

Proyecto Infoisla

DESCRIPCIÓN

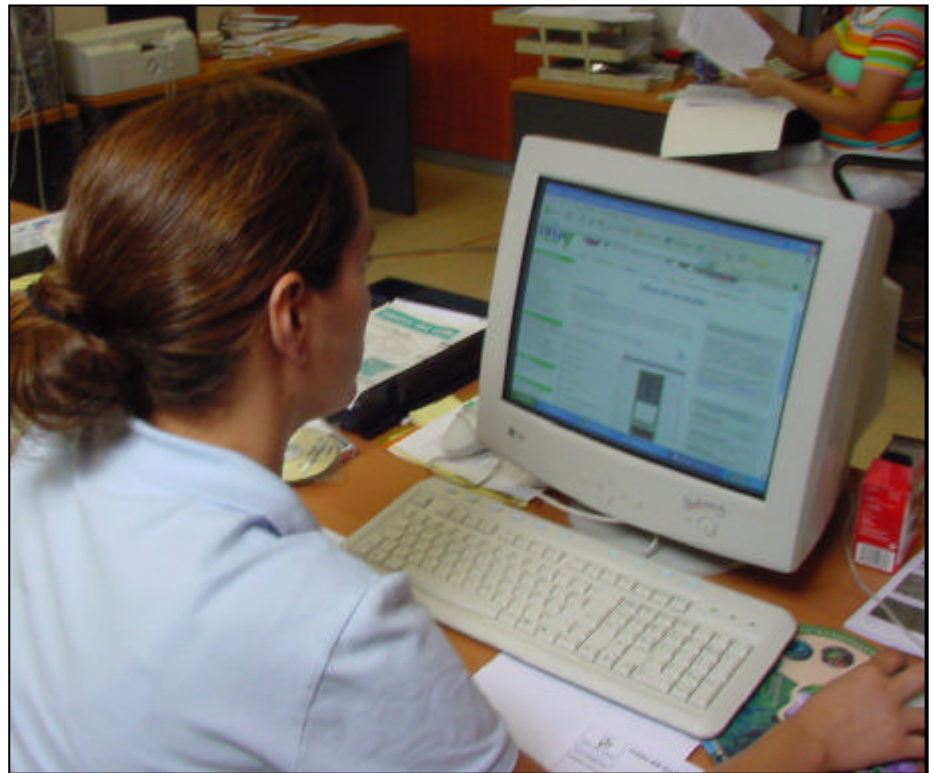
Infoisla.org es el primer portal ciudadano de la isla de La Palma. El proyecto se inició en marzo de 2003, con el **objetivo** de acercar y concentrar, en un solo punto, la información de utilidad para sus habitantes.

El portal ofrece una recopilación de las ofertas de empleo producidas en la isla, un directorio de cursos de formación, un motor de anuncios breves gratuitos entre particulares y una agenda con sugerencias diarias de ocio y cultura. En la página también se hace un seguimiento constante a las novedades en cuanto a becas, subvenciones, ayudas y licitaciones.

Los usuarios disponen asimismo de una **guía de empresas** de la isla, que admite búsquedas tanto por el municipio como por el tipo de actividad que desempeñan. Y por último se ha incorporado en fechas recientes una mini-guía turística de la zona, que incluye buscadores de restaurantes y alojamientos, calendario de fiestas y sugerencias de transporte público y privado.

DE LA IDEA AL PROYECTO

La Palma es un territorio caracterizado por la **intensa dispersión geográfica** de su población. Administrativamente, está dividida en 14 municipios, cuyos habitantes siguen vinculados en gran medida al sector primario. La mayor parte de los residentes tiende a concentrarse en viviendas unifamiliares, desperdigadas en barrios de entorno rústico, relativamente alejados entre sí.



Ni siquiera los dos núcleos más poblados (Santa Cruz de La Palma, en la comarca oriental, y Los Llanos de Aridane, en la occidental) logran concentrar sobre suelo urbano un número significativo de habitantes.

Esta estructura demográfica, añadida a una orografía extraordinariamente complicada, dificulta la dispersión de información de interés público. Los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), carecen de una cobertura homogénea en toda la isla y están vedados a quienes no puedan afrontar sus tari-

fas publicitarias. Y las redes de comunicación informal (carteles, boca a boca, etc.), resultan insuficientes para alcanzar los puntos físicamente más alejados del emisor.

Al mismo tiempo, se consideró que la experiencia serviría de **estímulo para el uso de Internet** entre la población de referencia. Un objetivo complementario del proyecto era por tanto conseguir el acercamiento a la Red de los sectores que, por formación o perfil demográfico, más alejados estaban de la misma.

El resultado más palpable del proyecto ha sido iniciar una pequeña revolución en la orientación laboral de la isla

En el momento en el que los ciudadanos comprobaban las ventajas de utilizar la página en su entorno cotidiano (para encontrar empleo, vender o comprar productos a otros usuarios, participar en debates de actualidad o recibir por correo electrónico las noticias de la isla) se sentirían atraídos hacia una herramienta que quizá hasta ese momento ignoraban.

Aunque conseguir un aumento de la penetración de Internet no era un objetivo en sí mismo, tampoco pueden desdeñarse sus beneficios indirectos en el desarrollo de la región. Al fin y al cabo, la incidencia de las Nuevas Tecnologías es uno de los indicadores más certeros en cuanto a la determinación del nivel socioeconómico de un territorio. Y, en pleno siglo XXI, mantenerse al margen de sus avances implica un elevado riesgo de pérdida de competitividad.

