

Análisis de la Información Presentada en Internet por las Empresas: Estudio Empírico para el Caso Portugués

Ana Fialho Silva

Universidade de Évora, Departamento de Gestão de Empresas, Évora, Portugal

afialho@uevora.pt

Rui Filipe Cerqueira Quaresma

Universidade de Évora, Departamento de Gestão de Empresas, Évora, Portugal

quaresma@uevora.pt

Resumen

El objetivo de este trabajo es conocer la actual utilización que las empresas portuguesas hacen de Internet. Para alcanzar este logro, analizamos el tipo de información suministrado en las páginas *web*. El trabajo empírico se basa en los datos publicados en la revista *Exame* [Exame 2000], donde se incluyen las 500 mayores empresas portuguesas, no financieras, según el volumen de ventas liquidadas, en el año de 1999. Se analiza, en particular, información genérica de la empresa, para clientes y proveedores y financiera, asimismo, se identifican algunas características específicas de las páginas *web*.

Palabras clave: Internet, Páginas *web*, Medio de Comunicación, Información