega	http://www.crlabodega.com
Casa Rural La Cañada	http://www.terra.es/personal3/casalacana
Casa Rural La Casaría	http://www.alexur.net/casa-rural/lacaseria.html
Casa Rural La Casería	http://www.lacaseria.net
Casa Rural La Casona	http://www.La-casona.net
Casa Rural La Chinata	http://www.alexur.net/casa-rural/lachinata.html
Casa Rural La Ciega	http://www.alexur.net/casa-rural/casalaciega.html
Casa Rural La Florentina	http://www.alexur.net/casa-rural/laflorentina.html
Casa Rural La Jara de las Villuercas	http://www.alexur.net/casa-rural/jara.html
Casa Rural La Loma	http://www.alexur.net/casa-rural/laloma.html
Casa Rural La Morera	http://www.alexur.net/casa-rural/lamorera.html
Casa Rural La Parra	http://www.alexur.net/casa-rural/laparra.html
Casa Rural La Ramallosa	http://www.ramallosa.com
Casa Rural La Solana	http://usuarios.lycos.es/crlasolana
Casa Rural La Solana	http://www.casarurallasolana.com
Casa Rural La Sotorriza	http://donbellota.com/lasotorriza
Casa Rural La Tahoma	http://www.alexur.net/casa-rural/latahona.html
Casa Rural La Vallejera	http://www.toprural.com/ficha/es.cfm/idp/10/ids/4672.htm
Casa Rural La Vellua	http://usuarios.acsys.es/labellua
Casa Rural La Vera de Yuste	http://www.yuste.turicom.com
Casa Rural La Villa	http://www.Casa_rural_lavilla.com
Casa Rural las Canteras	http://www.Casa_rural.net
Casa Rural las Setecientas	http://www.alexur.net/Casa_rural/setecientas.html
Casa Rural los Almendros	http://www.alexur.net/Casa_rural/losalmendros.html
Casa Rural los Gaitanes	http://www.losgaitanes.com
Casa Rural los Madroñales	http://www.cenfor.com/madroñales
Casa Rural los Montejos	http://www.terra.es/personal5/losmontejos
Casa Rural los Morales	http://inicia.de/barrado
Casa Rural los Nogales	http://www.alexur.net/Casa_rural/losnogales.html
Casa Rural los Pozitos, S.L.	http://www.casarurallospozitos.com
Casa Rural Luna Menguante	http://www.alexur.net/Casa_rural/lunamenguante.html
Casa Rural Mansión del Abuelo Marciano	http://www.alexur.net/Casa_rural/abuelomarciano.html
Casa Rural Peña del Alba	http://www.alexur.net/hotel-rural/pdelalba/tarifas.html
Casa Rural Puebla Alcocer	http://usuarios.lycos.es/puebladealcocer/fotos%20Casa
Casa Rural Puria Gamellas	http://www.puriagamellas.com
Casa Rural Rincón Del Palacio	http://www.toprural.com/ficha/es.cfm/idp/10/ids/5900.htm
Casa Rural Salto Del Caballo	http://www.alexur.net/Casa_rural/Casa_saltocaballo.html
Casa Rural Santa Lucía	http://www.alexur.net/Casa_rural/santalucia.html
Casa Rural Santa Marta	http://www.alexur.net/Casa_rural/santamarta.html
Casa Rural Sartenilla	http://www.sartenilla.com
Casa Rural Tia Paca	http://www.toprural.com/ficha/index.cfm/idp/10/ids/5916.htm

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Casa Rural Valfrío http://www.lacasonadevalfrío.com
Casa Rural Villa Lucia http://www.alexur.net/Casa-rural/villa_lucia.html
Casa Rural Villateresa http://www.alexur.net/Casa-rural/villa_teresa.html
Casa Rural Zoila http://www.alexur.net/Casa-rural/Casa_zoila.html
Casaex, S.L. http://www.casaexsl.com
Casamayor Librada, S.A. http://www.Casa_mayorlibrada.com
Casas Rurales del Valle del Jerte http://mmteam.interbook.net/Casa_rural
Caseta Indalo http://es.geocities.com/casetaindalo
Cash Extremeño, S.A. http://www.barea.com
Castellano Hermanos Joyeros, S.L. http://www.castellanojoyeros.com
Castillo de las Seguras http://www.lasseguras.com/
Catalina Ballesteros, S.L. http://www.prenatal.es
Catelsa Caceres, S.A. http://www.hutchinson.es/inicio/marcas/catelsa-3646.html
Catering Via de la Plata, S.L. http://www.viajescajaextremadura.es
Cava Extremadura http://www.camaracaceres.es/empresas/968/index.html
Cayetano Pantojo http://www.cayetanopantojo.com
Cba Expansivos http://www.cementodemolador.com
Ce Consulting http://www.ceconsulting.es
Cearer, s.c. Ltda http://www.cearer.net
Ceballos Nunez, S.L. http://www.cebillosnunezsl.com
Cecoex http://www.cecoex.com
Cecoex http://www.cecoex.es
Celebrarte http://www.camaracaceres.es/empresas/090
Cementos Hidalgo, S.L. http://www.cementoshidalgo.com
Cemex http://www.ceme.es
Cemfex, S.L. http://www.neofacial.com
Cenfor http://www.cenfor.com
Cenif http://www.cenif.net
Central Nuclear de Almaraz http://www.din.upm.es/centrales/almaraz
Centro Comercial Dama http://www.centrocomercialdama.com/
Centro de Cirugía de Mínima Invasión http://www.ccmi.es
Centro de Enseñanzas Profesionales de Extremadura, S.L. http://www.cenproex.com
Centro de Enseñanza y Formación Extremeño, S.L. http://www.cenfor.es
Centro de Estética Esperanza http://www.esteticaesperanza.com
Centro de Estudios Jurídicos Financieros de Extremadura http://www.ceex.es
Centro de Estudios Socioeconomicos de Extremadura, S.A. http://www.cesex.com
Centro de Información y Desarrollo de Extremadura, S.L.I. http://www.cidex.org
Centro Ecuestre el Camino http://www.acaballo.net
Centro Extremeño de Seguros http://www.geocities.com/capitohill/4774
Centro Internacional de Oftalmología Avanzada Profesor Fernandez Vigo S.L. http://www.fernandez-vigo.com
Centro Medico Santa Jovita, S.L. http://www.santajovita.com
Centro Optico Rodriguez Vinals, S.L. http://www.opticavinals.com
Centro Radiologico Conquistadores, S.L. http://www.crconquistadores.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Centro Seiza http://www.centroseiza.com
Centro Veterinario El Castellar, S.L. http://www.elcastellarsl.com
Centrowagen, S.L. http://www.centrowagen.com
Century Travel, S.L. http://www.centurytravel.grupoeuropa.com
Ceramica Creativa http://www.arrakis.es/~junavibar
Ceramica de Soto http://www.ceramicadesoto.com
Ceramica Mudejar Extremena, S.L. http://www.ceramicamudejar.com
Cerámica Perdigón http://www.camaracaceres.es/empresas/414
Ceramica Segedana, S.L. http://www.segedana.com
Cerdos Extremenos, S.L. http://www.cerdosextrenenos.com
Ceredy, S.L. http://www.ceredy.com
Ceres House, S.L. http://www.cereshouse.es
Ceres Motor http://www.bmw.es/ceresmotor
Ceres Prevención http://www.ceresprevencion.com
Cerrajería Fuentes, S.L. http://www.cerrajeriafuentes.com
Cerrajería Maldonado, S.L. http://www.cerrajeriamaldonado.es
Cesar Vivas, S.L. http://www.amichi.com
Cesma http://www.sierradelconde.es
Cex Center http://www.consumibles-handsome.com
Chacinas Manuel Castillo, S.L. http://www.chacinasmanuelcastillo.com
Charcofrio, S.L. http://www.capiexsa.com
Charcuterías Santi http://www.cashalcorte.com/
Chocolatería Cafetería Cáceres http://www.camaracaceres.es/empresas/757/frame_b
Chumacero, S.A. http://www.sierrafria.com
Ciaval 2000, S.A. http://www.ciaval.com
Ciber Montijo http://www.ventanadigital.com/cibermontijo
Cibernet http://www.plasenciaweb.com/cibernet
Cibes Abogados http://www.cibesabogados.com
Cielovera http://www.cielovera.com
Ciem http://www.ciemsl.com
Cinegetica Trujillana, S.L. http://www.cinegeticatrujillana.com
Cipriano Gallego Hormigones, S.L. http://www.aridoscg.es
Ciripolen http://www.camaracaceres.es/empresas/988/index.htm
Ciripolen http://www.ciripolen.com
Civila http://www.civila.com
Clanatos http://www.clanatos.com
Clasificados del Guadiana, S.L. http://www.hormiexsa.com
Climacocina, S.L.I. http://www.climacocina.com
Climatizaciones J. de Dios, S.L. http://www.climatizacionjdedios.es
Clínica de Neuropediatría Julian Vaquerizo http://www.neuroinfancia.com
Clinica de Oftalmología Sánchez Trancon, S.L. http://www.sancheztrancon.com
Clinica Diagnostico San Miguel, S.L. http://www.clinicassanmiguel.com
Clinica Diana, S.A. http://www.clinicadiana.es
Clínica Los Arcos http://www.clinica-dator.es

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Clisat, S.L. http://www.clisat.com
Club Deportivo Parque de Monfragüe http://www.cdparquemonfrague.es.vg
Cm Extremadura Publicidad Multimedia, S.L. http://www.cmextremadura.com
Cocinas Industriales Sarprix Extremadura, S.L. http://www.sarprixextremadura.com
Cofares Suroeste, S.A. http://www.cofares.es
Cofex http://www.cofex.net
Cohidrex, S.L. http://www.cohidrex.es
Colcaremen http://www.camaracaceres.es/empresas/1390/index.html
Comercial Alfredo http://usuarios.lycos.es/comercial_alfredo
Comercial Anraguisa, S.L. http://www.comercialanraguisa.com
Comercial Cristian Lay, S.A. http://www.cristianlay.com
Comercial Extremeña de Esterilizacion, S.L. http://www.ceesterilizacion.com
Comercial Extremeña Hospitalaria, S.A. http://www.cehospitalaria.com
Comercial Ganadera Campiña Sur, S.L. http://www.cogacsur.com
Comercial Navero y Elvira, S.L. http://www.comercialnavero.es
Comercial Same Extremeña http://www.camaracaceres.es/empresas/1225/index.html
Comercial Segeda Zafra de Recambios, S.L. http://www.cofeseg.com
Comercial Solis Marquez, S.L. http://www.comercialsolismarquez.com
Comercial Vizuete, S.L. http://www.plasenciaweb.com/comercialvizuete
Comercial y Logísticas Serrano, S.A. http://www.coparga.com
Comesa Zafra Http://Www.comesazafra.com
Comesa Estructuras Metalicas y Caldereria, S.L. http://www.comesazafra.com
Comité Antisida de La Comunidad Extremeña http://www.caextreadura.org
Compañía Agroforestal de Extremadura Agroforex, S.L. http://www.agroforex.com
Compañía del Agua http://www.companiadelagua.net
Compañía Española de Tabaco en Rama, S.A. http://www.cetarsa.es
Compañía Extremeña de Aceites y Cereales, S.L. http://www.cexac.com
Compañía Extremeña de Productos Agroalimentarios, S.A. http://www.guadiala.es
Compañía Oleico siglo XXI http://www.camaracaceres.es/empresas/069/frame_b
Compañía Vinícola del Guadiana http://www.vinicolaguadiana.com
Complejo Alvarez, S.A. http://www.complejoalvarez.com
Complejo La Mata, S.L. http://www.campinglamata.com
Complejo Naranjo Moreno http://www.camaracaceres.es/empresas/959/index.html
Complejo naranjo moreno http://www.camaracaceres.es/empresas/959/index.html
Complementos Goyal, S.L. http://www.complementosgoyal.com
Computer Global Software, S.L. http://www.cgsoft.es
Computers Building Business, S.L. http://www.pcbox.es
Comunicaciones Blasfer, S.L. http://www.blasfer.com
Comunicaciones Gabardino, S.L. http://www.gabardino.com
Conam Ingenieria, S.L. http://www.conam.es
Concesion Extremeña de Vehiculos, S.A. http://www.convesa.com
Condedu, S.A. http://www.condedu.com
Conex http://www.conex.com
Conex http://www.conexsa.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Confecciones La Serena	http://www.ecabezadelbuey.com/conser/
Confecciones Montosa, S.L.	http://www.montosa-sl.com
Confiteria Pasteleria La Guinda	http://restauranteelpuchero.com
Congelados en general, S.A.	http://www.congeladosengeneral.com
Congespress	http://www.congespress.com
Conservas Alagón	http://www.juntaex.es/consejerias/eic/et/calidad/elagon.htm
Conservas Martinete	http://www.juntaex.es/consejerias/eic/et/calidad/martinet.htm
Conservas Martinete, S.A.	http://www.conservasmartinete.com
Conservas Vegetales de Extremadura, S.A.	http://www.e-conesa.com
Consorcio Gran Teatro	http://www.granteatro.com
Construcciones Casado, S.A.	http://www.construccionescasado.net
Construcciones Abreu, S.A.	http://www.grupoabreu.com
Construcciones Andres Oliva, S.L.	http://www.andresoliva.com
Construcciones Barquilla, S.A.	http://www.construccionebarquilla.com
Construcciones Benitez Pagador, S.L.	http://www.benitezpagador.com
Construcciones Bienvenido Martin, S.L.	http://www.bienvenidomartin.com
Construcciones Correa Carballo, S.L.	http://www.correacarballo.es
Construcciones de Obras Publicas Del Guadiana, S.A.	http://www.copugusa.com
Construcciones Europlas XXI, S.L.	http://www.construccioneseuroplas.es
Construcciones Extremeñas Gil, S.L.	http://www.grupo-gil.com
Construcciones Ferga Villanovense, S.L.	http://www.construccionesferga.com
Construcciones Gonzalez Tovar, S.L.	http://www.gonzaleztovar.com
Construcciones Imper Cáceres	http://www.impercaceres.com
Construcciones Martynar, S.L.	http://www.martynar.com
Construcciones Mego, S.A.	http://www.mego.es
Construcciones Metalicas Extremenias, S.A.	http://www.comesazafra.com
Construcciones Ojalma, S.L.	http://www.contratistaestado.com/ojalma/
Construcciones Pinilla, S.L.	http://www.cpinilla.com
Construcciones Vaz, S.L.	http://www.construccionesevaz.com
Construcciones y Aridos Olleta, S.A.	http://www.olleta.com
Construcciones y Estructuras Feyol, S.L.	http://www.feyol.net
Construcciones y Promociones Almosassa, S.L.	http://www.almosassa.es
Consulting y Gestion de Ferias y Congresos, S.L.	http://www.consultingygestion.com
Consultora de Recursos Agroambientales, S.L.	http://www.conrasl.com
Consultores Sociales Esotex, S.L.	http://www.esotex.com
Consultoria Informatica Extremena, S.L.	http://www.cie-sl.com
Contenedores Badajoz, S.L.	http://www.contenedoresbadajoz.com
Continexsa	http://www.continexsa.com/
Continuos Extremenos, S.A.	http://www.continexsa.com
Contratacion de Limpieza y Jardines, S.A.	http://www.limpesa.es
Controles Extremadura, S.A.	http://www.codexsa.com
Convexa	http://www.convexa.com
Conyproex, S.L.	http://www.conyproex.com
Cooperativa de Consumo Ntra Señora del Buensuceso	http://www.coopbsuceso.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Coop de Consumo La Esperanza de Navalvillar de Pela	Http://www.corchosbarreros.com
Coop del Campo San Marcos	Http://www.campobarro.com
Coop Olivarera Virgen de La Estrella y Caja Rural	Http://www.maimona.com
Cooperativa Agricola Vinicola Extremena San Jose Cave	http://www.bodegascave.com
Cooperativa Artesana Hervasense, S.C. Ltda	http://www.coarthe.com
Cooperativa Coolosar	http://www.camaracaceres.es/empresas/1194/index.html
Cooperativa de Regantes de Extremadura	http://www.crex.es
Cooperativa del Campo La Unidad	http://www.juntaex.es/consejerias/eic/et/calidad/unidad.htm
Cooperativa San Isidro de Villafranca	http://cooperativasanisidro.com
Cooperativa San Marcos	http://www.bodegassanmarcos.com
Cooperativa Santa Quiteria	http://www.lanzadera.com/almazara
Copa	http://www.copaservipack.com
Copa Servipark, S.L.	http://www.copaservipark.com
Copiadoras de Extremadura, S.L.	http://www.copiadorasextremadura.com
Copiadoras de Plasencia, S.L.	http://www.canonplasencia.com
Copiadoras del Guadiana, S.L.	http://www.copiadorasguadiana.com
Copiadoras del Suroeste, S.L.	http://www.copisur.com
Copisur	http://www.copisur.com
Copreca, S.C.	http://www.copreca.es
Copttraba, S.L.	http://www.copttraba.com
Copumaex, S.L.	http://www.copumaex.com
Copy Caceres, S.L.	http://www.copycat.es
Copy Caty	http://www.camaracaceres.es/empresas/462/frame_b
Coral de Montijo	http://www.badajoz.org/coraldemontijo
Corazón de Encina	http://www.corazondeencina.com
Corchex, S.L.	http://www.corchex.com
Corchos de Merida, S.A.	http://www.gruposabate.com
Corchos Gilo, S.L.	http://www.corchosgilo.com
Corchos Oliva, S.L.	http://www.corchololiva.com
Corchos Salgado, S.L.	http://www.corchos-salgado.com
Cordon Salvatierra, S.L.	http://www.cordonsalvatierra.com
Coria Tours, S.A.	http://www.coriatours.com
Corporacion de Medios de Extremadura, S.A.	http://www.hoy.es
Corporacion Empresarial de Extremadura, S.A.	http://www.cex.es
Cotabaco	http://www.cotabaco.com
Creacion 97, S.L.	http://www.creacion97.com
Crearte	http://www.crearte.com
Criadero de Animales Sierra de Gata	http://www.sierradegata.net
Criador Villa Cortezana	http://www.lanzadera.com/villacortezana
Crispat Papel	http://www.crispatpapel.com
Cristaleria Montijo, S.L.	http://www.cristalerialasmontijo.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Cristales y Persianas Lopez, S.L. http://www.alumasa.com
Cristian Lay, S.A. http://www.cristianlay.com
C-system http://www.c-system.com
Cubillana, S.L. http://www.cubillana.com
Cubremobel, S.L. http://www.cubremobel.com
Cuchillería Cortes, S.L. http://www.bandascortes.com
Cuchillería Sanchez http://www.cuchilleriasanchez.com
Curtidos Marquez http://www.curtidosmarquez.es/tienda/
Cyam Diseño Gráfico http://www.cyam.com
Danjós Mobiliario, S.L.I. http://www.danjósdecoracion.com
David Fernandez Grande Extremadura, S.L. http://www.grupodfg.com
De Bares http://www.debares.net
De La Luna Libros http://www.delalunalibros.com
De Madera http://de-madera.com
Debirli http://www.debirli.com
Decibelio Comunicaciones, S.L. http://www.decibelio.net
Decoideas http://www.camaracaceres.es/empresas/521/frame_b
Dehesa de Santa María Franquicias, S.L. http://www.dehesasantamaria.com
Dehesa Deleitosa http://www.dehesadeleitosa.com
Dehesa El Carrascal http://www.camaracaceres.es/empresas/1243
Dehesa Peña Horcada http://www.alexur.net/Casa-rural/penahorcada.html
Delicatessen Extremadura http://www.delicatessendeextremadura.com
Depaex http://www.depaex.es
Deportes Garcia Hierro, S.A. http://www.deportesgarciahierro.com
Deportes Hexágono http://www.deporteshexágono.com
Deportes Miajada http://http://www.camaracaceres.es/empresas/743
Derek Telecom, S.L. http://www.derelextelecom.com
Destilería Espino http://www.destileriasespino.com
Destilería Espronceda http://www.juntaex.es/consejerias/eic/et/calidad/espronc.html
Destilerías Espronceda, S.L. http://www.destileriasespronceda.com
Deutz diter, S.A. http://www.deutzditer.es
Deveras - estampaciones artesanas http://www.fdg.es/usr/deveras
Diagnostico San Miguel, S.L. http://www.clinicassanmiguel.com
Diamante Joyeros, S.L. http://www.diamantejoyeros.com
Diaz Saco Brokers Correduría de Seguros, S.A. http://www.disbrok.com
Diego López Ramiro http://www.terra.es/personal/petorra/mediador
Diego Pozo e Hijos, S.L. http://www.ajosdiegopozo.com
Diexfarma, S.L. http://www.diexfarma.com
Diextriven, S.L.I. http://www.diextriven.com
Digital Repro Copiadoras, S.L. http://www.digital-repro.net
Digital Vayavalla, S.L. http://www.vayavalla.com
Diluma http://www.diluma.com
Disanfrio, S.L. http://www.disanfrio.com
Disco Pub Epsilon http://epsilon.www2.50mgs.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Discoteca El Gallo http://www.discotecaelgallo.net
Diseno y Técnicas Graficas de Extremadura Tecnigraf S.A. http://www.tecnigraf.com
Diseños Decobin, S.L. http://www.decobin.com
Disenos y Construcciones de Extremadura, S.L. http://www.dycex.com
Dismacen, S.L. http://www.dismacen.es
Disparex http://www.disparex.com
Distribucion de mercancías especiales, S.A. http://www.dimersanissan.com
Distribucion Gasoleos Garcia Camacho, S.L. http://www.garciacamacho.net
Distribucion y Comercializacion de Gas Extremadura Dicogexsa S.A. http://www.dcgasextremadura.es
Distribuciones Alimenticias Vallesol, S.L. http://www.distribucionesvallesol.com
Distribuciones Gil http://www.fortunecity.es/metal/financiera/509/paco.htm#
Distribuciones Mena http://www.geocities.com/distribucionesmena
Distribuidora Extremena de Materiales, S.L. http://www.dexmasl.com
Distribuidora Extremeña de Publicaciones, S.L. http://www.distriex.com
Distributel, S.L. http://www.distributelsl.com
Districheli, S.L. http://www.districheli.com
Divende http://www.divende.com
Dj Foto http://www.djfoto.com
Doble M Fachadas, S.L. http://www.doblemfachadas.com
Docu Card Extremadura, S.L. http://www.grupodocu.com
Dolores Morenas, S.L. http://www.doloresmorenas.com
Don 4 http://www.camaracaceres.es/empresas/301/frame_b.html
Drauvil Europea, S.L. http://www.drauvileuropea.com
Driver Limousine, S.L. http://www.driverlimousine.com
Dulypan, S.L. http://www.dulypan.com
Duran Naranjo, S.L. http://www.durannaranjo.com
E.T.M., S.L. http://Www.Etm-Ingenieria.Com
Easy Vending, S.L. http://www.easy-vending.com
Ecetec http://www.ecetec.com
Eco Badajoz, S.A. http://www.ecobadajoz.com
Eco Caceres, S.A. http://www.segesa.es
Ecoficus http://www.ecoficus.com
Ecolimpieza Extremadura, S.L. http://www.ecolimpieza.es
Ecultura Net, S.A. http://www.e-cultura.net
Edificacion y Urbanismo Extremadura, S.L. http://www.akex.es
Edificaciones Villanueva del Fresno, S.L. http://www.edificacionesvillanueva.es
Editex Ingenieros, S.L. http://www.editexingenieros.com
Editorial Extremadura, S.A. http://www.elperiodicoextremadura.com
Eduardo Pablo Mateos http://www.camaracaceres.es/empresas/232
Educatec http://www.educatec.com
Eicom Publicidad http://www.geocities.com/eicompublicidad
El Alcaudón http://www.sinix.net/paginas/alcaudon
El Arroyano http://www.elarroyano.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

