

SEGÚN UNA ENCUESTA REALIZADA ENTRE 2.075 PERSONAS

## Los españoles consideran caro el precio de su conexión a Internet en relación con su velocidad

La red de blogs Ocio Networks, que cuenta con más de cinco millones de usuarios, ha elaborado por primera vez un Estudio de Hábitos de Internet, en el que se ha entrevistado a 2.075 españoles. Uno de los apartados de esta encuesta analiza la velocidad y los hábitos de navegación por parte de los usuarios, donde destaca que más del 60% de los internautas de nuestro país considera que el precio de la conexión a Internet es caro en relación con la velocidad que se disfruta.

Sólo un 34,4% de los entrevistados ha afirmado que su servicio a Internet es acorde con lo que pagan y un escaso 4,7% dice que es barato. Por Comunidades Autónomas, los habitantes de Navarra, Aragón y Baleares son quienes consideran más excesivo lo que pagan por tener acceso a la Red -en torno a un 70%- mientras que en Murcia, Asturias y sobre todo La Rioja es donde se tiene una menor percepción de que la conexión a Internet sea cara en relación con la velocidad que ofrecen las operadoras.

En este sentido, Alejandro Suarez Sánchez-Ocaña, CEO de Ocio Networks afirma que ésta es una queja histórica y uno de los factores que hacen que España tenga un factor diferencial con el norte de Europa, la enorme brecha digital, en las comparativas de conexiones a Internet. "En nuestro país aún quedan demasiados lugares a los que no llegan las líneas ADSL o éstas siguen siendo de 1 Mb. El precio y la falta de desarrollo en determinadas zonas provoca que la media de conexión en España se situé en el 51% de los hogares, por debajo de la media Europea, que está en torno al 60%", afirma Alejandro Suárez.

Entre los usuarios encuestados, Telefónica se posiciona claramente como el operador mayoritario de servicios de Internet -con un 40%-, seguido de Ono y Jazztel -con un 11,9% y un 5,7% respectivamente-. Al contrario, Movistar y Tele2 se sitúan en la parte baja del ranking, mientras que poco más del 25% de los internautas afirma que se conecta desde otras compañías de telefonía.

### Conectados a Internet desde el domicilio particular

Otro de los puntos interesantes de este apartado de la encuesta es el relacionado con los hábitos de navegación. En este sentido, la gran mayoría de los usuarios entrevistados afirma que navegan por la Red desde el domicilio particular -aproximadamente un 87%- y el 29,3% también lo hace desde el trabajo.

Por otro lado, hay que destacar que un 20,2% de los internautas utiliza el teléfono móvil para conectarse a la Web. El uso del móvil con este fin es mayor entre los jóvenes de 21 a 40 años, conectándose 1 de cada 4 usuarios comprendidos entre estas edades. Además, existen diferencias según las distintas regiones. Navarra y Madrid son las Comunidades Autónomas que más utilizan el teléfono móvil para tener acceso a Internet mientras que Extremadura, Andalucía, Canarias y Baleares, las que menos.

### Más tiempo enganchados a Internet respecto al año pasado

La mitad de los usuarios entrevistados, un 50%, ha afirmado que está más tiempo conectado a Internet respecto al año anterior, lo que supone un incremento de las horas dedicadas a navegar por los contenidos audiovisuales que la Red ofrece. Por otra parte, un 31,8% dice conectarse igual que el año pasado y un 18,2% lo hace en menor medida. Es en Cantabria, Madrid y Aragón donde sus habitantes reconocen pasar mayor tiempo enganchados a Internet, mientras que La Rioja y Navarra son las regiones que más estable han mantenido su tiempo de conexión.

#### Sobre Ocio Networks

Ocio Networks SL es una empresa de capital español, dedicada desde su creación en enero de 2007 a la explotación de blogs comerciales, consultoría, publicidad y desarrollo de negocio digital dentro del ámbito de la web 2.0. Han creado y explotado publicitariamente sus propias publicaciones auditadas por Nielsen NetRatings y certificadas por OJD/Introl bajo la marca Red de Blogs de Ocio Networks.

La red de blogs se crea como una respuesta del viejo Internet 1.0 del que provenía a la web 2.0. Así, Ocio Networks consiste en una red de contenidos temáticos para dar respuesta a un nuevo tipo de usuario, más de nicho, más y mejor segmentado y con otras necesidades, como las de interactuar y no ser un usuario pasivo.

En estos momentos, la red cuenta con 40 blogs sobre distintas temáticas especializadas y ha alcanzado los 5,4 millones de usuarios únicos mensuales. Alejandro Suárez considera que este tipo de publicaciones diarias son el futuro de las revistas técnicas de papel, por lo que apuesta por adelantarse y posicionarse en el sector.

Uno de sus grandes hitos reside precisamente en haberse posicionado como expertos en web 2.0, realizando labores de consultoría sobre Internet y adaptación al medio para algunas de las principales multinacionales con sede en España, Latinoamérica y Estados Unidos. Así, Ocio Networks se ha convertido en una solución global con presencia y ventas internacionales, de hecho, un 40% de la facturación proviene de fuera de España, de países tan diversos como Alemania, Francia y Estados Unidos.

Para el 2010, Ocio Networks prevé cerrar con un 200% de crecimiento en tráfico y un 250% de incremento de los ingresos.