

Editorial

El guirigall de l'aeroport

El desconcert és màxim en les converses per a la reobertura de l'aeroport de la Seu d'Urgell. Quan semblava que les negociacions avançaven per bon camí per la predisposició de totes les administracions a invertir en aquesta infraestructura clau, el ministeri de Foment s'ha encarregat de deixar clara la seva posició i ha assegurat que pertoca al Govern andorrà fer-se càrrec de totes les despeses, alhora que ha precisat que no hi ha hagut canvi de posicionament, sinó que aquest plantejament ja va ser transmès per Francisco Álvarez-Cascos al ministre d'Economia, Enric Casadevall, en la trobada que van mantenir a final de l'any passat. Les expectatives creades pel Govern entre la població, difonent un discurs de fals optimisme preelectoral, se n'han anat en orris en tot just uns escassos mesos. L'executiu ha valorat el missatge del govern espanyol com una estratègia de negociació, però les converses s'han allargat prou en el temps per fer creure que es tracta d'un bluf de pòquer, quan està negre sobre blanc en una carta firmada pel mateix Álvarez-Cas-

cos. El serial ha tingut diversos escenaris —l'aeròdrom d'Alp, l'altiport de la Rabassa i l'aeroport de la Seu—, així com tres administracions implicades, tot i que sembla que el desenllaç encara trigarà a produir-se. En aquest context, no ha de sorprendre que apareguin les veus favorables a la construcció en terreny andorrà d'una infraestructura aèria. La Rabassa, un espai que cíclicament apareix com a alternativa tot i les seves evidents limitacions geogràfiques, tornarà a ser de ben segur en les pròximes setmanes al centre del debat dels partits i els agents econòmics. A tota aquesta cadena de despropòsits s'hi ha d'afegir la intervenció del raonador, que s'ha pronunciat obertament perquè el Govern estudiï les opcions de construcció d'un aeroport al país. La política d'infraestructures i de comunicacions no forma part de les atribucions de Ricard Fiter, que, misteriosament, entra de cap en una polèmica totalment aliena a la institució que ell encapçala i se situa en una esfera que correspon a les formacions polítiques i administracions.

Diari d'Andorra

EDITA
PRESIDENT
PREMSA ANDORRANA, S.A.
MARC VILA AMIGÓ

DIRECTOR: IGNASI PLANELL. SOTSDIRECTOR: ROBERT PASTOR.

REDACCIÓ EN CAP: Toni Farrero, Ricard Puy. NACIONAL / PARROQUIES: Carme Melià, Joia Rodríguez, Beneta Surats, Marc Homedes, Pietat M. Vivas, Jorge Cebrian i Olga Lara. ESPORTS: David Domingo, Francesc Xavier Sánchez i José Gallardo. CULTURA: Andrés Luengo i William M. Danjón. FOTOGRAFIA: Pep Iglesias, Fernando Galindo, Xavier Pujol. DISSENY I COMPAGINACIÓ: Xavier Mooney, Josep Ramon Clavel, Pàolo S. Temprado, Glòria Llop, Dejanira Luna, Robert Ginesta. CORRECCIÓ: Eva Torrens. NÚMERIC: Nàdia Lalinde, Inma Gribet, Marc Conès. CRONIQUEJES: Josep M. Riera. ARXIU: Carme Rodríguez. VARESSA FERRER. GERENT: Pilar Torres. CAP DE PUBLICITAT: Sílvia Villacampa. COMERCIALS: Jordi Martínez, Lluís Gualles, Miquel Bana. FRANCESC CABALLER, FIDELIC FERRI I CONRAD VILLACAMPA. ADMINISTRACIÓ COMERCIAL: Francesc Beltrí, Sílvia Llorens. ESPECIALS: Andreu Irujo, Irena Totta. DISTRIBUCIÓ I SUBSCRIPCIONS: CRYSTAL CARDINA.

El diari d'Andorra és una publicació d'informació i opinió. El seu objecte és informar i no pas aconseguir vendre productes. Els articles i les opinions són responsabilitat dels seus autors i no de l'editorial. El diari d'Andorra no es fa responsable dels errors de transcripció que es puguin produir en el seu text. El diari d'Andorra no es fa responsable dels errors de transcripció que es puguin produir en el seu text. El diari d'Andorra no es fa responsable dels errors de transcripció que es puguin produir en el seu text.