RESULTADOS

- Infoisla se ha convertido en la primera página en visitas de la isla de La Palma (según Alexa.com)
- El número de usuarios registrados se ha multiplicado en los últimos meses (en el momento de escribir estas líneas, en enero de 2005, se acercaba a los 2.400). Una cifra notable si consideramos que se trata de una isla de 80.000 habitantes, en la que el líder de la prensa distribuye sólo 1.200 ejemplares diarios
- Tanto el número de visitas como el de páginas vistas muestran una tendencia consistente al alza. La media mensual de sesiones de usuario supera las 15.000, mientras que las peticiones de página están apenas por debajo de las 100.000. La transferencia de datos de la página está en torno a los 4 Gygabytes por mes.
- Se han publicado unas trecientas ofertas de trabajo. La mayor parte de las mismas corresponden a pymes y micropymes de La Palma
- Se han divulgado más de 200 cursos de formación, de todos los sectores y organizados por todo tipo de entidades (corporaciones locales, entidades privadas, fundaciones, organizaciones empresariales, etc.).
- La base de datos de currículums cuenta con unos 1.200 registros (una cifra que no deja de subir)
- Infoisla se ha convertido en una herramienta imprescindible en el trabajo cotidiano de los orientadores laborales, cuya utilidad ratifican numerosos testimonios

DEL PROYECTO A LA ACCIÓN

La presentación oficial de Infoisla tuvo lugar en la Universidad de La Laguna durante el Día de La Palma, en marzo de 2003. Se eligió el marco universitario por considerar que el numeroso grupo de estudiantes palmeros del centro (unos 2.000) estaban destinados a ser usuarios preferentes del servicio.

Se trata de un sector vital para la economía palmera y que sin embargo tiende a no retornar a la isla una vez concluidos sus estudios, dada la escasez de puestos de trabajo cualificados. Precisamente, uno de los objetivos de Infoisla era volver a conectar la oferta de empleo con su correspondiente demanda, paliando en lo posible esta sangría constante de recursos humanos.

La favorable acogida del proyecto tuvo en la sección de empleo uno de sus resultados más palpables. La mayor parte de las empresas palmeras son micropymes de menos de cinco empleados, sin apenas acceso a los canales habituales de comunicación comercial.

El resultado ha sido una pequeña revolución en la orientación laboral de la isla, en la que los generadores de empleo han acertado dramáticamente tanto los costes como el tiempo invertido en el proceso de selección.

Con el transcurso de los meses, los contenidos de Infoisla han ido ganando en extensión y profundidad. Sin perder su orientación primordial hacia la formación y el empleo, la página ha ido absorbiendo otras informaciones de utilidad para los residentes de la isla. En la actualidad se trata de un sitio web de referencia, que atiende también a los visitantes con una completa guía turística del territorio insular.

Infoisla se ha ganado un hueco entre los medios de comunicación de la isla, con una audiencia estable y en constante proyección de crecimiento. A ella acuden los palmeros para leer las noticias que más les afectan, para recibir sugerencias de ocio y tiempo libre, para publicar anuncios de compra-venta o para debatir con sus conciudadanos de sus problemas más cotidianos.

Casi toda la información que generan las administraciones (desde becas a incentivos fiscales y de ayudas financieras a licitaciones) puede encontrarse en la página. Y otro tanto puede decirse de las iniciativas emanadas de los colectivos sociales e instituciones privadas (programas culturales, jornadas, encuentros, ferias, etc.)

CLAVES DEL ÉXITO

- El conocimiento del territorio. Tras casi una década y media de actividad, la Asociación para el Desarrollo Rural de La Palma atesora una sólida experiencia sobre el funcionamiento de los sectores productivos de la isla, así como sus necesidades y problemas
- La ausencia de un punto de información ciudadana en Internet, que distribuyera entre los residentes la información generada por las administraciones públicas y los colectivos sociales. Infoisla ha venido a cubrir esta necesidad social, convirtiéndose en una valiosa herramienta para difundir este tipo de información.
- La implantación de una bolsa de empleo ágil, sencilla y efectiva, que resulta de utilidad tanto para los desempleados como para las empresas del territorio. Los demandantes pueden conocer las vacantes de forma inmediata, mientras que las pymes han conseguido reducir los costes y plazos asociados a un proceso de selección
- El carácter gratuito de la página, que permite a los colectivos sin acceso a los medios comerciales divulgar adecuadamente sus actividades e iniciativas
- La existencia de un amplio colectivo de mano de obra cualificada, que ha abandonado la isla para completar su formación pero desea mantener el contacto con su mercado laboral
- El peso específico de la población emigrante, que utiliza los medios telemáticos a su alcance para mantener el contacto con sus lugares de origen
- La dispersión geográfica del territorio, que realza el valor de un punto de información único y abierto como el que nos ocupa
- La favorable acogida de las herramientas de participación en el sitio, alimentadas por un caudal de visitas constante y en expansión
- El carácter heterogéneo de los participantes en la entidad gestora. En ADER-La Palma participan los ayuntamientos, el Cabildo Insular, las empresas privadas, las entidades sin ánimo de lucro y los colectivos sociales de la isla. De la interacción entre todos ellos surgen oportunidades e iniciativas que han encontrado en Infoisla el medio adecuado para manifestarse