El Balcon de La Vera, S.L.	http://www.elbalcondelavera.com/situacion.php
El Batan	http://www.elbatan.com
El Brocense	http://www.camaracaceres.es/empresas/681/index
El Calambuco	http://www.elcalambuco.com
El Campito	http://www.elcampito.arrakis.es
El Cortijo de Miajadas, S.L.	http://www.elcortijohr.es
El Coto de Galan, S.A.	http://www.elcotodegalan.es
El Desván	http://modaeldesvan.www2.50megs.com
El Fogon Castuo, S.L.	http://www.elfogoncastuo.com
El Hiper del Campo, S.L.	http://www.elhiperdelcampo.com
El Jardín del Convento	http://www.eljardindelconvento.com
El Puchero de San Polo, S.L.	http://www.elpucherodesanpolo.com
El Rey de La Vera	http://www.delavera.com
El Sotanillo	http://www.elsotanillo.com
El Tejar de Matazorras	http://alexur.net7senderos/numero7/el_tejar
El Tintero	http://www.el-tintero.com
El Tiro Pichón	http://www.tirodepichonmerida.com/
El Vaqueril	http://www.alexur.net/senderos/numero1/el_vaqueril
El Vivero Motor, S.L.	http://www.grupochito.com
Elagon	http://www.camaracaceres.es/empresas/097/frame_b
Electricidad Antonio Valentin, S.L.	http://www.electricidadvalentin.com
Electricos Vazquez, S.L.	http://www.electricosvazquez.com
Electrocome	http://www.electrocome.com
Electrocomer, S.L.	http://www.electrocomer.es
Electrofil Oeste Distribucion, S.L.	http://www.electrofilbadajoz.com
Electrofrio Albalat, S.L.	http://www.electrofrioalbalat.com
Electroiluminacion Miralles e Hijo, S.L.	http://www.mirallessl.es
Electromecanica Vazquez, S.L.	http://www.electromecanicavazquez.com
Electromovil Hermanos Martin	http://www.camaracaceres.es/empresas/1090
electrónica Bote	http://www.electronicabote.com
Electrónica Naranjo	http://www.electronicanaranjo.com
Elexsanz, S.L.	http://www.elexsanz.com
Embutidos Farcedo	http://www.arrakis.es/~farcedo
Embutidos Farcedo, S.L.	http://www.farcedo.com
Embutidos Hidalgo, S.L.	http://www.embutidoshidalgo.com
Embutidos Jamones Eduardo Nieto Larra, S.L.	http://www.eduardonieto.es
Embutidos Morato, S.L.	http://www.embutidosmorato.com
Embutidos y Jamones Sierra de las Villuercas, S.L.	http://www.sierradelasvilluercas.com
Embutidos y Salazones Sierra Oeste De Extremadura, S.A.	http://www.websierraoeste.com
Emesan	http://www.emesan.com
Emilio Gonzalez Zamora, S.L.	http://www.egzingenieros.com
Emisan	http://www.emisan.com
Emiz, S.L.	http://www.emiz.es

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Empresas de Servicios gb http://www.serviciosgb.com					
Empresas Frade http://www.lanzadera.com/empresasfrade					
Encinar de Cabezón http://www.camaracaceres.es/empresas/1485index.html					
Encofrados Brocense http://www.camaracaceres.es/empresas/1241/index.htm					
Enex http://www.camaracaceres.es/empresas/145/frame_b					
Enprolim, S.L. http://www.inquiba.com					
Entalpia http://www.entalpia.com					
Entornos Urbanos Europeos, S.L. http://www.enureuropa.net					
Envaplus http://www.geocities.com/envaplus					
Envases Extremadura http://www.itenewebs.com/envaex2					
Eopexsa http://www.bme.es/eopexsa					
Equipamientos en Madera, S.L. http://www.arteba.es					
Equipos Ganaderos Dopa, S.L. http://www.egdopa.com					
Escudero Venta y Distribucion, S.L. http://www.escuderovd.com					
Escuela de Restauración de Badajoz http://www.erbadaoz.com					
Escuela de Teatro y Danza Extremeña http://www.cedrama.com/olivenza/resumen_					
Espahisa http://www.ctv.es/users/espahisa					
Especialistas en Aislamientos, S.L. http://www.tabicoex.com					
Especias del Sol, S.L.I. http://www.especiassol.com					
Espectaculos Amando http://www.espectaculosamando.com					
Espiritu del Vino, S.L. http://www.laparra.es					
Espor Taponera, S.L. http://www.esportaponera.com					
Estacion de Servicio La Sirena, S.L. http://www.cepsa.com					
Estanislao Martin http://www.lanzadera.com/tani					
Estar Jerte, S.L. http://www.donbellota.com					
Estetisa, S.L. http://www.guinot.com					
Estructuras Tartesos, S.A. http://www.grupoprainsa.com					
Estudi	jurídico	Juan	Ramón	Corvillo	Abogado
http://www.arrobaes.com/corvilloabogados					
estudio de Ingeniería Alfonso Galán http://www.terra.es/personal//c62621/canat.htm					
Estudio de Ingeniería I 1, S.L. http://www.l1ingenieros.com					
Estudio	jurídico	Juan	Ramón	Corvillo	Abogado
http://www.arrobaes.com/cordovillaabogados					
Estudios 3d http://www.estudio3d.com					
Estudios Tecnicos y Medios De Ingeniería, S.L. http://www.etm-ingenieria.com					
Etiquetas Extremadura, S.L. http://www.etiex.com					
Eugenio Barragan, S.A. http://www.ebarragan.com					
Eumeo Porquero de Dioses, S.L. http://www.eumeo.com					
Euro Informática http://www.euroinformaticanet.com					
Eurocom http://www.eurocomsl.com					
Eurolimpiezas Pacenses, S.L. http://www.eurolimpiezaspacenses.com					
Euromaquinas Coria, S.L. http://www.euromaquinascoria.com					
Euromedia Publicidad http://www.euromedia-comunicacion.es					
Euromiel, S.C.L. 2 grado http://www.euromiel.net					

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Eurotapon Nunez, S.L. http://www.eurotapon-nunez.com
Eurotarjeta http://www.eurotarjeta.es
Eurotecnicos http://www.camaracaceres.es/empresas/523/frame_b
Eurovideo Extremadura, S.L. http://www.eurovideo.es
Exaco y Dopex, S.A. Http://www.exacoydopex.es/
Exagal, S.L. http://www.exagal.com
Excavaciones Andrés Hurtado Http://Www.Camaracaceres.Es/Empresas/036/Index
Excavaciones Andres Hurtado, S.L. http://www.excavacioneshurtado.com
Excavaciones Justo Duque, S.L. http://www.excavacionesjustoduque.es
Excavaciones Suarez http://excavaciones.cjb.net
Excelsior Extremadura, S.L. http://www.ascensores-excelsior.com
Exclusivas Juan Antonio http://www.juanantonio.com/
Exland Informaticos, S.L. http://www.beep.es
Exoliva, S.A. http://www.exoliva.com
Expansion Turistica de Extremadura, S.A. http://www.extremadurahotel.com
Explotaciones Agrarias Campo La Parra, S.L. http://www.segedana.com
Explotaciones Ganaderas El Cruce, S.L. http://www.granjaelcruce.com
Explotaciones Ganaderas Galan, S.L. http://www.elcotodegalan.es
Expomotor Comercio y Servicios de Vehiculos, S.L. Http://expomotorsl.com/
Exportoliva http://www.exportoliva.com
Extela http://www.extela.com
Extela http://www.extela.com
Extintores Fegaex, S.L. http://www.extintoresfegaex.com
Extintores Provisseg, S.L. http://www.praviseg.com
Extrekar, S.L. http://www.peugeot.es
Extredaf, S.A. http://www.daf.es
Extremadura 2000 Aguas http://www.arrakis.es/~extremadura2000/aguas
Extremadura 2000 de Estructuras, S.A. http://www.extremadura2000.com
Extremadura Construcciones Nicolas, S.A. http://www.econisa.com
Extremadura de Acero Inoxidable, S.L.I. Http://extreinox.aclumex.com
Extremadura Rústica http://www.extremadurarustica.com
Extremadura Wireless http://www.extremadurawireless.es
Extremalimp http://www.camaracaceres.es/empresas/418/index.html
Extremanet Consultores http://www.extremanet.com
Extremedios Localizaciones, S.L. http://www.extremedios.com
Extremena de Arroces, S.C. http://www.extrarroz.com
Extremena de Esmaltes y Barnices, S.L. Http://www.barniex.es/
Extremena de Perfilados de Aluminio, S.L. http://www.alumasa.com
Extremena de Sonorizacion, S.L. http://www.exson.es
Extremenos Ingenieros, S.A. http://www.exinga.es
Extremeña del Baño, S.L. http://www.exbano.com
Extremeña Gimnasia, s.c.l. http://www.extremenagimnasia.com
Extrenet http://extrenetcons.com
Extrenet Consulting, S.L. http://www.extrenet.info

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Extreobras, S.L. http://www.extrebras.com
Extrevalor http://www.extrevalor.com
F. Naranjo http://www.camaracaceres.es/empresas/950/index.html
Fabrica de Embutidos Emilio Diaz Blanco http://jamoneseamilio.com
Fabrica de Embutidos Jierrito http://www.geocities.com/southbeach/boardwalk/5283
Fabrica de Informacion y Telecomunicaciones De Extremadura S.A. http://www.fitex.net
Fabrica de Muebles Rincon, S.L. http://www.rinconempresas.net
Fabricacion de Aluminio y Cristaleria loma, S.L. http://www.loma.es
Fabricaciones Vignolles, S.L. http://www.fabricacionesvignolles.es
Faica http://www.faica.com
Falero y Lain Ingenieros, S.L.p. http://www.flingenieros.com
Fam S.L. http://www.famsl.com
Fam S.L. http://www.famsl.com
Farcosa, S.L. http://www.farcosa.com
Farmacia de La Concepción http://www.farmaciadelaconcepcion.com
Fejidosa, S.L. http://www.fejidosa.com
Fercor de Villar, S.L. http://www.fercordevillar.com
Fergo http://www.extremaduranegocios.com/fergo
Feria de Muestras http://www.geocities.com/aetalarrubias
Feria del Queso http://feriadelqueso.com
Fermoto http://www.fermoto.com
Fernández de Arévalo Procuradores http://www.arayal.es
Fernando Romero http://www.fernandoromero.net
Ferrallas y Estructuras Almendralejo, S.L. http://www.ferrallasalmendralejo.es
Ferreteria Cancho, S.L. http://www.ferreteriacancho.com
Ferreteria Jimenez Riegos http://www.camaracaceres.es/empresas/1190/index
Ferreteria La Encina, S.A.I. http://www.ferreterialaencina.com
Ferreteria Morcillo, S.L. http://www.ferreteriamorcillo.com
Ferreteria Olivera http://www.camaracaceres.es/empresas/947
Ferreteria Santo Domingo http://www.ferreteriasantodomingo.com
Ferrodex Taurina http://www.ferrodex.com
Fertiex, S.L. http://www.fertiex.net
Fidel Mora, S.A. http://www.fidelmora.com
Fiesta Chiviri http://www.chiviri.com
Fiesta de Interés Turístico Regional http://www.laencamisa.com
Figueroa 2 http://www.bme.es/figueroa
Filin Nayter, S.L. http://www.filinnayter.com
Finalima, S.A. http://www.finalima.com
Finca el Cabezo http://www.elcabezo.com
Finca Santa Marta http://www.fincasantamarta.com
Fincas MG http://www.fincasmg.com
FinCasa & Fincaex Agentes de La propiedad y Abogados S.L. http://www.comprarCasa.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Florentino Borrega Raposo, S.L.	http://www.naturalcork.net
Flores Cortes Don Benito, S.L.	http://www.florescortes.com
Floristeria Guadalupe	http://www.lasguias.com/guadalupe
Florline	http://www.florline.es
Flyp Software, S.L.	http://www.iflyp.com
Fomento de Emprendedores Extremenos, S.A.	http://www.fomentoemprendedores.com
Fomento de La Industria del Turismo Ocio y Tiempo Libre S.A.	http://www.turiex.com
Fomento de La Iniciativa Joven, S.A.	http://www.iniciativajoven.org
Fomento de Tecnicas Extremenas, S.L.	http://www.fotex.es
Fomento Exterior de Extremadura, S.A.	http://www.extremaduraeuropa.org
Fomento Extremeno de Infraestructuras Industriales, S.A.	http://www.feisa.sofiex.es
Fomento Extremeno de Mercado Exterior, S.A.	http://www.fomentomercados.com
Fomento y Medio Ambiente de Extremadura, S.A.	http://www.fomexsa.com
Fonda de San Juan	http://www.camaracaceres.es/empresas/722/index
Fontanería Llanos	http://www.camaracaceres.com/empresas/431/frame_b.html
Fonalex, S.L.	http://www.fonalex.com
Fonybric	http://www.sanroque.org/hojas/empresas/manceñido
Forja artística J.Mª Díaz	http://www.camaracaceres.es/empresas/1242/index.html
Forjados Reco, S.L.	http://www.forjadosreco.com
Forjados y Materiales Forma, S.A.	http://www.formasa.es
Forma 3d	http://www.forma3d.com
Formación Multimedia Interactiva	http://www.multimediafmi.com
Formación y Desarrollo de Gredos	http://www.fdg.es/
Formática	http://www.formatica.net
Formuladores Agroquimicos Extremenos, S.A.I.	http://www.faesal.com
Foti Map	http://www.lasguias.com/fotimap
Foto Extremadura	http://www.fotoextremadura.com
Foto Gonzalez, S.L.	http://www.fotogonzalez.com
Foto Iglesias	http://personal3.iddeo.es/fotoiglesias
Foto Miguel Angel	http://www.fotomiguelangel.net
Fotoextrem	http://www.fotoextrem.com
Fotografia Regidor	http://personal.iddeo.es/fotoregidor
Fotogramex	http://www.fotogramex.com
Fraema	http://www.fraema.com
Francisco Pedraja	http://fresno.pntic.mec.es/~jalfar1/apec/artistashtm/pedraja
Franco Electricidad y Maquinaria, S.L.	http://www.fraema.com
Franco Sanchez, S.L.	http://www.francosanchez.com
Frenos Badajoz, S.L.	http://www.frenosbadajoz.com
Frescon Pla, S.L.	http://www.fresconpla.com
Fricoper, S.L.	http://www.fricoper.com
Frigoríficos Diaz, S.A.	http://www.fridisa.com
Frimer	http://www.frimer.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Frimer http://www.frimer.es
Frio La Serena, S.L. http://www.friolaserena.es
Frio merida, S.L. http://www.frimer.es
Frio y Calor Perera, S.L. http://www.fricalpe.com
Frioex http://www.camaracaceres.es/empresas/004/frame_b
Frioex, S.L. http://www.frioex.com
Frubosque http://www.frubosque.com
Fruits Valenti, S.L. http://www.fruitsvalenti.com
Frumaex, S.L. http://www.frumaex.net
Frutas Biomova, S.L. http://www.frutasbiomova.com
Frutas Ecologicas Mova http://inicia.es/de/frutasmova
Frutas y Hortalizas Jeb, S.L. http://www.frutasyhortalizasjeb.com
Fruticola Castelnuovo, S.L. http://www.frutastany.com
Frutos Caval, s.c.l. http://www.frutoscaval.es
Fruvaygo, S.L. http://www.fruvaygo.com
Fuente de Cantos Motor, S.A. http://www.fcmotor.com
Fuentes de La Calle, S.L. http://www.fuentesdelacalle.com
Fuentes de León http://www.fuentesdeleon.net
Fundiciones Especiales Zafra, S.A.l. http://www.fezsas.es
Fundiciones Roma, S.L. http://www.fundicionesroma.com
Futur Zafra, S.L. http://www.zafralasalayas.com
G y g Opticos, S.L. http://www.gygopticos.es
G.e.m. De Gestion, Servicios y Logistica del Transporte S.L. http://www.grupomagenta.com
Gabinete Jurídico Josefa Díaz Platero http://www.diaz-platero.com
Gabinete Tecnico Pericial Galan y Galan, S.L. http://www.gtpgalan.com
Gabriel Mostazo http://www.gabrielmostazo.com
Gae Informatica, S.A. http://www.gaeinformatica.com
Galería María Llanos http://www.galeriamariallanos.com
Galfex Asesores, S.L. http://www.asocce.com/galfex/
Galfex Consultores, S.A. http://www.galfex.com
Galindo Farmacia, S.A. http://www.galifarma.com
Gallego y Ruiz Asesores, S.L. http://www.ceconsulting.es
Galpe Seacaex, S.L. http://www.galpesecaex.com
Galper Servicios Informaticos, S.L. http://www.galper.com
Gamaphone http://www.plasenciaweb.com/gamaphone
Gameroil http://www.gameroil.com
Ganaderia Charolesa Eladio Galin http://www.lapagina.de/eladiogalindo
Ganaderia de Luis Mateos http://www.arrakis.es/~lfmateos/
Ganaderos del Culebrin, S.L. http://www.elculebrin.com
Garber e Hijos, S.L. http://www.garberhijos.com
Garcia Borrero http://www.garciaborrero.com
Garcia Gallardo Promotora de Viviendas, S.L. http://www.garciagallardo.es
Garcia Macias Asesores http://garciamatias.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