<http://www.diariandorra.ad> Email: diari@diariandorra.ad

Entrevista

Pietat Martín Vivas

Jordi Hinojosa, director general de Nominalia Internet SL

"Estem vivint una fase d'ordenació del mercat d'Internet i s'està separant el gra de la palla"

El responsable d'una de les empreses considerades de la nova economia destaca que l'èxit d'aquestes companyies implica bellugar-se en l'entorn d'Internet sense descartar els conceptes de gestió tradicionals, perquè la diferència, diu, és només el producte que es treu al mercat.

Diari d'Andorra: Quin és l'objecte de la seva empresa?**Jordi Hinojosa:** Ens dediquem a registrar dominis a Internet i ho complementem amb serveis legals i assessorament tècnic per tal que la gent pugui activar els dominis a la xarxa.**Dd'A:** Com està el mercat d'Internet actualment?**J. H.:** Estem en un moment bastant interessant perquè s'incorporen nous dominis genèrics. A part dels famosos .com, .org i .net, en el termini d'un mes n'hi haurà dos més, .biz, que correspon a la abreviació de business, i .info, per a serveis d'informació. Pensem que ampliarà el ventall dels dominis donant noves oportunitats perquè els usuaris puguin introduir continguts a la xarxa.**Diari d'Andorra:** A què pensa que es deu la crisi d'algunes empreses que operen a Internet?**J. H.:** Crec que estem en una fase d'ordenació, s'està separant el gra de la palla. Hem viscut una eufòria a final del 99 i tot l'any passat i aquest any moltes d'aquestes empreses no han prosperat, i

PEP IGLESIAS

ara s'està introduint Internet en empreses d'economia tradicional que no han tingut tanta pressa a sortir-hi. Crec que ara hi ha una solidesa dels projectes que abans no hi havia, i això és millor.

Dd'A: Considera que s'està seleccionant el mercat?**J. H.:** Estem incorporant els criteris tradicionals, i moltes empreses no sobre-

viven perquè el projecte pot ser molt bo però la realitat del dia a dia, el compte d'exploració i la comptabilitat són el que marca la vida de les empreses. Els inversors s'ho estan mirant amb lupa, perquè abans, a causa del desconeixement del mitjà, la gent hi apostava sense pensar-s'hi gaire, i ara volen veure una rendibilitat a curt termini i amb perspectives

que l'empresa sigui factible.

Dd'A: Hi ha llocs sense explotar?**J. H.:** Sí, perquè hem passat la primera onada, que va ser el boom d'idees, i ara en vindran d'altres de més concretes i més adaptades a l'economia real.**Dd'A:** Quin atractiu té el domini que identifica Andorra, .ad?**J. H.:** Es pot considerar un domini genèric com a abreviació de publicitat i pot ser atractiu per a la cultura anglosaxona, però el procés de registre encara no és tan automàtic com d'altres. Em sembla que hi ha una clientela potencial, en particular totes les empreses de publicitat o que vulguin fer campanyes de llançament de productes. El fet que coincideixi amb el domini d'Andorra no deixa de ser una promoció per al país; hi ha d'altres dominis territorials dels quals s'ha tret molt profit i uns ingressos milionaris.**Dd'A:** Quin procés s'ha de seguir per registrar aquest domini?**J. H.:** Per obtenir un domini s'obliga a tenir la marca registrada Andorra; per tant s'ha d'aconseguir aquesta marca, i el problema és que això alenteix l'obtenció del domini, que és el que l'usuari vol. Un domini .com es té en dos minuts i qualsevol intervenció humana en aquest procés fa que aquest sigui un fre i li resti atractiu al domini; per tant, crec que a mesura que es pugui automatitzar i ser més ràpid, hi haurà més usuaris que el demanaran.**Dd'A:** Quin és l'èxit de la seva proposta?**J. H.:** Nominalia utilitza una sèrie de conceptes típics de gestió d'empreses que podríem qualificar del món real, però estem subjectes a paràmetres de l'economia tradicional.