García Márquez Inmobiliaria	http://egarciamarquez.com	
Garcia y Marquez Servicios Inmobiliarios, S.A.	http://www.egarciamarquez.com	
Garganta de los Infiernos	http://www.gargantadelosinfiernos.com	
Gas Extremadura	http://www.dgcasextremadura.es	
Gat Fertiliquidos	http://www.gatfertiliquidos.com	
Gaudex	http://www.gaudex.com	
Gaudex, S.L.p.	http://www.gaudex.com	
Gavesar Mobiliario	http://www.gallegosanchez.com	
Gefiscal Asesores, S.A.	http://www.gefiscal.es	
Gefiscal Hervas, S.L.	http://www.gefiscal.es	
Gefiscal Laboral, S.A.	http://www.gefiscal.es	
Gefiscal Plasencia, S.L.	http://www.gefiscal.es	
Gemp Comercial Electrica, S.A.	http://www.gempsal.com	
Genplast, S.L.	http://www.genplast.es	
Geografia Ingenieria y Servicios Iberica, S.L.	http://www.gisiberica.com	
Geriexsa Geriatricos Extremeños, S.A.	http://www.geriexsa.com	
Gesproemsa	http://www.gesproemsa.com	
Gestión de Inmuebles	http://www.gestiondeinmuebles.com	
Gestión	Empresarial	Clemente
	http://www.camaracaceres.es/empresas/667/index.html	
Gestión y Explotación de Servicios Públicos Extremeños	http://www.gespesa.es	
Gestores Informaticos Extremeños, S.A.	http://www.gestores-informaticos.com	
Gestoria Extremadura s xxi, S.L.	http://www.gefiscal.es	
Gestoria Marino, S.L.	http://www.asesoriamarino.com	
Geuplast	http://www.geuplast.es	
Gevara Construcciones, S.A.	http://www.gevara.es	
Gevara Duran	http://www.gevoraduran.com	
Gex Hipotecaria, S.A.	http://www.grupoisur.com	
Gexbrok Mediacion, S.L.	http://www.gefiscal.es	
Gimnastico Pacense, S.A.l.	http://www.gruporecord.net	
Gius	http://www.gius.es	
Golf Caceres, S.A.	http://www.partner-hotels.com	
Golf del Guadiana, S.A.	http://www.golfguadiana.com	
Gonzalez del Viejo, S.A.	http://www.gonzalezdelviejo.com	
Gonzalez Peraleda, S.A.	http://www.gopersa.com	
Gonzalez y Paz, S.L.	http://www.gonzalezypaz.com	
Goya Martín	http://www.htmlweb.net/book_personal/interfaces/goyamartin	
Grabasa	http://www.grabasa.com	
Grae	http://www.piedra.com	
Grafos	http://www.grafos-es.com	
Gragera Industrial, S.A.	http://www.graginsa.com	
Graginsa Agricola, S.L.	http://www.graginsa.es	
Gran Café	http://www.camaracaceres.es/empresas/029/index	
Gran Sol Extremadura, S.L.	http://www.gransoldeextremadura.com	

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Granatta	http://www.granatta.com
Granigris	http://www.granigris.com
Granitos Bravo Fernandez, S.L.	http://www.granitoslahoja.com
Granitos de Badajoz, S.A.	http://www.grabasa.com
Granitos del Pozo, S.L.	http://www.granitosdelpozo.com
Granitos Deogracias, S.L.	http://www.granitosdeogracias.com
Granitos Diego Caceres e Hijos, S.L.	http://www.granitoscaceres.com
Granitos Gomez Caceres e Hijos, S.L.	http://www.granitosgomezcaceres.com
Granitos Gomez Rocha, S.L.	http://www.gomezrocha.es
Granitos Hermanos Davila Martin y Asociados, S.L.	http://www.granitosdavidamartin.com
Granitos Hermanos Orellana	http://www.granitosorellana.com
Granitos La Lagunilla, S.L.	http://www.granitoslagunilla.com
Granitos Negros Badajoz, S.L.	http://www.granitosnegrosbadajoz.com/
Granitos Prin Barquero, S.L.	http://www.granitosprimbarquero.com
Granitos Tena, S.L.	http://www.granitostena.com
Granjas Cantos Blancos Sur, S.L.	http://www.cantosblancos.com
Granygris, S.L.	http://www.granigris.com
Granymar, S.A.	http://www.granymar.net
Gredos Electrodomésticos	http://www.plasenciaweb.org/electrogredos
Gris Quintana	http://www.grisquintana.com
Gruas Cabrera y Transportes Especiales, S.L.	http://www.gruascabrera.com
Gruas Docu	http://www.camaracaceres.es/empresas/739/frame_b
Gruas Docu, S.L.	http://www.grupodocu.com
Grúas Eugenio	http://www.camaracaceres.es/empresas/095
Gruas Eugenio, S.L.	http://www.guaseugenio.com
Gruas Madrigal	http://www.guasmadrigal.com
Gruas Victoria, S.L.	http://www.gruasvictoria.net
Gruas Villanueva, S.L.	http://www.gruasvillanueva.com
Grupo 75	http://www.grupo75.com
Grupo Age	http://www.grupoage.com
Grupo Ateex	http://www.ateex.com
Grupo Bloke	http://www.grupobloke.com
Grupo Consulting Emerita	http://grupo-emerita.com
Grupo de Compras Portero, S.L.	http://www.grupoportero.com
Grupo Empresarial Magenta, S.A.	http://www.grupomagenta.com
Grupo Extremadura 2000	http://www.arrakis.es/~extremadura2000
Grupo Fraema	http://www.fraema.com
Grupo Herrera	http://www.herrera1.com
Grupo Industrial Alfonso Gallardo	http://www.grupoindustrialag.com
Grupo Macal Promocion y Exclusivas, S.L.	http://www.grupomacal.com
Grupo Red	http://www.grupored.com
Grupo Red	http://www.grupored.net
Grupo Ros	http://www.rosmultimedia.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Grupo Santano http://www.gruposantano.com
Grupo Tragsa http://tragsatec.es
Guerrero Madera, S.L. http://www.guerreromadera.com
Guillermo Alonso Leon, S.A. http://www.sanblas.cc
Hacienda de Cuacos http://www.haciendadecuaco.com
Hardlogin Servicio de Asistencia Tecnica, S.L. http://www.hardlogin.com
Heatcool Event, S.L. http://www.heatcool.es
Helados Menta y Limón http://www.camaracaceres.es/empresas/845/index.html
Helix Consultores http://www.helix-consultores.com
Hergonsa, S.A. http://www.hergonsa.com
Herguez Caceres, S.L. http://www.herguez.com
Herlusa, S.L. http://www.elarroyano.com
Hermanas Carrón http://www.camaracaceres.es/empresas/112/frame_b.html
Hermanos Fierro http://www.hermanosfierro.es
Hermanos Fierro Poliester y Maquinaria, S.L. http://www.hermanosfierro.com
Hermanos Garcia Hermoso, S.A.I. http://www.garciahermoso.com
Hermanos Hernandez Aliseda, S.L. http://www.trefileriasalisedasl.com
Hermanos Juan Lopez, S.A. http://www.ijuanlopez.com
Hermanos Mota http://personales.jet.es/tamurejo/
Hermanos Rico Roncero http://www.camaracaceres.es/empresas/437/frame_b.html
Hermanos Rico Roncero http://www.camaracaceres.es/empresas/437/frame_b
Hermanos Vázquez Cantero http://www.hnosvazquez.net
Herrera 1, S.A. http://www.herrera1.com
Herrera Estructuras y Construcciones Industriales, S.A. http://www.herrera1.com
Hervás http://www.hervas.com
Hidalgo Barquero, S.L. http://www.hidalgoarquero.com
Hidesa y Roso, S.L. http://www.hidesayroso.com
Hidraulicos Badajoz, S.L. http://www.hidraulicosbadajoz.com
HidraVal http://www.camaracaceres.es/389/frame_b.html
hidraVal http://www.camaracaceres.es/empresas/389/frame_b
Hidromante, S.L. http://www.hidromante.es
Hierros Velasco y Camacho, S.L. http://www.industriasveca.net/velasco/
High Rustic Investments, S.L. http://www.Casa_scastillosymolinos.com
Higos y Derivados Extremeños http://www.valcorchero.com
Hijo de Francisco Gil Bote, S.L. http://www.pimentongilbote.com
Hijos de Jose Lucas, S.A. http://www.jolusa.com
Hijos de Manuel Cayuela, S.L. http://www.bigmatcayuela.com
Hijos de Pedro Parejo y Parejo, S.A. http://www.imprentaparejo.com
Hiper Tambo, S.L. http://www.hipertambo.com
Hiperobras de Extremadura, S.L. http://www.hiperobras.com
Hnos Bernáldez c.b. http://www.camaracaceres.es/empresas/591/frame_b
Hogar Merida, S.L. http://www.hogarmerida.com
Hogarmoda, S.L. http://www.hogarmoda.es
Hormi Impul, S.L. http://www.hormi-impul.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hormigones del Alagon, S.L.	http://www.hormigonesdelalagon.com
Hormigones del Guadiana, S.A.	http://www.hormigusa.com
Hormigones Extremeños, S.A.	http://www.hormiexsa.com
Hormigones los Rostros S.L.	http://www.capiexsa.com
Hormigones y Aridos Olleta, S.A.	http://www.olleta.com
Hormigones y Contenedores de La Jara 172, S.L.	http://www.jara172.com
Hormydesan	http://www.gruposantano.com/hormysan
Hospederia Convento de La Parra	http://www.charming-spain-hotels.com/es/50/extremadura/badajoz/hospederia-convento-de-La-parra
Hospederia El Convento, S.L.	http://www.hrelconvento.com
Hospedería Hurdes	http://www.extremaduraempresas.com/hospederias/hurdes
Hospederia La Serrana	http://www.alexur.net/hotel/La_serrana/
Hospedería Valle de Ambroz	http://http://www.hospederiavalledelambroz.com
Hospital Villanueva-Don Benito	http://hospital.freehomepage.com
Hostal Acueducto	http://www.alexur.net/hostal/acueducto_gran_ruta.html
Hostal Alba Turuta	http://www.alexur.net/hostal/alba_taruta.html
Hostal Argentina	http://www.alexur.net/hostal/argentina.html
Hostal Avenida	http://www.alexur.net/hostal/avenida.html
Hostal Cabezuela	http://www.alexur.net/hostal/cabezuela.html
Hostal California	http://www.alexur.net/hostal/california.html
Hostal Carmen	http://www.alexur.net/hostal/carmen.html
Hostal Castillo de Burguillo	http://www.alexur.net/hostal/castillo_burguillos.html
Hostal Cerezo	http://www.alexur.net/hostal/cerezo.html
Hostal Cerezo ii	http://www.alexur.net/hostal/cerezo_ii.html
Hostal Chiquete	http://www.alexur.net/hostal/chiquete.html
Hostal Complejo Piscina Municipal	http://www.alexur.net/hostal/complejo_piscina.html
Hostal Dacosta	http://www.alexur.net/hostal/dacosta.html
Hostal Delphos	http://www.alexur.net/hostal/delphos.html
Hostal Divino Morales	http://http://www.netocio.com/es/3021/cliente/hostal-divino-morales-arroyo-de-La-luz/
Hostal Dora	http://www.alexur.net/hostal/dora.html
Hostal El Brezo	http://www.camaracaceres.es/empresas/1067/index.html
Hostal El Camionero	http://www.alexur.net/hostal/el_camionero.html
Hostal El Caribe	http://www.alexur.net/hostal/el_caribe.html
Hostal El Encuentro	http://http://www.fdg.es/usr/el-encuentro
Hostal El Gallo	http://www.alexur.net/hostal/el_gallo.html
Hostal El Molino	http://www.alexur.net/hostal/el_molino.html
Hostal El Nogal de Castejada	http://www.alexur.net/hostal/el_nogal.html
Hostal El Pozo	http://www.alexur.net/hostal/el_pozo.html
Hostal El Volante	http://www.alexur.net/hostal/el_volante.html
Hostal Eloy	http://http://www.hostaleloy.com
Hostal Escala	http://www.alexur.net/hostal/escala.html
Hostal Estevez	http://www.alexur.net/hostal/estevez.html

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hostal Europa	http://www.alexur.net/hostal/europa.html
Hostal Extremadura	http://www.alexur.net/hostal/extremadura.html
Hostal Fayca	http://www.alexur.net/hostal/fayca.html
Hostal Fontvieja	http://www.alexur.net/hostal/fontvieja.html
Hostal Galicia	http://http://www.hostalgalicia.com
Hostal Goya	http://www.alexur.net/hostal/goya.html
Hostal Hernan Cortés	http://www.alexur.net/hostal/hernan_cortes.html
Hostal Hostal El Vadillo	http://www.alexur.net/hostal/el_vadillo.html
Hostal Hostal Puerta del Sol	http://www.alexur.net/hostal/puerta_sol.html
Hostal Hosteria La Boheme	http://http://www.hosterialaboheme.com
Hostal Isabel	http://www.alexur.net/hostal/isabel.html
Hostal Jimenez	http://www.hostaljimenez.com
Hostal Junco Fresco	http://www.alexur.net/hostal/junco_fresco.html
Hostal Kilometro 4	http://www.alexur.net/hostal/kilometro_40.html
Hostal La Alameda Plaza Mayor	http://www.alexur.net/hostal/alameda.html
Hostal La Bamba	http://www.alexur.net/hostal/La_bamba.html
Hostal La Cadena	http://www.camaracaceres.es/empresas/992/index.html
Hostal La Despensa de Extremadura	http://www.alexur.net/hostal/despensa_extremadura.html
Hostal La Estación	http://www.alexur.net/hostal/La_estacion.html
Hostal La Estrella ii	http://www.alexur.net/hostal/La_estrellaii.html
Hostal La Glorieta	http://www.alexur.net/hostal/La_glorieta.html
Hostal La Moheda	http://www.alexur.net/hostal/La_moheda.html
Hostal La Muralla	http://www.alexur.net/hostal/La_muralla.html
Hostal La Perla	http://www.alexur.net/hostal/La_perla.html
Hostal La Posada	http://www.laposadadepizarro.com
Hostal La Posada de Pizarro	http://www.alexur.net/hostal/La_posadadepizarro.html
Hostal La Rosa	http://www.alexur.net/hostal/La_rosa.html
Hostal La Vaguada	http://www.alexur.net/hostal/La_vaguada.html
Hostal La Venta	http://www.alexur.net/hostal/La_venta.html
Hostal La Vera	http://www.alexur.net/hostal/La_vera.html
Hostal Labrador	http://www.alexur.net/hostal/el_labrador.html
Hostal Las Encinas	http://www.alexur.net/hostal/las_encinas.html
Hostal Las Minas	http://www.alexur.net/hostal/las_minas.html
Hostal Las Palmeras	http://www.alexur.net/hostal/las_palmeras.html
Hostal León	http://www.alexur.net/hostal/leon.html
Hostal Lope	http://www.alexur.net/hostal/carvajal.html
Hostal Los Abetos	http://www.alexur.net/hostal/los_abetos.html
Hostal Los Angeles	http://www.alexur.net/hostal/los_angeles.html
Hostal Los Balcones	http://www.alexur.net/hostal/los_balcones.html
Hostal Los Cotos	http://www.alexur.net/hostal/los_cotos.html
Hostal Los Milagros	http://www.alexur.net/hostal/los_milagros.html
Hostal Los Pinos	http://www.alexur.net/hostal/los_pinos.html
Hostal Los Porros	http://www.alexur.net/hostal/los_porros.html

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hostal Los Rosales	http://www.alexur.net/hostal/los_rosales.html	
Hostal Los Rosales	http://www.alexur.net/hostal/rosales.html	
Hostal Los Sauces	http://www.alexur.net/hostal/sauces.html	
Hostal Lujuan	http://www.alexur.net/hostal/lujuan.html	
Hostal Magasa	http://www.alexur.net/hostal/magasca.html	
Hostal Malaga	http://www.alexur.net/hostal/malaga.html	
Hostal Marbella	http://www.alexur.net/hostal/marbella.html	
Hostal Mariam	http://www.alexur.net/hostal/marian.html	
Hostal Marlohi	http://www.alexur.net/hostal/marlohi.html	
Hostal Martin	http://www.alexur.net/hostal/martin.html	
Hostal Martina	http://http://www.hostalmartina.8m.com	
Hostal Mayca	http://www.alexur.net/hostal/mayca.html	
Hostal Medina	http://www.alexur.net/hostal/medina.html	
Hostal Mirabel	http://www.alexur.net/hostal/mirabel.html	
Hostal Montesol	http://geocities.com/hostalmontesol	
Hostal Montesol	http://www.alexur.net/hostal/montesol.html	
Hostal Montesol	http://www.alexur.net/hostal/montesol_coria.html	
Hostal Nairobi	http://www.alexur.net/hostal/nairobi.html	
Hostal Noga	http://www.alexur.net/hostal/noga.html	
Hostal Nuria	http://www.bme.es/emprendedores/catalogo/cat56.html	
Hostal O'soitu	http://www.alexur.net/hostal/osoitu.html	
Hostal Plaza Italia	http://www.alexur.net/hostal/plaza_italia.html	
Hostal Polky	http://www.alexur.net/hostal/polky.html	
Hostal Princesa	http://www.alexur.net/hostal/princesa.html	
Hostal Puerto de Tornavacas	http://www.alexur.net/hostal/puerto_tornavacas.html	
Hostal Queen Victoria	http://www.alexur.net/hostal/queen_victoria.html	
Hostal Real	http://www.plasenciaweb.com/hostalreal/default.htm	
Hostal	Residencia	Almonte
	http://www.camaracaceres.es/empresas/101/frame_b.html	
Hostal Restaurante El Encuentro	http://www.fdg.es/usr/el-encuentro	
Hostal Restaurante Socaire	http://www.camaracaceres.es/empresas/450/index.html	
Hostal Richarson	http://www.alexur.net/hostal/richardson.html	
Hostal Riomalo	http://www.alexur.net/hostal/riomalo.html	
Hostal Roma	http://www.alexur.net/hostal/roma.html	
Hostal Roma II	http://www.alexur.net/hostal/romaii.html	
Hostal Romano	http://www.alexur.net/hostal/romano.html	
Hostal Rural las Ardas	http://www.bme.es/emprendedores/catalogo/cat56.html	
Hostal Simón	http://www.alexur.net/hostal/simon.html	
Hostal Sinagoga	http://www.alexur.net/hostal/sinagoga.html	
Hostal Sur 35	http://www.alexur.net/hostal/sur_35.html	
Hostal Taruta	http://www.alexur.net/hostal/taruta.html	
Hostal Típico Montero	http://www.camaracaceres.es/empresas/992/index.html	
Hostal Trujillo	http://http://www.hostaltrujillo.com	
Hostal Velasco	http://www.alexur.net/hostal/velasco.html	

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hostal Victoria	http://www.alexur.net/hostal/victoria_lavera.html	
Hosteleria El Emigrante, S.A.I.	http://www.hotelelemigrante.com	
Hosuni, S.L.	http://www.hosuni.com	
Hotel Alcaudon	http://www.alcaudon.net	
Hotel Alfonso IX	http://http://www.alexur.net/hotel/alfonsoix	
Hotel Alfonso VIII	http://www.alfonsoviii.com	
Hotel Aljama	http://www.alexur.net/hotel/aljama.html	
Hotel Alonso de Monroy	http://www.alexur.net/hotel/monroy/	
Hotel Alpemar	http://www.alexur.net/hotel/alpemar.html	
Hotel Ara	http://www.alexur.net/hotel/ara/	
Hotel Arenales	http://http://www.hotelarenales.com	
Hotel Avenida	http://www.alexur.net/hostal/avenida.html	
Hotel Azar	http://www.hotelazar.com	
Hotel Badajoz Center, S.L.	http://www.hotelescenter.es	
Hotel	Barceló	Zurbarán
	http://www.turismoextremadura.com/espanol/congresos/4congres3.htm	
Hotel Barón del Pozo	http://www.alexur.net/hotel/baron_del_pozo.html	
Hotel Brasilia	http://www.alexur.net/hotel/brasilvia.html	
Hotel Canada Real, S.A.	http://www.hotelcreal.es	
Hotel Cervantes	http://http://www.hotelcervantes.com	
Hotel Cervantes	http://www.alexur.net/hotel/cervantes/	
Hotel Chacara	http://www.alexur.net/hotel/chacara.html	
Hotel Confortel	http://http://www.confortelhoteles.com	
Hotel Coto Serena	http://www.paralelo40.net/cotoserena/	
Hotel Cristina	http://www.alexur.net/hotel/cristina/	
Hotel Cruce Herrerías	http://www.alexur.net/hotel/cruce_herrerias.html	
Hotel Diana	http://hoteldianavillavillafranca.com	
Hotel Don Juan	http://www.alexur.net/hotel/don_juan.html	
Hotel Don Quijote	http://www.alexur.net/hotel/don_quijote/	
Hotel Dulcinea	http://www.alexur.net/hotel/dulcinea/	
Hotel El Ancla	http://www.alexur.net/hotel/el_ancla/	
Hotel El Clavo	http://www.alexur.net/hotel/el_clavo.html	
Hotel El Cortijo	http://www.alexur.net/hotel/el_cortijo.html	
Hotel El Coto	http://www.hotelescoto.com	
Hotel El Paraiso	http://www.alexur.net/hotel/el_paraiso.html	
Hotel El Puente	http://www.alexur.net/hotel/el_puente.html	
Hotel El Torreón	http://www.alexur.net/hotel/el_torreon.html	
Hotel España	http://www.alexur.net/hotel/espana/	
Hotel Espronceda	http://www.alexur.net/hotel/espronceda/	
Hotel Extremadura	http://http://www.extremadurahotel.com	
Hotel Extremadura	http://comercios.upcaceres.es/hosteleria/hextremadura.html	
Hotel Faica	http://www.faica.com	
Hotel Fregenal	http://www.alexur.net/hotel/fregenal.html	
Hotel Heredero	http://www.hotelheredero.net/	
Hotel Heredero, S.L.	http://www.hotelheredero.net	

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hotel Hispanidad http://www.alexur.net/hotel/hispanidad.html
Hotel Huerta Honda http://http://www.hotelhuertahonda
Hotel Iberia cc, S.L. http://www.iberiahotel.com
Hotel Ibérica http://www.alexur.net/hotel/iberica.html
Hotel Jaranda http://http://www.hoteljaranda.com
Hotel Jarilla http://www.alexur.net/hotel/jarilla.html
Hotel Jefe http://www.alexur.net/hotel/jefe.html
Hotel La Codorniz http://www.alexur.net/hotel/La_codorniz.html
Hotel La Fabrica, S.A. http://www.hrlafabrica.com
Hotel La Palmera http://www.alexur.net/hotel/La_palmera.html
Hotel La Torre http://www.alexur.net/hotel/La_torre.html
Hotel Las Alcabalas http://http://www.alexur.net/hotel/lasalcabalas
Hotel Las Cigüeñas http://www.hotellasciguenas.com
Hotel Las Eras, S.L. http://www.hotellaseras.com
Hotel Las Glorietas http://www.alexur.net/hotel/las_glorias.html
Hotel Las Lomas http://http://www.hotellaslomas.com
Hotel Las Noritas http://www.alexur.net/hotel/las_noritas.html
Hotel Las Palmeras http://www.alexur.net/hotel/las_palmeras/
Hotel Laurel http://www.camaracaceres.es/empresas/1168/index.html
Hotel Leo http://www.alexur.net/hotel/leo.html
Hotel Los Alamos http://www.alexur.net/hotel/los_amos.html
Hotel Los Amigos del Perú http://www.alexur.net/hotel/amigos_peru.html
Hotel Los Angeles http://www.alexur.net/hotel/los_angeles/
Hotel Los Naranjos http://www.alexur.net/hotel/los_naranjos/
Hotel Los Templarios http://www.alexur.net/hotel/los_templarios/
Hotel Lusitania http://www.alexur.net/hotel/lusitania/
Hotel Machaco http://http://www.alexur.net/hotel/machaco.html
Hotel Melia http://www.alexur.net/hotel/melia_caceres/
Hotel Metropol http://www.alexur.net/hotel/metropol/
Hotel Mirador de Azuaga http://www.miradordeazuaga.com
Hotel Miriam http://www.alexur.net/hotel/miriam.html
Hotel Miriam II http://www.alexur.net/hotel/miriamii.html
Hotel Moretón http://www.alexur.net/hotel/moregon.html
Hotel Moya http://www.alexur.net/hotel/moya.html
Hotel Moya http://www.alexur.net/hotel/moya_navalmoral.html
Hotel Nova Roma, S.L. http://www.novaroma.com
Hotel Oasis http://www.alexur.net/hotel/oasis.html
Hotel Ortiz http://www.alexur.net/hotel/ortiz.html
Hotel Pasarón http://217.127.158.230/pasaron
Hotel Pasarón http://www.alexur.net/hotel/pasaron.html
Hotel Pena Del Alba, S.L. http://www.pdelalba.com
Hotel Peña Cruz http://www.alexur.net/hotel/pena_cruz.html
Hotel Perú http://www.alexur.net/hotel/peru/
Hotel Plaza Del Alba http://http://www.pdelalba.com
Hotel Plaza Grande http://http://www.hotelplazagrande.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hotel Puerto de Monfragüe http://www.eatmadrid.com/puertademonfrague/
Hotel Real http://http://www.hotelreal.com
Hotel Restaurante las Glorias http://http://www.hotelrestaurantelasglorias.com
Hotel Rincón Extremeño http://www.alexur.net/hotel/rincon_extremeno/
Hotel Río http://http://www.alexur.net/hotelrio
Hotel Rocamador http://http://www.rocamador.com
Hotel Romero http://http://www.hotelromero.com
Hotel Ruiz http://www.alexur.net/hotel/ruiz.html
Hotel Rural Carlos I, S.L. http://www.hotelcarlosprimero.com
Hotel Rural Don Julio http://http://www.alexur.net/hotel-rural/donjulio
Hotel Rural El Turcal http://www.elturcal.com
Hotel Rural Los Postigos http://www.lospostigos.com
Hotel Rural Posada Mentiras http://www.tresmentiras.com
Hotel Rural Soterrana http://www.alexur.net/hotel/soterrana/index.html
Hotel Rural Soterraña http://www.alexur.net/hotel/soterrana/
Hotel Salon Ateneo http://http://www.salonateneo.com
Hotel Santa Marta http://www.alexur.net/hotel/santa_marta.html
Hotel Sheila http://www.alexur.net/hotel/sheila/
Hotel Trajano, S.L. http://www.hoteltrajano.es
Hotel Triana http://http://www.hotel triana.com
Hotel Trip Medea http://www.alexur.net/hotel/tryp_medea/
Hotel V Centenario http://http://www.alexur.net/hotel/barcelo_vcentenario
Hotel Vaniria http://http://www.alexur.net/hotel/vaniria.html
Hotel Vegas Altas http://http://www.hotelvegasaltas.com
Hotel Velada Merida http://www.alexur.net/hotel/velada_merida/
Hotel Velada Merida, S.L. http://www.veladahoteles.com
Hotel Vera http://www.alexur.net/hotel/vera.html
Hotel Veracruz http://www.alexur.net/hotel/veracruz.html
Hotel Vetonia Almendralejo, S.L. http://www.alexur.net/hotel/vetonia
Hotel Vetonia http://www.alexur.net/hotel/vetonia/
Hotel Vetonia http://www.alexur.net/hotel/vettonia/
Hotel Victoria http://www.alexur.net/hotel/peru/
Hotel Villa Xacahiz http://www.villazacahiz.com
Hotel Viña Las Torres http://www.vinalastorres.com
Hotel Zafra http://www.alexur.net/hotel/zafra/
Hotel Zafra, S.L. http://www.hotelzafra.com
Hotel Zeus http://www.alexur.net/hotel/zeus/
Hotel-Parador Medida http://http://www.alexur.net7hotel/paradormedina.html
Http://www.camaracaceres.es/empresas/890/frame_b
Http://www.eatmadrid.com/puertademonfrague
Http://www.torneados_delacruz.com/; torneados de La cruz http://www.torneados-a422delacruz.com)
Huerta Honda, S.A. http://www.hotelhuertahonda.com
Huevo Frito Producciones http://www.camaracaceres.es/empresas/650
Huso 29, S.L. http://www.husa29.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Hydra Gestion Tecnica Integral, S.L.I. http://www.hydragti.com
I Mas D´extremadura, S.L. http://www.imasdextremadura.com
Ibc Publicidad http://www.ibcpublicidad.com
Ibercaux http://www.ibercaux.es
Ibercom http://iberlonja.com
Ibergenetica Extremeña, s.c. http://www.acorex.es
Iberico Comercializacion, s.c.l. http://www.iberlonja.com
Iberico del Culebrin, S.L. http://www.elculebrin.com
Iberico Sierra de Azuaga, S.A. Http://www.ibericoazuaga.com/
Iberol http://iberolivenza.iespana.es
Iberolivenza, S.L. http://www.iberolivenza.iespana.es
Icaro Consultores http://www.camaracaceres.es/empresas/345/frame_b.html
Icsoft Informatica y Comunicaciones, S.L. http://www.icsoft.es
Id creación http://www.idcreaciongrafica.com
Idea don benito villanueva, S.L. http://www.ideaextremadura.es
Idea merida, S.A. http://www.ideamerida.com
Idex http://www.idexnet.com
I-iniciativa http://iniciativa.biz
Ilke Benson 2000 http://www.ilkebenson.com
Ilkebenson http://www.ilkebenson.com
Ilustre Colegio de Abogados de Badajoz http://www.icaba.es
Imagen y Producción http://www.camaracaceres.es/empresas/664/fotografia.html
Imex El Zorro, S.L. http://www.imexelzorro.com
Imperagua 2000, S.L. http://www.imperaguas.com
Imprenta Castro, S.L. http://www.imprentacastro.com
Imprenta García http://www.camaracaceres.es/empresas/1042/index
Imprenta Moreno, S.L. http://www.imprentamoreno.com
Imprenta Rivero, S.L. http://www.imprentarivero.com
In badajoz http://www.badajoz.com
Inatec Extremadura http://www.camaracaceres.es/empresas/685/index
Incado, S.L. http://www.indicadosl.com
Inco http://inco.nu
Inco Carnicas, S.L. http://www.inco.nu
Inco Industrial Hosteleria y Alimentacion, S.L. http://www.incoindustrial.com
Incoba http://www.incoba.com
Inconex http://www.extremaduranegocios.com/inconex
Inconex, S.L. http://www.inconex.net
Incormar http://www.camaracaceres.es/empresas/102/frame_b
Indalecio Corcho, S.A. http://www.indaleciocorchos.com
Indugrafic Artes Graficas, S.L. http://www.indugrafic.com
Industria Transformadora Extremena del Sur, S.L. http://www.intexur.com
Industria Velasco Cabrera, S.L. http://www.industriasveca.com
Industrial Extremena, S.A. http://www.inexsa.es
Industrial Extremeña http://www.camaracaceres.es/empresas/712/frame_b

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Industrial Extremeña	http://www.extremaduranegocios.com/industriaextremeña
Industrias Danalu, S.L.	http://www.industriasdanalu.galeon.com/industria
Industrias del Suroeste, S.A.	http://www.indesur.com
Industrias Mecanicas de Extremadura, S.A.	http://www.imedexsa.com
Industrias Quimicas de Badajoz, S.A.	http://www.inquiba.com
Industrias Tello Pintado, S.A.	http://www.tellopintado.com
Industrias Vinicolas del Oeste, S.A.	http://www.lardebarros.com
Industrias y Promociones Alimenticias, S.A.	http://www.inpralsa.es
Inedito	http://www.inedito.com
Inelsat Instalaciones Electricas y Satelites Sociedad Limitada.	http://www.inelsat.com
Inexcor Industria Corchera, S.L.	http://www.inexcor.com
Info@	http://www.infoarroba.com
Infoi	http://www.infoi.es
Inforhervas	http://www.inforhervas.com
Informatica Astron Multimedia, S.L.	http://www.astron.es
Informatica Intro	http://www.terra.es/personal/jpasdom/intro/index.html
Infostock	http://www.infostock.es
Infostock Europa de Extremadura, S.A.	http://www.infostock.es
Infotel Badajoz, S.L.	http://www.infotelbadajoz.com
Infotrom	http://www.geocities.com/infotrom2001
Infraex 2000, S.L.	http://www.infraex2000.com
Ingecad Consultores, S.L.	http://www.ingecad.com
Ingedauto, S.L.	http://www.grupogedauto.com
Ingedex	http://www.ingedex.com
Ingenieria del Clima Santiago Andrada, S.L.	http://www.inclisa.es
Ingenieria y Medicina Laboral Extremena, S.L.	http://www.inmelaex.com
Ingenieros Proyectistas Extremeños, S.A.	http://www.inproesa.com
Iniciativas Industriales Del Oeste, S.L.	http://www.hervaspiel.com
Inmobiliaria Durán	http://www.inmobiliariaduran.com
Inmobiliaria Emi	http://www.inmobiliariaemi.com
Inmobiliaria Eulogio Ruiz	http://www.inmobiliaria-er.com
Inmobiliaria Jesús Hernández	http://www.jesus-hernandez.com
Inmobiliaria Muñoz	http://plaza.telefonica.net
Innovaciones Tecnicas Nodur, S.L.I.	http://www.nodur.es
Inocencio Garcia e Hijos, S.L.	http://www.inocenciogarcia.com
Inprex	http://www.inprex.com
Insat Electronica, S.L.	http://www.insatelectronica.com
Instalaciones Alvaro, S.L.	http://www.grupoalvaro.com
Instalaciones Corzo, S.L.	http://www.instalacionescorzo.com
Instalaciones Electricas Altomp, S.L.	http://www.altomp.com
Instalaciones Eléctricas Manuel Sierra	http://www.solanadelosbarros.com/empresas/nieves/manolo
Instalaciones Emilio Martín	http://www.camaracaceres.es/empresas/756/index
Instalaciones Generales Extremenass, S.L.	http://www.ingesal.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Instalaciones Gonzalo Garcia Barata, S.L. http://www.garciabaratas.com
Instalaciones Interiores, S.L. http://www.instalacionesinteriores.com
Instalaciones Izquierdo
Instalaciones Izquierdo http://www.camaracaceres.es/empresas/890/index.htm
Instalaciones Izquierdo http://www.camaracaceres.com/empresas/890/frame_b.html
Instalaciones Petrolíferas Mérida http://www.infonegocio.com/ipm
Instalaciones Petrolíferas Mérida, S.L. http://www.ipmerida.com
Instalaciones Uceda http://personales.com/espana/badajoz
Instituto de Educación en Técnicas Comerciales http://www.pymex.com/intecnica
Instituto de Energías Renovables, S.L. http://www.institutoer.com
Instituto Extremeño de Reproducción Asistida, S.L. http://www.iera.es
Instituto Extremeño de Reproducción Asistida http://iera.es
Instituto Médico Ortiz http://geocities.com/imo39
Interlun, S.L. http://www.interlun.es
Intermerida http://www.intermerida.com
Invaex Ingeniería y Montajes Extremeños, S.L. http://www.invaex.com
Invernex http://www.invernex.com
Inversil Promociones Inmobiliarias http://www.inversil.com
Inversiones inmobiliarias de Extremadura, S.A. http://www.iniexsa.com
Inyges Consultores, S.L. http://www.inyges.es
Iprogex http://personal.telefonica.terra.es/web/iprogex/
Iris eyex Producciones y Servicios Audiovisuales, S.L. http://www.iriseyex.com
Iscamber http://www.iscamber.com
Ismael Tello http://www.geocities.com/ismaeltello
Ismael Tello, S.A. http://www.itello-bigmat.es
Ismael y Santiago Soto Correduría de Seguros, S.L. http://www.asoccecx.com/issoto/
Ismex http://www.camaracaceres.es/empresas/520/frame_b
Itae http://www.itae.es
Itec Servicios Informáticos http://www.itecsi.com
J Diaz Bote, S.L. http://www.jdiazbotesl.com
J.Luis Martin Seguros http://www.galeon.com/buenseguro
Jacinto Redondo, S.L. http://www.jacintoredondo.com
Jacoliva, S.L. http://www.jacoliva.com
Jaguisa, S.L. http://www.jaguisa.net
Jammin, S.C. http://www.jammin.es
Jamón de Oro http://www.jamondeoro.com
Jamón Ibérico.com http://www.jamoniberico.com
Jamones Almoharín, S.L. http://www.jamonesalmoharin.com
Jamones Bernabé http://www.jamonesbernabe.com
Jamones Casa Bautista http://www.jamonesCasa bautista.com
Jamones de Montánchez http://geocities.com/Casa_jamon
Jamones de Pata Negra http://www.jamonesdepatanegra.com
Jamones Extremeños Bernabé, S.L. http://www.jamonesbernabe.com
Jamones Gallardo http://www.plazamayor.net/jamonesgallardo

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Jamones Robledo	http://jamonesrobledo.com
Jamones y Embutidos Isabel	http://www.geocities.es/embutidosisabel
Jamones y Embutidos Los Angeles, S.L.	http://www.jamonesangeles.com
Jamones Y Embutidos Mallo, S.L.	http://www.mallo.es
Jamones y Embutidos Triguero	http://www.patanegraextremadura.com
Jamones y Paletas del Suroeste, S.A.	http://www.japasur.es
Jamonesterio	http://www.jamonesterio.com
Jardintec	http://www.camaracaceres.es/empresas/385/frame_b
Jarex Cultivos, S.L.	http://www.jarex.es
Jaytesa Uno, S.L.	http://www.jaytesa.com
Jeronimo Carrascal y Cia, S.L.	http://www.jeronimocarrascal.com
Jerte Rural	http://www.jerterural.com
Jesus Hernandez Perez, S.L.	http://www.jesus-hernandez.com
Jesús Rodríguez Almendral	http://www.camaracaceres.es/empresas/5397index
Jm de Trujillo, S.L.	http://www.restaurantebizcochotrujillo.com
Joaquin Perez Arroyo, S.L.	http://www.perezarroyo.com
Joaquin Tardio, S.L.	http://www.joaquintardiosl.com
Joca Ingenieria y Construcciones, S.A.	http://www.joca.es
Jociles, S.L.	http://www.jociles.com
Jose Alberto Pardo	http://www.camaracaceres.es/empresas/149/frame_b.html
Jose Borreguero Pino, S.L.	http://www.borreguero.citroen.es/
Jose Gallego Sanchez, S.L.	http://www.jgallegosanchez.com
Jose Luis Mateos, S.L.	http://www.joseluismateos.com
José R. Zoritz	http://personal.redestb.es/zoritz
Jose y Casto Pereira, S.L.	http://www.construccionespereira.com
Jovira, S.A.	http://www.jovira.es
Joyas de Extremadura Ortega	http://www.joyasdeextremadura.com/
Joyeria Orolent	http://tiendasdeextremadura.es/orolent-p-50.html
Js Servicaex, S.L.	http://www.jservicaex.com
Juan Fuentes e Hijos, S.A.	http://www.juanfuentesehijos.es
Juan Jesús Mayoral	http://www.geocities.com/luisjesusm
Juan Jesus Moreno	http://www.juanje.com
Juan Jesús Moreno	http://www.juanje.com
Juan Luengo Garcia, S.L.	http://www.juanluengo.es
Jugueteria Mico, S.A.	http://www.jugueteriamico.com
Juguetes Avila, S.L.	http://www.juguetoon.com
Justo Gallardo Asesores, S.L.	http://www.justogallardoasesores.com
Jusymar	http://www.camaracaceres.es/empresas/821/index.html
Katry Inversiones, S.L.	http://www.katry.es
Kit Extremadura, S.L.	http://www.kit-extremadura.es
Koperi Merida, S.L.	http://www.koperi.com
Krotair Clima, S.A.I.	http://www.krotairclima.com
L. Y S.	http://www.camaracaceres.es/empresas/418/index.html
La Alberguería	http://www.laalbergueria.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

La Almazara Extremeña	http://www.gata-oliva.com
La Amuebladora	http://www.camaracaceres.es/empresas/009/index.html
La Antigua Casa de los Pescadores	http://www.antiguaCasa depescadores.es
La Bellota	http://www.labellota.com
La Bicicleta	http://www.labicicleta.net
La Burbuja Informatica, S.L.	http://www.burbujaolivenza.com
La Cadena	http://www.camaracaceres.es/empresas/526/frame_b
La Casa de La Abuela	http://www.toprural.com/ficha/index.cfm/idp/10/ids/4199
La Casa del Jamón	http://www.canal3000.com/Casa jamon
La Casa Vieja	http://es.geocities.com/homers_y
La Casa del Traje Extremeño	http://www.camaracaceres.es/empresas/182
La Casa del Traje Extremeño	http://www.camaracaceres.es/empresas/182/frame_b.html
La Casina	http://personal.telefonica.terra.es/web/lacasinadesusi
La Cerca del Alcornoque	http://www.lacercadelalcornoque.com
La Estela	http://www.hervas.com/laestela
La Ferretera Extremeña, S.L.	http://www.lafex.es
La Flor de Extremadura	http://www.geocities.com/flordeextremadura
La Hormiga Roja	http://www.lahormigaroja.com
La Jameria de Pintores	http://www.camaracaceres.es/empresas/1102/index.html
La Lonja	http://www.La-lonja.com
La Pagoda Negra, S.L.	http://www.lapagodanegra.com
La Pesquera	http://www.lapesquerarural.com
La Sierra de Tentudia, S.A.	http://www.jamonesterio.com
La Tora Agroturismo, S.L.	http://www.latora.com
La Tortuga Producciones Artisticas	http://www.latortugasl.com
La Vieja Cuadra, S.L.	http://www.elturcal.com
La Vinateria	http://extremadruaturismo.com/aloja/tourivin
La Voz del Campo	http://www.lavozdelcampo.com
Laboratorio Protesis Dental	http://www.camaracaceres.es/empresas/566/frame_b.html
Laborprex	http://www.laborprex.com
Lacoex	http://www.lacoex.com
Lacteos de Castuera, S.L.	http://www.lacteosdecastuera.com
Lactocyex, S.L.	http://www.lactocyex.com
Laguimar, S.L.	http://www.laguimar.es
Lalita	http://www.lalita.net
Lamagrande, S.L.	http://www.lamagrande.com
Lambea	http://www.lambea.com
Lanas y Cueros, S.A.	http://www.lacusa.com
Las Mercedes Valhondo, s.c.l.	http://www.elescobar.com
Las Vaguadas Materiales de Construccion, S.L.	http://www.lasvaguadasmaterialesdeconstruccion.com
Laura Otero, S.A.	http://www.lauraotero.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Leal y Reynolds http://www.galeon.com/badajoz
Leco S.L. Http://www.camaracaceres.es/empresas/800/index
Legola Servicios Turísticos http://www.legolacb.com
Lentacor Opticas http://www.camaracaceres.es/empresas/611/index.html
Leon Castro y Asociados, S.L. http://www.lca.es
Leracor, S.L. http://www.leracor.com
Libre Producciones http://www.libreproducciones.com
Librería Mapa http://www.sanroque.org/hojas/empresas/mapa/mapa2.htm
Licores Almendralejo, S.L. http://www.licoreslial.com
Licores Extremeños http://www.bme.es/saboresextremeños
Lider Aliment, S.A. http://www.euromadi.es
Limpieza Franco, S.A. http://www.limpiezasfranco.com
Limycon, S.L. http://www.grupo-cys.com
Lineas Extremeñas de Autobuses, S.A. http://www.leda.es
Logistica Badajoz, S.L. http://www.seur.es
Loleta http://www.camaracaceres.es/empresas/295/frame_b.html
Lopez de Ayala http://www.teatro-ldeayala.es
Lopez Morenas, S.L. http://www.bodegaslopezmorenas.com
Lopez y Cia Consultores, S.A. http://www.lyccsa.com
Los Curado http://www.loscurados.com
Los Encinares http://galeon.com/losencinares
Ludusa, S.L. http://www.ludusa.com
Luis Corcobado http://www.geocities.com/fugadeagua
Luis Delgado, S.L. http://www.luisdelgadosl.com
Luis Martin Santos Don Benito, S.L. http://www.lumarsa.es
Luis Ramirez Vega Informatica, S.L. http://www.tiendasupi.com
Lumarsa http://www.camaracaceres.es/empresas/374/frame_b
Lumiex http://www.lumiexsl.com
Luminex http://www.camaracaceres.es/empresas/498/frame_b.html
Luna Lunera http://www.camaracaceres.es/empresas/308/frame_b.html
Luntec http://www.camaracaceres.es/empresas/067/frame_b
Luntec http://www.camaracaceres.es/empresas/067/frame_b.html
Lusemar Import Export, S.L. http://www.lusemar.com
Lusiberia http://www.lusiberia.com
Luso Española de Cereales, S.A. http://www.cerpe.com
Luso Iberica de Transportes Almacenes e Inversiones, S.L. http://www.lusoiberica.com
Lyccsa http://www.lyccsa.com
M y C Peritaciones, S.L. Http://clientes.oem.es/personal/mcperitaciones
Maconsa http://www.maconsa.com
Maderas Badajoz, S.L. http://www.cerpe.com
Maderas Biosca, S.L. http://www.maderasbiosca.net
Maderas Extremeñas, S.A. http://www.maderesa.es
Maderas León http://www.maderasleon.com
Maderas Pacenses, S.L. http://www.maderpa.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Maderas Romero, S.A.	http://www.maderasromero.com	
Maderesa	http://www.maderesa.es	
Madevial, S.L.	http://www.madevial.com	
Mafresa El Iberico De Confianza, S.L.	http://www.mafresa.com	
Magenta Edificio Plaza Europa, S.L.	http://www.grupomagenta.com	
Maices Extremeños, S.A.	http://www.cerpe.com	
Maimona	http://www.maimona.com	
Malmaral Vertical Horizontal, S.L.I.	http://www.marmaral.com	
Manchado Trans, S.L.	http://www.plasenciaweb.com/manchadostrans	
Manipulados Mariola, S.L.	http://www.carpetasmariola.es	
Mansaborá Artesanía	http://www.camaracaceres.es/empresas/896	
Mantepar	http://es.geocities.com/mantepar	
Manuel Cordero Alvarez, S.L.	http://www.hotellaslomas.com	
Manuel Marino y Cia, S.A.	http://www.manuelmarino.es	
Manuel Rosa Ortiz	http://www.manuelrosa.com	
Manuel Trejo e Hijos, S.L.	http://www.manueltrejoehijos.com/pages/es/inicio.htm	
Manuel Vivas García	http://www.camaracaceres.es/empresas/360	
Manufacturas del Corcho Ramirez, S.L.	http://www.madecorsl.com	
Manufacturas Saycars, S.L.	http://www.forecastsport.com	
Mañerotrans, S.L.	http://www.manerotrans.com	
Maquinaria Agrícola Tierra de Barros, S.L.	http://www.matiba.es	
Maquinaria de Caceres, S.L.	http://www.maquinariadeplasencia.com	
Maquinaria de Plasencia, S.L.	http://www.maquinariadeplasencia.com	
Maquinaria Procoex, S.L.	http://www.procoex.com	
Maquinas Automáticas	http://www.camaracaceres.es/empresas/1156/index	Alimenticias
Marcasa Servicios, S.A.	http://www.renault.es	
Marcipa, S.L.	http://www.marcipa.com	
Marextel Extremadura, S.L.	http://www.marextel.com	
Margrasam	http://www.grupomarsan.com	
Maria Guijarro, S.L.	http://www.telejamon.es	
Mariano Gonzalez Menor, S.L.	http://www.electricidadmariano.com	
Marketing Directo Publiex, S.L.	http://www.publiex.com	
Marmoles J. Rubio Morales, S.L.	http://www.marmolesjrubiomorales.com	
Mármoles Jiménez	http://www.camaracaceres.es/empresas/359/frame_b	
Marmoles Pascual, S.L.	http://www.marmoles-pascual.com	
Marpa	http://www.marpa.es	
Marquelec, S.L.	http://www.marquelec.com	
Marsal	http://www.marsal.cc	
Martinez de Balastegui, S.L.	http://www.martinezdebalastegui.com	
Materiales Consumibles Extremenos, S.L.	http://www.maconsa.com	
Materiales de Construcción Amalio	http://www.amalio.net	
Materiales de Construcción Rivero, S.L.	http://www.gruporivero.net	
Matias Ponce, S.A.	http://www.matiasponce.com	

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Mavecor	http://www.camaracaceres.es/empresas/085/index	
Max Color de Extremadura, S.L.	http://www.maxcolor.es	
Maximo Callejo, S.L.	Http://www.maximocallejo.es/	
Maxplet	http://www.maplext.com	
Maycoex, S.L.	http://www.maycoex.com	
Mds hotels Los Granados, S.L.	Http://www.hotelosgranados.es/es/fotos	
Mecamac	http://www.mecamac.es	
Mecanizacion Extremena, S.A.	http://www.mecaex.com	
Mecanizacion Tena, S.L.	http://www.mecatena.com	
Mecanizados Carrasco, S.L.	http://www.mecarrasco.es	
Mecanizados Segeda, S.L.	http://www.segeda.com	
Mecanográficas Cacereñas	http://www.camaracaceres.es/empresas/1237/index.html	
Mecatena	http://www.mecatena.com	
Mecatena	http://www.mecatena.com	
Medeas	http://www.medeas.com	
Medicina Nuclear	http://www.medicinanuclear.org	
Medicina Preventiva Extremena, S.A.	Http://www.grupoinprex.com/	
Mediprex	http://www.mediprex.es	
Megafrog	http://usuarios.lycos.es/megafrog	
Megaisan	http://www.megaisan.com	
Megaprecio	http://www.megaprecio.com	
Mego Construccion y Gestion de Obras, S.A.	http://www.mego.es	
Membrillos Extremenos, S.L.	http://www.membrillo.net	
Mena	Pajuelo,	S.L.
	Http://villanuevadelaserena.portaldetuciudad.com/caldererias/mena-pajuelo-sl/002_33576.html	
Menacho	http://www.menacho.com	
Menacho Extremadura, S.L.	http://www.menacho.com	
Mendiola & Martín	http://www.asroiz.com/mendiola	
Mendiola Martin Consulting Inmobiliario, S.L.	http://www.mendiolamartin.com	
Mepuex, S.L.	http://www.mediospublicidad.com	
Mercados Centrales de Abastecimiento de Badajoz, S.A.	http://www.merCasa .es	
Merceria Sarisan	http://www.sanroque.org/hojas/empresas/sarysan	
Mericeram, S.A.	http://www.porcelanosa.com	
Merida Comercial, S.A.	http://www.meridacomercial.com	
Mesas del Rio	http://www.mesasdelrio.com	
Mesón El Molinillo	http://www.camaracaceres.es/empresas/682/frame_b	
Mesón El Rubio	http://comercialweb.com/mesonelrubio	
Mesón Rusticana	http://www.camaracaceres.es/empresas/929/index	
Metasa, S.L.	http://www.metasa.es	
Mexicano Doña Lupita	http://www.camaracaceres.es/662/frame_b	
Mezclas y Firmes de Extremadura, S.A.	http://www.mefiex.net	
Mg Servicios	http://perso.wanadoo.es/cemengu/	
Mgv Producciones	http://www.mgvproducciones.es	

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Miaper, S.L. Http://www.mexsa.es
Mibrycar, S.L. http://www.mibrycar.com
Microsip Sistema http://www.micro-sip.com
Microven Extremadura, S.A.I. http://www.microven.net
Miel de La Vera http://mielvera.es/
Minolta http://www.ac-minolta.com
Mithra http://www.mithrvirtual.com
Mobel Cocinas http://www.camaracaceres.es/empresas/330/frame_b.html
Mobiguez, S.L. http://www.bomiguez.com
Mobilus 2000, S.L. http://www.mobilus2000.com
Mobitex http://www.geocities.com/mobytextalarrubiasa
Moda Cocina http://www.camaracaceres.es/empresas/781/index.html
Modas JLT 94, S.L. http://www.modasjoseluis.es
Moelme Montajes Electricos, S.L. Http://www.moelme.es/aviso%20legal.htm
Moldureba, S.L. http://www.moldureba.com
Moliher http://www.moliher.es
Molino Virgen de los Milagros http://www.olivirgen.com
Molquesa Don Benito, S.L. http://www.molquesa.com
Molquesa Zafra, S.L. http://www.milquesa.com
Molquesa, S.A. http://www.molquesa.com
Molymol, S.L. http://www.molymol.esom
Monasterio Rocamador, S.A. http://www.rocamador.com
Montajes Electricos Cahe, S.L. http://www.cahe.es
Montajes Electricos del Guadiana Agricolas e Industriales S.A. http://www.megaisa.com
Montajes Electricos Inmalus, S.L. http://www.inmalus.com
Montajes Electricos Marpa, S.A. http://www.marpa.es
Montajes Ifitec, S.L. http://www.ifitec.net
Montemiel, S.C.L. http://www.montemiel.com
Monteporrino http://www.monteporrino.es
Montesano Extremadura http://guiadeprensa.com/alimentación/montesano
Morales http://www.camaracaceres.es/empresas/981/index.html
Mortirolo http://www.mortirolo.com
Mostazo http://mostazo.es/portal/
Moto_Bike http://www.moto-bike.net
Motoneuma http://www.camaracaceres.es/empresas/1094
Motor 91 Gestion de Vehiculos, S.L. http://www.motor91.com
Motor Badajoz http://profesionales.absline.com/web6/index.jsp?id=211
Motor Plasencia http://www.mplasencia.citroen.es
Motos Bandalla http://www.fortunecity.es/olimpica/surf/151
Motos González Noriega http://www.motosgonzaleznoriega.com
Motos Gonzalez Noriega, S.L. http://www.motosgonzaleznoriega.com
Movilpla, S.A. http://www.opel.es
Mudanzas Cerro http://www.geocities.com/eureka/boardroom/1404

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Muebles Avila, S.L. http://www.mueblesavila.com
Muebles Cañamero http://www.lacarpinteria.com
Muebles Casandres, S.L. http://www.mueblescasandres.com
Muebles Duque http://www.camaracaceres.es/empresas/1149/index.html
Muebles Gimenez Plasencia, S.L. http://www.mueblesgimenez.com
Muebles Gomez y Sierra, S.L. http://www.mueblesgomezysierra.com
Muebles Grajera, S.L. http://mueblesgragerasl.com
Muebles Hiedra http://www.plasenciaweb.com/hiedra
Muebles Hurdes http://www.muebleshurdes.com
Muebles Joaquin Gil http://www.mueblesjoaquinil.com
Muebles La Española http://www.mueblesespañola.com
Muebles Manceñido http://www.sanroque.org/hojas/empresas/manceñido
Muebles Montero http://www.mueblesmontero.com
Muebles Niso, S.A. http://www.gruponiso.com
Muebles Príncipe http://www.gruponiso.com/principe
Muebles Refolio http://www.viapymes.com/anamariarefolio
Muebles Refolio, S.A. http://www.mueblesrefolio.com
Muebles Rosan http://www.camaracaceres.es/empresas/677/index
Muebles y Decoracion Beatriz, S.A. http://www.gruponiso.com
Muebles y Electrodomesticos Martil, S.L.I. http://martil.es/
Muebles Zambrano, S.L. http://www.muebleszambrano.com
Multiopticas Talayuela http://www.iber canal.com/multiopticastalayuela
Multiservicio de Construcciones Zafra, S.L. http://www.multiservicioszafra.com
Mundo Casa http://www.mundocadabadajoz.com
Mundo Games http://www.plasenciaweb.com/mundogames
Mundo Ibérico http://www.mundoiberico.com
Murearco http://webs.demasiado.com/murearco
Murillo Carrascal, S.L. http://www.santa-elena.com
Murillo Muriel, S.A. http://www.murillomuriel.com
Música Emerita http://es.geocities.com/musicaemerita
Musical Barragán http://www.musicalbarragan.com
Naturcrex, S.L. http://www.naturcrex.es
Navarretinto, S.L. http://navarretintoibericos.com/
Navatel http://www.navateln.com
Navidul Extremadura, S.A. http://www.aquisabemosvivir.com
Néctar, tiendas de cosmética http://www.nectarcosmetics.com/
Negro Villar, S.L. http://www.negrovillar.com
Netasa http://www.pimentonvera-origen.com
Neumaticos Avenida, S.L. http://www.grupoavenida.com
Neumáticos Badajoz http://www.sanroque.org/hojas/empresas/neumáticos_badajoz
Neumaticos Contiñas http://www.camaracaceres.es/empresas/096/frame_b.html
Neumaticos Jaramillo, S.L. http://www.njaramillo.com
Nevado, S.A. http://www.nevado.es
Nevasa http://www.camaracaceres.es/empresas/663/frame_b

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Nevasa http://www.camaracaceres.es/663/frame_b.html
New Aperitivo http://www.geocities.com/aperitivoburguer
New Coarthe, S.L. http://www.coarthe.com
Newproex, S.L. http://www.newproex.es.tl
Nexmedia http://www.nexmedia.es
Nicesa, S.L. http://www.nicesa.com
Nieto Marcelo Automoviles, S.L. http://www.nietomarceloautomoviles.skoda.es
Niza Moviles, S.L. http://www.niztel.com
Niztel Telecomunicaciones, S.L. http://www.niztel.com
Nodo Tecnológico, S.L. http://www.nodotecnologico.com
Nogales Carrillo http://www.inicia.es/de/nogalescarrillo
Norfex http://www.camaracaceres.es/empresas/60/index
Normas Asesores, S.L. http://www.gefiscal.es
Novadelta Comercio de Cafes España, S.A. http://www.delta-cafes.pt
Novaforma http://www.novaforma.es
Novasoft Wifi Extremadura, S.L. http://www.extremadurawireless.es
Ntra Señora de La Cabeza, s.c.l. http://www.fuenteroniel.com
Nueva Automocion, S.L. http://www.nuasa.com
Nueva Editorial Extremeña http://www.mmoya.com/ediextremadura/
Nueva Empresa de Montajes Industriales, S.A. http://www.nemoin.es
Nuevas Importaciones, S.A. http://www.vipresinmobiliaria.com
Nuevas Industrias Agrícolas Reunidas, S.L. http://www.niarsa.com
Nuevas Tecnologías y Energía http://www.utera.com/megabits
Nuevos Materiales Tecnológicos, S.L. http://www.numatec.es
Nunez Ceberino, S.L. http://nuneceberino.es/
Nutricion Alimentacion y Calidad, S.L. http://www.gruponac.com
Nutricion Especial, S.L. http://www.nutricionespecial.com
Nutrimentos 2000, S.L. http://www.nutrimentos2000.com
Obra Facil, S.L. http://www.obrafacil-sal.com
Obras y Construcciones Inmobiliarias Badajoz, S.L. http://www.ociba.com
Obraypro, S.L. http://www.obraypro.com
Occidental de Piensos, S.A. http://www.ocipsa.com
Ochoimedio http://www.ochoimedio.com/info/
Ocio Cachirry http://www.gargantadelosinfiernos.com/webcachirry
Ociotur Llerena, S.L. http://www.agenciadeviajesonline.com/ocioturllerena/
Offica http://www.offica.com
Ofibadajoz http://www.ofibadajoz.com
Oficina Extremeña http://www.ofiex.com
Oficina Turismo Valle Jerte http://www.turismovalledeljerte.com
Ofiprex Aceuchal, S.L. http://www.ofiprex.es
Ogesa, S.L. http://www.ogesa.com
Oikos Multigestion, S.L.
Oleo Resinas de La Vera http://www.oleovera.com/spanish/intro.html
Olimpo http://www.infonegocio.com/olimpobadajoz

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Oliplast, S.A.	http://www.ortiplast.com
Oliva Coanma, S.L.	http://www.coanma.net
Oliventina de Ferrallas y Estructuras, S.L.	http://www.grupooliventina.com
Olivera Servicios Informaticos, S.L.	http://www.olimatica.com
Ondupack, S.A.	http://www.ondupack.com
Operguadiana, S.A.	http://www.automaticosfame.com
Óptica Alonso	http://www.camaracaceres.es/empresas/372/frame_b.html
Optima Comunicacion Siglo XXI, S.L.	http://www.optima-comunicacion.com
Oramba Extremadura Constructora, S.L.	http://www.oramba.com
Ordenadores De Extremadura, S.A.	http://www.orexa.es
Ordex	http://www.ordex.com
Orencio Hoyo, S.L.	http://www.orenciohoyo.com
Organizacion Extremena de Congresos, S.L.	http://www.orexco.net
Orovic	http://gata-hurdes.com
Ortiz Abogados	http://www.lanzadera.com/ortizabogados
Ortoforma, S.L.	http://www.ortoforma.es
Ovino del Suroeste, s.c.l.	http://www.oviso.org
Ozono	http://www.camaracaceres.es/empresas/1180/index
Pablo Tomeno, S.L.	http://www.pablotomeno.com
Pacense de Limpiezas Cristolan, S.A.	http://www.grupofissa.com
Pacheco	http://www.camaracaceres.es/empresas/788/index.htm
Pacheco & G.V., S.L.	http://www.camaracaceres.es/empresas/788/index.html
Paitron Electrónica	http://www.paitron.es/
Palacete La Alameda	http://www.alexur.net/hostal/alameda.html
Palicrisa	http://www.palicrisa.org
Panaderia Arroyana, S.L.	http://www.gratisweb.com/arropan
Papeleria Carioca	http://www.geocities.com/papeleriacarioca
Parador Hernán Cortés	http://www.alexur.net/hotel/parador_hernan_cortes/
Parador Trujillo	http://www.alexur.net/hotel/parador_trujillo/
Parador Zurbarán	http://www.alexur.net/hotel/parador_zurbaran/
Paraiso Digital	http://www.paraisodigital.es
Parque Mobile, S.L.	http://www.parquemobile.com
Parquets y Tarimas Amci, S.L.	http://www.amciparquet.com
Pastelería Casa Fuentes	http://www.geocities.com/Casa_fuentes
Pastor Financiero	http://www.pastorfinanciero.com
Patropanel, S.L.	http://www.patropanel.com
Pavimentos Industriales Especiales, S.L.	http://www.grupopines.net
Pedro Lopez Cafe Sangay, S.L.	http://www.cafesangay.com/
Peletería Mi Piel	http://www.lasguias.com/peleteriamipiel/
Peletería y Pielés Manolo	http://www.camaracaceres.es/empresas/549/index.html
Pella Creaciones Artísticas	http://www.camaracaceres.es/empresas/148
Peluquería Abdón	http://www.galeon.com/peluqueriaabdon/
Peluquería Manuel Cortés	http://www.manuelcortes.com
Peluqueria Unisex Brushing	http://www.plasenciaweb.com/brushing/

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Pensión 5º Pino	http://www.alexur.net/pension/quinto_pino.html
Pensión Alegría	http://www.alexur.net/pension/alegria.html
Pensión Alicia	http://www.alexur.net/pension/alicia.html
Pensión Amine	http://www.alexur.net/pension/amine.html
Pensión Antón	http://www.alexur.net/pension/anton.html
Pensión Asperilla	http://www.alexur.net/pension/asperilla.html
Pensión Avenida	http://www.alexur.net/pension/avenida.html
Pensión Avenida Gata	http://www.alexur.net/pension/avenida_gata.html
Pensión Balneario	http://www.alexur.net/pension/anexo_2.html
Pensión Balsera	http://www.alexur.net/pension/balsera.html
Pensión Bar Nuevo	http://www.alexur.net/pension/bar_nuevo.html
Pensión Bar Nuevo II	http://www.alexur.net/pension/bar_nuevo_ii.html
Pensión Blanco	http://www.alexur.net/pension/blanco.html
Pensión Boni	http://www.alexur.net/pension/boni.html
Pensión Bravata	http://www.alexur.net/pension/bravatas.html
Pensión Broncazo	http://www.alexur.net/pension/broncano.html
Pensión Calderón	http://www.alexur.net/pension/calderon.html
Pensión Carlos V	http://www.alexur.net/pension/carlos_v.html
Pensión Carretero	http://www.alexur.net/pension/carretero.html
Pensión Carrillo	http://www.alexur.net/pension/carrillo.html
Pensión Casa Paquita	http://www.alexur.net/pension/casa_paquita.html
Pensión Casa Piro	http://www.alexur.net/pension/casa_piro.html
Pensión Casa Roque	http://www.alexur.net/pension/casaroque.html
Pensión Casa Vicente	http://www.alexur.net/pension/casa_vicenta.html
Pensión Castilla	http://www.alexur.net/pension/castilla.html
Pensión Cruzma	http://www.alexur.net/pension/cruzma.html
Pensión Cuellar	http://www.alexur.net/pension/cuellar.html
Pensión De Amonaria	http://www.amonaria.com/
Pensión Domingo	http://www.alexur.net/pension/domingo.html
Pensión Don Diego	http://www.alexur.net/pension/don_diego.html
Pensión El Abuelo	http://www.alexur.net/pension/el_abuelo.html
Pensión El Arco Galisteo	http://www.alexur.net/pension/el_arco_galisteo.html
Pensión El Arco	http://www.alexur.net/pension/el_arco.html
Pensión El Calypso	http://www.alexur.net/pension/el_calypso.html
Pensión El Cazador	http://www.alexur.net/pension/el_cazador.html
Pensión El Cortijo	http://www.alexur.net/pension/el_cortijo.html
Pensión El Cruce	http://www.alexur.net/pension/el_cruce.html
Pensión El Gordito	http://www.alexur.net/pension/el_gordito.html
Pensión El Hurdano	http://www.alexur.net/pension/el_hurdano.html
Pensión El Jaro	http://www.alexur.net/pension/el_jaro.html
Pensión El Montero	http://www.alexur.net/pension/el_montero.html
Pensión El Olivo	http://www.alexur.net/pension/el_olivo.html
Pensión El Paso	http://www.alexur.net/pension/el_paso.html
Pensión El Paso	http://www.alexur.net/pension/elpaso.html
Pensión El Puente	http://www.alexur.net/pension/el_puente.html

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Pensión El Raposo	http://www.alexur.net/pension/el_raposo.html
Pensión El Redoble	http://www.alexur.net/pension/el_redoble.html
Pensión En Ruta	http://www.alexur.net/pension/en_ruta.html
Pensión Estadium	http://www.alexur.net/pension/estadium.html
Pensión Extremadura	http://www.alexur.net/pension/extremadura.html
Pensión Extremeña	http://www.alexur.net/pension/extremena.html
Pensión Fonda El Capitán	http://www.alexur.net/pension/el_capitan.html
Pensión Gabriel y Galán	http://www.alexur.net/pension/gabriel_y_galan.html
Pensión Galicia	http://www.alexur.net/pension/galicia.html
Pensión García	http://www.alexur.net/pension/garcia.html
Pensión García Alía	http://www.alexur.net/pension/garcia_alia.html
Pensión Gran Via	http://www.alexur.net/pension/gran_via.html
Pensión Gredos	http://www.alexur.net/pension/gredos_adventure.html
Pensión Jacinto	http://www.alexur.net/pension/jacinto.html
Pensión Jara	http://www.alexur.net/pension/jara.html
Pensión Julio	http://www.alexur.net/pension/julio.html
Pensión La Estrella	http://www.alexur.net/pension/La_estrella.html
Pensión La Jarilla	http://www.terra.es/personal4/La_jarilla
Pensión La Maquina	http://www.alexur.net/pension/La_maquina.html
Pensión La Montaña	http://www.alexur.net/pension/La_montana.html
Pensión La Parrilla	http://www.alexur.net/pension/La_parrilla.html
Pensión La Piedra	http://www.alexur.net/pension/La_piedra.html
Pensión La Serena	http://www.alexur.net/pension/La_serena.html
Pensión La Serrana	http://www.alexur.net/pension/La_serrana.html
Pensión La Taberna Encantada	http://www.alexur.net/pension/taberna_encantada.html
Pensión Las Palmeras	http://www.alexur.net/pension/laspalmeras.html
Pensión Las Vigas	http://www.alexur.net/pension/las_vigas.html
Pensión Los Faroles	http://www.alexur.net/pension/los_faroles.html
Pensión Los Naranjos	http://www.alexur.net/pension/los_naranjos.html
Pensión Los Olivos	http://www.alexur.net/pension/los_olivos.html
Pensión Los Piornos	http://www.alexur.net/pension/los_piornos.html
Pensión Los Rodríguez	http://www.alexur.net/pension/los_rodriguez.html
Pensión Los Rosales	http://www.alexur.net/pension/los_rosales.html
Pensión Mari	http://www.alexur.net/pension/mari.html
Pensión Marisol	http://www.alexur.net/pension/marisol.html
Pensión Márquez	http://www.alexur.net/pension/marquez.html
Pensión Maybe	http://www.alexur.net/pension/mayve.html
Pensión Mesón Extremeño	http://www.alexur.net/pension/meson_extremeno.html
Pensión Mirador Del Tajo	http://www.alexur.net/pension/mirador_tajo.html
Pensión Mirasierra	http://www.alexur.net/pension/mirasierra.html
Pensión Molina	http://www.alexur.net/pension/molina.html
Pensión Molokay	http://www.alexur.net/pension/molokay.html
Pensión Montecalabria	http://www.alexur.net/pension/montecalabria.html
Pensión Montemayor	http://www.alexur.net/pension/montemayor.html

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Pensión Nantilius	http://www.alexur.net/pension/nautilus.html
Pensión Paz	http://www.alexur.net/pension/paz.html
Pensión Pintor	http://www.alexur.net/pension/pintor.html
Pensión Puente Ajuda	http://www.alexur.net/pension/puente_ajuda.html
Pensión Robledo	http://www.alexur.net/pension/robledo.html
Pensión Rosa	http://www.alexur.net/pension/rosa.html
Pensión Ruta Hurdes	http://www.alexur.net/pension/ruta_hurdes.html
Pensión Sageras	http://www.alexur.net/pension/sageras.html
Pensión Salmantina	http://www.alexur.net/pension/salmantina.html
Pensión San José	http://www.alexur.net/pension/san_jose.html
Pensión Sanse 2	http://www.alexur.net/pension/sanse_2.html
Pensión Sol	http://www.alexur.net/pension/sol.html
Pensión Solaire	http://www.alexur.net/pension/solaire.html
Pensión Tano	http://www.alexur.net/pension/tano.html
Pensión Tena	http://www.alexur.net/pension/tena.html
Pensión Torralba	http://www.alexur.net/pension/torralba.html
Pensión Trébol	http://www.alexur.net/pension/trebol.html
Pensión Tropical	http://www.alexur.net/pension/tropical.html
Pensión Zaragoza	http://www.alexur.net/pension/zaragoza.html
Perez Rangel, S.L.	http://www.perezrangel.com
Perfiles Extremeños	http://www.perfiles-extremeños.com
Perfiles y Manufacturas del Vidrio, S.A.	http://www.permavi.com
Perforaciones Rodriguez, S.L.	http://www.rodriguezsl.com
Perseida Belleza, S.A.	http://www.perseida.com
Persianas Badajoz, S.L.	http://www.persianasbadajoz.com
Pescadería Barquero	http://usuarios.lycos.es/pescaderia_barquero
Pescados Saraymar, S.L.	http://www.saraymar.com
Pesión La Sevillana	http://www.alexur.net/pension/La_sevillana.html
Petroleras La Roca	http://www.petroleraslaroca.com
Peyes	http://www.camaracaceres.es/empresas/311/frame_b.html
Piccola Italia	http://www.caceresempresas.es/empresas/461/frame_b
Pictograma	http://www.pictograma.com
Piduval Luso Packing, S.L.	http://www.piduval.com
Piedras Ornamentales Extremeñas, S.L.	http://www.poexsl.com
Piensos Cerpe, S.L.	http://www.cerpe.com
Pilar Boyero	http://www.pilarboyero.net
Pimentón El Angel	http://www.pimentonelangel.com/
Pimentón El Caballo de Oro	http://www.caballodeoros.com/
Pimentón El Colorín	http://www.camaracaceres.es/empresas/1106/index.html
Pimentón El Molino de la Vera	http://www.camaracaceres.es/empresas/463/frame_b.html
Pimentón La Dalia	http://www.pimenton-ladalia.com/sp.htm
Pinajarro, S.L.	http://www.campingpinajarro.com
Pindeval	http://www.inicia.es/de/pindeval

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Pinilla	http://www.cpinilla.com
Pintor Juan Caldera	http://www.mundofree.com/max3
Pinturas Curiel, S.L.	http://www.pinturascuriel.com
Pinturas José Antonio Sánchez	http://www.inedito.com/pinturas
Piscinas Manuel Torres, S.L.	http://www.piscinasmanueltorres.es
Pita Publicidad Negocios, S.A.	http://www.pitapublicidad.com/home.htm
Pivot Point	http://www.camaracaceres.es/empresas/860/index
Pizarras Villar del Rey, S.L.	http://www.pizarrasvillardelrey.com
Pizasec, S.L.	http://ecabezadelbuey.com/pizasec/mercancias.htm
Placentina de Turismo, S.L.	http://www.hotelazar.com
Placonsa	http://www.placonsa.es
Placonsa, S.A.	http://www.placonsa.es
Plarex	http://www.plarexpoliester.com/
Plasticos Moldeados del Sur, S.L.	http://www.plamosur.es
Plasticos y Papeles Redondo, S.L.	http://www.industriasredondo.com
Plata y Oro	http://www.platayoro.org
Platero Daza Construcciones, S.L.	http://www.inedito.com/platero
Platero	http://www.inedito.com/platero
Podointegral, S.L.	http://www.podointegral.com
Policromo	http://www.camaracaceres.es/empresas/378/frame_b.html
Policromo Diseño Gráfico	http://www.camaracaceres.es/empresas/378
Pollos Roman, S.L.	http://www.pollosroman.com
Porcenat, S.L.	http://www.hormiexsa.com
Portero Azulejos, S.L.	http://www.grupoportero.com
Portero Escobar Exposiciones, S.L.	http://www.grupoportero.com
Posada del Rincón	http://www.posadadelrincon.com
Posada el Vínculo	http://www.ofica.com/vinculo
Potenciación y Desarrollo Empresarial, S.L.	http://www.potenciacion.es
Pove y Manchado	http://www.galeon.com/povey manchado
Pozo Mecanica, S.L.	http://www.pozomecanica.com
Pozos y Sondeos Aguasur, S.A.	http://villafrancadelosbarros.portaldetuciudad.com/pozos-y-sondeos/pozos-y-sondeos-aguasur/002_32380.html
Pozos y Sondeos Extremenos, S.L.	http://www.pozosysondeosextremenos.com
Prefabricados Extremadura 2002, S.L.I.	http://www.prefabricadosextremadura2002.com
Prefabricados La Albuera, S.L.	http://www.grupoduranempresas.com/prefabricadoslaalbuera/
Prefabricados Manzano, S.L.	http://www.grupomanzano.net
Prefabricados Ruta de La Plata	http://www.camaracaceres.es/empresas/631/frame_b
Prefaman 8, S.L.	http://www.grupomanzano.net
Pretensados Duran, S.L.	http://www.pretensadosduran.com
Prevecoex, S.L.	http://www.prevecoex.com
Prevex Servicio de Prevención, S.L.	http://www.prevexsl.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Preving Consultores, S.L. http://www.preving.com
Proalto Zafra, S.L. http://www.segedana.com
Procaex21, S.L. Http://www.exxi.net
Procongil, S.L. http://www.procongil.net
Prodemsa http://www.camaracaceres.es/empresas/1084/index.html
Productores de Almendra http://www.pasat.org
Productos Biovera, S.L. http://www.delavera.com
Productos Carnicos Ahje, S.A. http://www.embutidosmontemayor.com
Productos Carnicos el Chichero, S.L. http://www.elchichero.es
Productos del Encinar, S.L. http://www.productosdelencinar.com
Productos Extremeños http://www.productosdeextremadura.com
Productos La Cacerena http://www.camaracaceres.es/english/firms/057/index.html
Proinsurex http://www.proinsurex.com
Promocion Gestion y Marketing Inmobiliario, S.A. http://www.grupogemisa.com
Promocion y Gestion de Obras Extremeñas, S.L. http://www.pgo.es
Promociones Alcazar Zafra, S.A. http://www.alcazarzafra.com
Promociones Leon Badajoz, S.L. http://www.leba.es
Promociones Moleon Y Mamolsa, S.A. http://www.promocionesmoleon.com
Promociones Sancha Brava, S.A. http://www.lasvaguadas.com
Promociones y Construcciones Gonzalez Tovar http://www.camaracaceres.es/empresas/696/frame_b.html
Promociones y Construcciones Prefaman 8, S.L. http://www.grupomanzano.net
Promotora de Hoteles, S.A. http://www.husa.es
Promusica de Extremadura, S.L. http://www.promusica.es
Pronorba, S.L. http://www.pronorba.es
Prontocopy http://personal4.iddeo.es/prontocopy
Proteccion y Seguridad Extremeña, S.L. http://www.proysex.es
Provecaex, S.L. http://www.provecaex.com
Provedo http://www.provedo.com
Provia Construcciones y Proyectos, S.L. http://www.provialweb.com
Provivesa, S.L. http://www.camaracaceres.es/empresas/072/index.html
Proycom http://proycom.miarroba.com
Proycom http://proycom.miarroba.com
Proycta Estudio http://www.proyctaestudio.com/
Proyectos Agroalimentarios ABN, S.L. http://www.abnconsultoria.com
Proyectos Inmobiliarios Caser, S.L. http://www.proyectosinmobiliarioscaser.com
Proyectos y Construcciones Garcia Lopez e Hijos, S.L. http://www.grupoduranempresas.com
Proyexmer http://www.obrasyreformas.com/empresas/proyexmer
Psicolibros http://www.psicolibros.com
Pub jim jes http://www.plasenciaweb.com/jim-jes
Publibingo http://www.publibingo.com
Publicidad Zafiro, S.L. http://www.publizafiro.com
Publiextrem, S.L. http://www.publiextrem.com/

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Publigifts, S.L. http://www.publigifts.com
Publimerita, S.L. http://www.publimerita.com
Publimovil http://www.publimovil.com
Puebla y Estellez, S.A. http://www.estellez.it/europa.html
Puertas Angel Garrorera http://www.angelgarrorera.com/
Puertas Cercos Y Tapajuntas, S.L. http://www.pctpuertas.com
Puertas Meneses http://www.camaracaceres.es/empresas/1246/index.html
Puertas Meneses, S.L. http://www.puertasmeneses.es
Puertas Serco, S.L. http://www.puertas-serco.com
Puertas Y Automatismo Carmo, S.L. http://www.puertascarmo.com
Puerto Roque http://www.puertoroque.com
Pulso http://www.pulsosg.es
Pulsosg http://www.pulsosg.es
Pun Hexágono http://www.geocities.com/pubhexagono
Pycerom, S.L.I. http://www.pycerom.com
Pymex http://www.pymex.com
Qadesh http://www.qadesh.net
Quesería José Álvarez Rocha http://www.tortasdelCasa r.com
Quesmoran, S.L. http://www.quesosmoran.com
Quesos de La Vera http://www.quesosdelavera.com
Quesos del Casa r, S.L. http://www.quesosdelCasa r.es
Quesos Doña Ines http://www.quesosdonaines.com
Quesos Moran Piriz, S.L. http://www.moranpiris.com
Quimicas Miguel Cruz, S.L. http://www.navalmoral.net/mcruz
Quinta De Castro http://www.quintadelcastro.com
Quinta Verde http://www.quintaverde.com
Quinto Cecilio, S.L. http://www.quintocecilio.es
Race http://www.camaracaceres.es/empresas/827
Radio Montijo 94, S.L. http://www.radiomontijo.com
Radioterapia Caceres, S.L. http://www.clinicassanmiguel.com
Rafael Mesa y Jesus Martinez Arquitectos, S.L. http://www.mesaymartinez.es
Ramón Criado y Cia http://www.camaracaceres.es/empresas/616/frame_b
Ramón y Castaño http://www.ramonycastano.com/
Ramón Y Criado http://www.camaracaceres.es/empresas/616/frame_b
Ramos y Solomando, S.L. http://www.ramosysolomando.com
Ranecor, S.A. Http://ranecor.iespana.es
Rapid Doors, S.L. http://www.rapid-doors.com
Ravel http://www.arrobanes.com/ravel/marcos
Real de Naval Moral para mayores, S.A. Http://www.realdenavalmoral.com/
Real Musical Pacense http://www.realmusicalpacense.com
Recambios Antolin http://www.recambiosantolin.com
Recambios Dokary, S.L. http://www.recambiosdokary.com
Recreativos Luna http://www.camaracaceres.es/empresas/1172/index
Rectidiesel, S.A. http://www.rectidiesel.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Recuerdos Bodas	http://www.recuerdosbodas.com
Recyex Extremadura, S.L.	http://www.recyex.es http://www.grera.net/v/recyex-extremadura-s-l/actividad
Red Extremeña de Agricultura y Ganadería	http://www.nccextremadura.org/proyectos/agrored
Refrigeración Alvarez	http://www.arakis.es/~realalvarez
Refrigeración Carpas	http://es.geocities.com/recarrasco
Regalos Poppis	http://www.regalospoppis.com
Reguti, S.L.	http://www.reguti.com
Rehoca, S.A.	http://www.hotelvegasaltas.com
Reiki Kirs	http://www.arakis.es/%7ereikikirssl/
Remototal	http://www.inedito.com/remototal
Representaciones Barrero, S.L.	http://www.rbarrero.com
Repuesto Rubimar, S.L.	http://www.repuestosrubimar.com
Repuestos Guadiana, S.L.	http://www.repuestosguadiana.com
Repuestos Paniagua, S.A.	http://www.repuestospaniagua.com
Repuestos Plasencia, S.A.	http://www.serca.es
Resecco Inmobiliaria	http://www.bme.es/reseco/index.html
Residencia de Nuñomoral	http://edaddorada.tsai.es/edaddorada/eventos/nunomora/nunomora.htm
Residencia Geriátrica Buenavista, S.L.	Http://www.infoelder.com/residencias-de-ancianos/residencia-geriatrica-buenavista-s-l_av136c74.html
Residencia Geriátrica Ntra Señora De La Luz, S.L.	Http://www.infoelder.com/residencias-de-ancianos/residencia-de-mayores-La-luz_av138f48.html
Residencial Golf del Guadiana, S.L.	http://www.golfguadiana.com
Resilux Iberica Packaging, S.A.	http://www.resilux.com
Restaurante Abito	http://www.caceresempresas.es/empresas/341/frame_b
Restaurante Adolfo Castro, S.A.	Http://www.restauranteadolfocastro.com/
Restaurante Aldebarán	http://www.restaurantealdebaran.com
Restaurante Alejandro, S.L.	http://www.restaurantealejandro.com
Restaurante Barbacana	http://www.hotelhuertahonda.com
Restaurante Casa Claudio	http://www.Casa claudio.com
Restaurante Casa Juan	http://www.restauranteCasa juan.com
Restaurante Chino Mandarino	http://www.plasenciaweb.com/mandarino
restaurante El Cerezo	http://www.camaracaceres.es/empresas/159/frame_b
Restaurante El Corregidor	http://www.restauranteelcorregidor.com
Restaurante El Palacio	http://www.camaraceceres.es/empresas/711/frame_b
Restaurante El Paraíso	http://www.alexur.net/senderos/numero4/el_paraiso/el_paraiso.htm
Restaurante Gredos	http://www.plasenciaweb/gredos
Restaurante La Cabaña	http://www.camaracaceres.es/empresas/757/frame_b
Restaurante La Majada	http://www.camaracaceres.es/empresas/272/frame_b
Restaurante Los Guijos	http://www.camaracaceres.es/empresas/454/frame_b
Restaurante Los Rosales, S.L.	http://www.losrosales.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Restaurante Mesón Del Jamón	http://www.camaracaceres.es/empresas/870/index
Restaurante Monfragüe	http://www.camaracaceres.es/empresas/244/frame_b
Restaurante Montebola	http://salonateneo.com
Restaurante Solaire	http://www.camaracaceres.es/empresas/450/index
Restaurante Valle del Jerte	http://restaurantevalledeljerte.iespana.es
Restaurante Viña La Mozuela	http://www.restaurantelamozuela.com
Restaurante Ximénex	http://www.camaracaceres.es/empresas/340/frame_b
Resti Sanchez, S.A.	http://www.resti.com
Retama	http://www.retamatour.com
Revista Sanidad Digital	http://62.81.199.20/sanidad/index.php
Rey Alimentacion, S.L.	http://www.rey-alimentacion.com
Reyes Caballero	http://w13.megafincas.com
Ribera del Guadiana	http://www.riberadelguadiana.org
Ricardo Fidalgo, S.L.	http://www.ricardofidalgo.com
Riegos y Servicios Agrícolas, S.L.	http://www.riegosyserviciosagricolas.com
Rio Hosteria Decoracion, S.A.	http://www.hotelrio.net
Rio Suber, S.L.	http://www.gruporiodehoteles.com
Riqueza Natural Barcarroteña	http://www.riquezanatural.com
Rodalvarez, S.L.	http://www.rodalvarez.com
Rodamientos Bulnes	http://www.rodamientosbulnes.com
Rodriguez Alvarez Teofilo, S.A.	http://www.butanoteofilo.com
Rodytrans Merida, S.A.I.	http://www.rodytrans.net
Rograsa	http://rograsa.net
Roma Pub, S.L.	http://www.pubroma.es
Romimex World, S.L.	http://www.prm.com.es
Rotomolding Products, S.A.	http://www.rotomolding.es
Rotulos Garcia, S.L.	http://www.rotulosgarcia.com
Royce de Extremadura, S.L.	http://www.roycex.com
Rtk Topografia, S.L.	http://www.aticsa.net
Rubio Anes, S.L.	http://www.seur.es
Rufino y Alejandro Albalat	http://www.camaracaceres.es/empresas/1189/index.htm
Run Software, S.L.	http://www.runsoftware.es
Rural ibérica	http://www.ruraliberica.com
Rústica Fernández	http://www.inmobiliariafdez.com
Rustical	http://www.rusticalsc.com
S.A. Emilio Salgado Sanchez	http://www.cdrtcampos.es/saess
S.A. Marpisa	http://www.marpisa.com
S.C. Apihurdes	http://www.apihurdes.com
S.C. Codupan	http://www.condupan.com
S.C.L. Comarcal Agrícola Ganadera de Castuera	http://www.tortaserena.com
S.C.L. Vegas de Pueblonuevo	http://www.vegasdepueblonuevo.es
S.G. Red de Campo, S.L.	http://www.sgredecampo.com
Sabores de La Dehesa, S.A.	http://www.saboresdeladehesa.com
Sabores del Guijo	http://www.Casa-alonso.com/

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Sabores Extremeños, S.L. http://www.saboresextremenos.com/
Saex http://saex.vivernet.es
Saex http://saex.vivernet.net
Safety and Security Fire 6, S.L. http://www.sistemaidec.com
Sala de Arte en Decoración Tajo http://ww.camaracaceres.es/empresas/783/index
Sala Tragaluz http://www.tragaluz.com
Salud Navalморal http://www.salusnavalmoral.com/
Salustiano Barriga Amado, S.L. http://www.sbacorchos.com
Samino y Casillas http://www.saminoycasillas.com
San Miguel Hospital, S.L. http://www.clinicassanmiguel.com
Sanchez Suarez Desig http://www.cgac.es/agencon/ssdesign/web
Sancho Toro Extremadura, S.L.I. http://www.gruassanchotoro.com
Saneamientos Badajoz, S.L. http://www.saneba.com
Sanmel, S.L. http://www.delavera.com
Santa Ana http://www.camaracaceres.es/empresas/924
Santano Automocion, S.A. http://www.gruposantano.com
Santano Obras y Suministros http://www.camaracaceres.es/empresas/267/frame_b
Santos Refrigeracion Industrial, S.L. http://www.santos-ri.com
Sanvicentena de Tapones, S.L. http://www.sanvitap.com
Saprove http://perso.wanadoo.es/saprove/saprove
Sarro Clemente, S.L. http://www.alimex.es
Sastrería Rafael http://www.camaracaceres.es/empresas/302/frame_b.html
Sat Las mesas del rio num 6821 http://www.mesasdelrio.com
Sat Riberol num 5472 http://www.riberol.com
Sateca http://home.worldonline.es/sateca11
Sebamer http://www.camaracaceres.es/empresas/1082/index
Sebastián Navarro Modisto http://www.camaracaceres.es/empresas/794/index.html
Seco Seguridad http://www.seciseguridad.com
Secoex http://www.gruposecoex.com
Sector Consultoria Empresarial, S.L. http://www.sector-ce.com
Sefiex http://usuarios.lycos.es/sefiex
Sefoex, S.A. http://www.sefosa.es
Seguridad Barrios, S.A. http://www.seguridadbarrios.com
Seguridad Ceres, S.A. http://www.seguridadceres.com
Seguridad Y Tecnologia Extremeña, S.L. http://www.seguritex.com
Seguros Extremadura http://www.segurosextremadura.com
Sendal, S.A. http://www.sendal.es
Seprex http://www.seprex.net
Serbloc http://www.serbloc.es
Serext Prevencion, S.L. http://www.serextprevencion.com
Serfoncal, S.L. http://www.serfoncal.com
Serigrafía Plasencia http://www.camaracaceres.es/empresas/423/index.html
Serkonten http://www.serkonten.com
Serman Instalaciones, S.L. http://www.sermainstalaciones.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Serplase Asesores, S.L.	http://www.serplaseasesores.com
Serproin	http://www.serproin.com
Sertur	http://www.paralelo40.org/sertur
Serviacon Asesores, S.L.	Http://www.serviacon.com/
Servicio de asistencia técnica de Electrodomesticos Cacerenos S.L.	http://www.satelca.net
Servicio Integral de Empresas	Http://www.servitemp.com
Servicios Audiovisuales de Extremadura, S.L.	http://www.sonidorubio.com
Servicios de Traducción Glotas, S.A.	http://www.tsg-global.com
Servicios Extremenos Ensená, S.L.	http://www.serviex.net
Servicios G.B.	Http://www.serviciosgb.com
Servicios Hoteleros de Olivenza, S.L.	http://www.hotellostemplarios.net
Servicios Informáticos Pacenses, S.L.	http://www.sipsl.es
Servimerida, S.A.	http://www.seur.es
Set Informática Comunicaciones e Ingeniería, S.L.	http://www.setici.net
Seta Servicios Turísticos y Ambientales, S.L.	http://www.seta.es
Sierra Clara	http://www.sierraclara.es
Sierra de Monasterio	http://www.sierrademonesterio.com
Sierra de San Pedro	http://www.sierrasanpedro.net
Sierra de Tormantos	http://www.sierradetormantos.com
Sierra Oeste Extremadura	http://www.websierraoeste.com
Simelsa	http://www.simelsa.com
Simex Fabrica de Reticulares, S.L.	http://www.simexsl.com
Simon Romero, S.L.	http://www.simonromero.com
Sisteldon, S.L.	http://www.sisteldon.com
Sistemas de Automatismo y Control, S.A.	http://www.saconsa.com
Sistemas de Oficina de Cáceres, S.A.	http://www.canoncaceres.com
Sistemas de Pavimentos Extremadura, S.L.	http://www.pavimentos-extremadura.net
Sociedad Agrícola Villa Franquesa	http://cavesan jose.com
Sociedad Cooperativa Agraria del Losar	http://www.camaracaceres.es/empresas/1194/index
Sociedad Cooperativa Campo en Marcha	http://www.galeon.com/campoenmarcha/
Sociedad Cooperativa de Olivareros	http://www.olivareros.com
Sociedad Cooperativa La Liberia	http://www.geocities.com/coopsiberia
Sociedad Cooperativa Montevirgen	http://montevirgen.com
Sociedad de Fomento Industrial de Extremadura, S.A.	http://www.sofiex.es
Sociedad de Pediatría de Atención Primaria de Extremadura	http://www.spapex.org
Sociedad para el Desarrollo Industrial de Extremadura S.A.	http://www.sodiex.es
Sociedad Promotora Balneario Valle del Jerte, S.L.	http://www.balneariovalledeljerte.com
Socisur, S.A.	http://www.grupoisur.com
Sofite, S.L.	http://www.grupobaztan.com
Software Profesional de Extremadura, S.L.	http://www.spextrem.com
Sol de Badajoz, S.L.	http://www.solbadajoz.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Sol de Valdivia, S.L. http://www.soldevaldivia.com
Sola Ricca Extremadura, S.A. http://www.solaricca.com/extremadura/
Solambene Agrícola, S.L. http://www.eissl.com
Solambene Biomasa de Azuaga, S.L. http://www.eissl.com
Solis Tour, S.A. http://www.solistour.com
Soliser, S.L. http://www.soliser.com
Soluciones Extremenas de Recuperacion, S.L. http://www.recusoex.com
Soluciones Tecnicas Extremenas Division Mantenimiento S.L. http://www.sotex.net
Soluciones Tecnicas Extremeñas, S.L. http://www.sotex.net
Sonido Hapo http://www.sonidohapo.com/sj
Sonido Kobra http://www.sonidokobra.com
Sonido Rubio, S.A. http://www.sonidorubio.com
Sotano http://www.camaracaceres.es/empresas/627/frame_b.html
Sp Casas http://www.spcasas.com
Stac-art.go.to http://www.stac-art.com/
Sucesor de Fabian Rodriguez, S.L. http://www.sfr.creex.es
Sucesores de Amores y Barco, S.L. http://www.amoresybarco.com
Sudoeste Recursos http://www.sudoesterecursos.com
Sudoeste Servicios http://www.sudoesterecursos.com
Suico Glas http://www.camaracaceres.es/empresas/713/frame_b
Suinsex, S.L. http://www.suinsex.es
Sumagri Villenas, S.L. http://www.sumagrivillenas.com
Sumelca, S.A. http://www.sumelca.com
Sumelex http://www.sumelex.com
Sumelex Zafra, S.L. http://www.sumelexzafra.com
Sumelva, S.A. http://www.sumelex.com
Suministro Capellánias http://www.gruposantano.com
Suministros Auto Ferr, S.L. http://www.autoferr.com
Suministros Autofer http://www.autofer.com
Suministros Caceres, S.L. http://www.suministroscaceres.com
Suministros Capellánias, S.A. http://www.gruposantano.com
Suministros de Proteccion Laboral, S.L. http://www.bme.es/spl
Suministros Industriales Godoy, S.L. http://www.suministros-godoy.com
Suministros Industriales Madermetal, S.A. http://www.madermetal.com
Suministros Industriales Material Electrico, S.A. http://www.simelsa.com
Suministros Iazard, S.A. http://www.izard.net
Suministros Macesa de Extremadura 2000, S.L. http://www.e-emisan.com
Suministros Picote, S.L. http://www.picote.com
Suministros Sanitarios de Extremadura, S.L. http://www.grupounidix.com
Suministros Santo Domingo, S.L. http://www.gruposd.com
Surocer, S.L. http://www.surocer.es
Syboc Extremadura, S.L. http://www.syboc.es
Tabicesa, S.A. http://www.tabicesa.es
Tabicoex http://www.tabicoex.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Tabicoex Productos Tecnicos, S.L. http://www.tabicoex.com
Tajo http://www.camaracaceres.es/empresas/783/index.html
Tajo-guadina http://www.tajo-guadiana.com
Talavera Oil, S.L. http://www.talaveraoil.com
Taller de Chapisteria Madrid, S.L. http://www.talleresmadrid.com
Taller de encuadernación http://www.inedito.com/roma
Taller de fabricación y montajes de gatos automáticos Villar http://www.camaracaceres.es/empresas/570
Talleres Agromecanicos Extremeños, S.L. http://www.tagrex.net
Talleres Albarran, S.L. http://www.talleresalbarran.es
Talleres Alvarez Ruiz, S.L. http://www.talvarezruiz.citroen.es
Talleres Chito, S.L. http://www.grupochito.com
Talleres Creto, S.A. http://www.tallerescreto.com
Talleres Extreauto, S.A.I. http://www.talleresextreauto.citroen.es
Talleres Galco, S.L. http://www.grupogalco.com
Talleres Garma, S.L. http://www.talleresgarma.citroen.es
Talleres Mecánicos Juan XXII http://www.camaracaceres.es/empresas/016
Talleres Pedro Merchan, S.L. http://www.guimer.es
Talleres Ramos Cerrato, S.L. V http://www.talleresramoscerrato.com
Talleres Regino, S.L. http://www.talleresregino.com
Talleres Remedios de Badajoz, S.A. http://www.talleresremedios.com
Talleres Rovira, S.A. http://www.talleresrovira.seat.es
Talleres San Jose de Extremadura, S.L. http://www.talleressanjose.com
Talleres Sanchez Pulido, S.L. http://www.sanchezpulido.com
Talleres Vaca, S.A. http://www.talleresvaca.com
Talleres y Repuestos Martin, S.L. http://www.repuestosmartin.es
Talleres y Repuestos Romero http://www.romerocb.jazztel.es
Talleres y Repuestos Romero http://www.romerocb.jazztel.com
Tapizados Campanario, S.L. http://www.tapicam.com
Tapizados Juan Diaz, S.L. http://www.tapizadosjuandiaz.com
Tar Suministros Interiores, S.L. http://www.grupoalvaro.com
Tarex http://www.extremaduranegocios.com/tarex
Tdn Extremadura, S.L. http://www.tdn.es
Tecfico 2000, S.L. http://www.tecfico.com
Tecmoncade, S.L. http://www.tecmoncade.com
Tecnicas Constructivas Tecfico, S.L. http://www.tecfico.es
Tecnicas Reunidas Extremeñas, S.L. http://www.trexsl.com
Tecnicas y Obras Calicanto, S.A. http://www.calicanto.net
Tecnicos Informaticos Placentinos, S.L. http://www.pccoste.es
Tecnigraf http://www.tecnigraf.com/
Tecnyman http://www.geocities.com/tecnyman
Tecnoagri Maquinaria, S.L. http://www.tecnoagri.com
Tecno-clima http://www.tecno-clima.com
Tecnolaser Santa Justa, S.L. http://www.clinicastecnolaser.es

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Tecnoquimica Extremena, S.A. http://www.inquiba.com
Tejidos Jose M ^a http://www.galeon.com/tejidosjosemaria/
Telepizza Caceres, S.L. http://www.telepizza.es
Telejamón http://www.telejamoniberico.com
Teleporte, S.L. http://www.teledeporte.es
Tello Extremadura, S.L. http://www.tello.es
Temfri http://www.temfri.com
Tentuqueso, S.L. http://www.saboresdetentudia.com
Termoplasticos Extremenos, S.L.I. http://www.termoplaex.com
Terrazos Pintado http://www.camaracaceres.es/empresas/087/frame_b.html
Terrazos Sanchez Mejia, S.A. http://www.terrazossanchezmejia.es
Tesex http://www.camaracaceres.es/empresas/310/frame_b.html
Texhine, S.L. http://www.texhine.com
Teyda, S.L. http://www.piensosteyda.com
Tiburcio Perez Trancon, S.L. http://www.laesenciadelavera.com
Tienda Informática Total http://www.tiendainformaticatotal.com
Tienda Logika http://www.tiendalogika.com
Tienda Virtual Irene http://home4.wordline.es/irenemor
Tiendas Tipo http://www.tipo.es
Toalsa Vehiculos Industriales, S.L. http://www.toalsa.com
Todo Informática http://www.todoinformatica.net
Todolibros Oeste, S.A.I. http://www.todolibros-e.com
Tomalia, S.C. De ulterior grado http://www.tomalia.com
Tomas Merino, S.L. http://www.tomasmerino.es
Tomas Sanchez Transportes y Cereales, S.L. http://www.tomassancheztransportes.com
Tomates del Guadiana, S.C. http://www.tomatesdelguadiana.com
Tomelec http://www.camaracaceres.es/empresas/415/frame_b
Top Campo http://www.topcampo.com
Top Candy, S.L. http://www.topcandy.net
Topografia Meditex, S.L. http://www.topografiameditex.es/
Topografía PMMC Extremadura http://topografiapmmc.iespana.es
Tous Extremadura, S.L. http://www.tous.es
Trade Maquinaria, S.L. http://www.trademaquinaria.com
Traexsa Automocion, S.A. http://www.traexsaopel.com
Transe http://www.transesl.com
Transeuro Badajoz, S.L. http://www.transeuro.es
Transformaciones Agricolas de Badajoz, S.A. http://www.transa.es
Transformaciones Segedanas, S.L. http://www.transesl.com.com
Transformados Sanjuan, S.L. http://aluminiossanjuan.com
Transitos de Extremadura, S.L. http://www.transitex.es
Translimus, S.A. http://www.translimus.es
Translleralva, S.L. http://www.translleralva.es
Transmisiones Luengo, S.L. http://www.tluengo.com

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Transporte Hormigones Nunez, S.A.	http://www.gruponunez.com
Transportes Alviz, S.A.	http://www.wotrant.com/wts/transalviz
Transportes Aula, S.L.	http://www.aulaviajes.com
Transportes de La Rosa Cáceres, S.A.	http://www.guipezcoana.com
Transportes de Mercancías J Sanchez Morales, S.L.	http://www.transportessanchezmorales.com
Transportes Lobato Valades, S.L.	http://www.dhl.es
Transportes Miajadas, s.c.l.	http://www.transmiajadas.com
Transportes Urbanos de Badajoz, S.A.	http://www.gruporuiz.com
Transportes Urgentes de Cáceres, S.A.	http://www.seur.es/caceres
Transportes Urgentes de Plasencia, S.L.	http://www.seur.es/plasencia
Transportes y Gruas Malpartida, S.L.	http://www.tygma.com
Transportes y Nivelaciones Extremenos, S.L.	http://www.transnivel.com
Transportes y Servicios Euroextremenos, S.L.	http://www.transeuro.es
Transtello, S.L.	http://www.transtello.com
Tratamientos Integrales Extremenos, S.L.	http://www.redextremadura.com/empresas/empresa.asp?id=187
Trefileria Aliseda, S.L.	http://www.trefileriaalisedasl.com
Trinarju	http://perso.wanadoo.es/trinarjuftp/inicio.htm
Tripecork, S.A.	http://www.tripecork.com
Trovideo, S.A.	http://www.trovideo.com
Trust Internet	http://www.trustinternet.com
Tu Ajuar Flori	http://ww.sanroque.org/hojas/empresas/tuajuar
Tuberías y Soldaduras Urban, S.L.	http://www.tsurban.es
Tubos Mariño, S.A.	http://www.tubosmarino.com
Turin Car, S.A.	http://www.turincar.es
Turismo Montánchez	http://turismotamujamontanchez.com
Turismo Rural Sierra de San Pedro, S.L.	http://www.turismosierrasanpedro.com
Ubaldo Gil	http://www.camaracaceres.es/empresas/123
Umas Mutua Seguros	http://www.umas.es/merida
Unaex Asesoría, S.L.	http://www.unaex.com
Unicor Sociedad Industrial Corchera, S.L.	http://www.unicorsl.com
Unidad Aparato Digestivo San Pedro De Alcántara	http://www.sadex.org/caceres.htm
Unidad de Asistencia Técnica, S.L.	http://www.uniateg.com
Unidad de Implantología Cirugía Oral y Maxilofacial	http://www.oralmaxilofacial.com
Unidad De Investigación del Insalud de Cáceres	http://www.hspa.es
Unix Consultores	http://www.geocities.com/zfsalgado
Unión de Productores de Pimentón	http://www.pimenton-upp.com/
Union Empresarial Sanvicentina del Corcho Sanvicork, S.A.	http://www.sanvicork.com
Union Maderera Cacereña, S.L.	http://www.umaca.es
Unión Monterrubiana del Campo	http://www.aceitel.com
Urbamon, S.L.	http://www.urbamon.com
Urbanización y Viviendas de Cáceres, S.A.	http://www.urviCasa.com
Urbanizaciones y Aplicaciones de La Arquitectura, S.A.	http://www.uyadi.es

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Urviexsa	http://www.bme.es/urviexsa
Urvipexsa, S.A.	http://www.urviexsa.es
Valentinexsa Expansion, S.A.	http://www.valentinexsa.com
Valle Aventura	http://www.valleaventura.com
Valvellidos	http://www.valvellidos.com
Vaya Camping	http://www.vayacamping.net
Vedir Hogar, S.A.	http://www.vedirhogar.com
Vegenat, S.A.	http://www.vegenat.es
Vehiculos Terrestres Reglan, S.L.	Http://motorgiga.com/concesionarios-coches/vehiculos-terrestres-reglan-s-l-concesionario-don-benito
Velada Hoteles	http://http://www.veladahoteles.com
Velasco y Solano, S.L.	http://www.desguacevys.com
Venagua	http://www.venagua.com
Ventana Digital Comunicacion, S.L.	http://www.ventanadigital.com
Ventanas Termex, S.L.	http://www.ventanastermex.com
Ventas y Servicios, S.L.	http://www.venssa.com
Veravic, S.L.	http://www.veravic.com
Vértice Extremadura	http://www.verticeextremadura.com
Vetonia Hosteleria, S.L.	http://www.hotelalfonsoviii.com
Vexel	http://www.vexel.es
Via de La Plata, S.L.	http://www.bodegasviadelaplata.com
Viajes	Badajoz
	http://www.grupoeuropa.com/agencias/web/default.php3?cod=viajesbadajoz
Viajes Caja Extremadura, S.A.	http://www.viajescajaextremadura.es
Viajes Emerita, S.A.	http://www.grupogea.com
Viajes Galan Tours, S.L.	http://www.viajesgalan.com
Viajes Sierra Tours, S.L.	http://www.sierratours.es
Viajes Valsol Tours, S.L.	http://www.viajesvalsol.grupoairmet.com
Vialca Vehiculos Industriales, S.L.	http://www.vialca.com
Viatour	http://viatour.grupoeuropa.com
Vibrados La Estrella, S.L.	http://www.vibradoslaestrella.com
Vibrados Montijo, S.L.	http://www.vimont.es
Vicanpas	http://www.vicanpas.com
Vicanpas, S.L.	http://www.vicanpas.com
Vicente Castellano e Hijos, S.L.	http://www.laamuebladora.net
Victor Mentalista	http://www.victrmentalista.es.vg
Victoriano Dominguez, S.A.	http://www.victorianodominguez.com
Videomed	http://videomed.dip-badajoz.es
Viejo Jamon, S.A.	http://www.jamonesibericossa.com
Viex Sercom, S.L.	http://www.plataformasercom.com
Vigace	http://www.vigace.com
Vigoca Elaborados, S.L.	http://www.vieirasa.es
Villa Geriatrico, S.L.	http://www.villageriatrico.com
Vimont	http://www.vimont.es

DIRECTORIO ALFABÉTICO DE WEBS EMPRESARIALES

Vina Santa Marina, S.L. <http://www.vsantamarina.com>

Vinaoliva, s.c. L <http://www.vinaoliva.com>

Vinatería <http://os5as.com/lojas/vinateria>

Vineca <http://www.camaracaceres.es/empresas/877/index>

Vinicola del Oeste, S.A. <http://www.vinicoladeloeste.es>

Vinos Sierra de Gata <http://www.vinossierradegata.com>

Viña del Duco <http://www.vinadelduco.arrakis.es>

Viña del Tio Gerardo <http://www.lavinadeltiogerardo.net>

Viña Extremeña, S.A. <http://www.vinexsa.com>

Viña Grande <http://www.vinagrande.com>

viña Oliva <http://www.vinaoliva.com>

Viñas de Alange, S.A. <http://www.vinasdealange.com>

Virgen de La Cabeza <http://www.crvc.galeon.com>

Virilo Naharro http://usuarios.lycos.es/agencia_inmobiliaria

Vit Alquiler de Furgonetas y Turismos, S.L. <http://www.vitalquiler.com>

Viuda de Babiano, S.L. <http://www.viudadebabiano.es>

Viveros La Sauceda <http://webs2.demasiado.com/lasauceda>

Viveros Provedo <http://www.provedo.com>

Viviendas y Asistencia, S.A. <http://www.viassa.com>

Vivir Extremadura <http://www.vivirextremadura.com>

Vkola Caceres, S.L. <http://www.vkolacaceres.es>

Web Carbajo <http://www.carbajo.info>

XVII Dia del Jamón De Monasterio <http://www.jamondemonesterio.org>

Yeguada el Herradero <http://www.elherradero.es.mn/>

Yeguada Rafael Conde <http://www.rafaelconde.com>

Zabala Mobiliario de Oficina, S.L. <http://www.zabalasl.com>

Zapatines <http://www.caceresjoven.com/empresas/zapatines/>

Zarpos Textil <http://www.ochoimedia.com/info/muestras/web/zarpos/index.htm>

Zeppelin Café <http://www.mundofree.com/chinchin>

Zona Explorer <http://www.zonaexplorer.com>

ANEXO II