

El ADSL a 20 megas llega a menos del 3% de la banda ancha

Está claro que la altísima velocidad en internet sigue siendo cosa de pocos. De los cinco millones y medio de conexiones de banda ancha que existen en España, menos del 3% se ha contratado a los famosos 20 megas prometidos por la omnipresente publicidad de las operadoras. La escasa disponibilidad es una de las principales razones del lento avance.

La radio y la televisión están plagadas de ofertas para conectarse a internet a velocidades supersónicas de 20 megas. Lo proponen Wanadoo, Jazztel y Ya.com, entre otras, y los precios no son elevados. De hecho, son más baratos que conexiones decenas de veces más lentas, como la de un mega de Telefónica -39 euros, frente a unos 30 euros de sus rivales, que además incluyen llamadas gratis-. Es más, las ofertas de 20 megas de las nuevas operadoras son incluso más económicas que lo que ellas mismas cobran por velocidades menores, ya que en el primer caso disponen de red propia y en el segundo deben pagar un alquiler a Telefónica.

Pero pese a la publicidad, los precios atractivos y la aparente disponibilidad, son muy pocos los usuarios que han optado por ellas. Así lo atestiguan los datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), de los que se deduce que menos del 3% de las líneas de banda ancha -la suma del ADSL y el cable- que había en España a cierre del primer trimestre se conecta a internet a caudales superiores a 10 megas.

La buena noticia es que la velocidad de la banda ancha en España ha evolucionado mucho desde las ofertas iniciales a 128 o 256 kbps. El 92% de las conexiones ofrece capacidades iguales o superiores a un mega, según la CMT. La mala noticia es que la mayoría se quedan ancladas en la más baja de las posibilidades; es decir, en un mega. En esta cota se concentra el 70% de las líneas.

A partir de ahí, la caída es vertical. Menos del 10% de las conexiones paga por velocidades de dos megas y una proporción muy ligeramente superior lo hace por cuatro megas. Entre este nivel y 10 megas, la presencia es casi testimonial, al igual que sucede con las propuestas de velocidades punta. Si los usuarios de banda ancha en España no llegaban a 5,5 millones en la fecha del estudio de la CMT, la realidad es que menos de 165.000 clientes disponían de una de esas conexiones a 20 megas tan publicitadas y de las que los operadores han hecho su carta de presentación.

Por primera vez, además, los datos de la CMT son relevantes y representativos. En el periodo medido no sólo eran varias, sino las más importantes las operadoras que tenían ya en el mercado ofertas de 20 megas. Jazztel fue la más madrugadora y lanzó la suya nada más comenzar el otoño del año pasado; Wanadoo lo hizo muy poco después, mientras que Ya.com se retrasó un poco y se acercó al cambio de ejercicio. La última en sumarse a la pelea fue Telefónica, que a finales de enero sacó al mercado su propuesta de 20 megas, aunque a precios más altos que sus rivales y como un producto destinado a pymes.

Con este escenario y siendo más baratas las ofertas de 20 megas que la de uno, ¿por qué el alcance es todavía limitado? Una de las principales respuestas está en la disponibilidad. La letra pequeña de todas estas propuestas incluye una salvaguardia. Las velocidades más avanzadas requieren que el operador que las vaya a proporcionar haya desplegado su infraestructura y la haya implantado en una central de Telefónica cercana al hogar del interesado, algo que requiere tiempo y elevadas inversiones. Por ahora, este avance es lento, así que pese a la apariencia de disponibilidad generalizada, la situación real es muy distinta y la posibilidad de contratarlas se limita a determinadas zonas de grandes ciudades.

Otra cuestión son las velocidades reales de estas ofertas. Por supuesto, las capacidades anunciadas son nominales y teóricas, hasta el punto de que la publicidad hace hincapié en que son valores máximos. La conexión real del usuario suele ser bastante más lenta, lo que también ha provocado algunas bajas entre clientes que tienen acceso a estas ofertas y las han probado, pero luego han optado por propuestas con menos megas, pero con caudal asegurado. El cable frena la mejora y pierde cuota de mercado

Por ahora, las operadoras de cable se han quedado mayoritariamente al margen de la pelea por las velocidades superiores a los 20 megas, pero no de la dura competencia que hay en el mercado de la banda ancha. Con capacidades velocísimas o sin ellas, las empresas de cable son uno de los grandes actores del sector y en los últimos tiempos con su estrella en descenso.

La irrupción en el negocio de competidores como Wanadoo, Ya.com o Jazztel pasó factura a este segmento, representado mayoritariamente por Ono. Desde el segundo trimestre de 2004, estas empresas venían perdiendo cuota de mercado, tanto por la pujanza de las nuevas operadoras como por la fortaleza de Telefónica. En el último trimestre del año pasado la situación cambió y el cable recuperó cuota por primera vez en año y medio. Pero con el inicio del ejercicio ha vuelto la evolución tradicional. Este sector ha reducido su cuota de mercado al 22,8% de la banda ancha en el primer trimestre, frente al 23,4% con el que cerró 2005, según los datos de la CMT.

Esta vez, la ganadora absoluta ha sido Telefónica, que eleva su cuota de mercado entre las líneas de banda ancha hasta el 55,8%. Y es que, según el regulador, también las nuevas operadoras flaquearon al inicio del año y, por segundo trimestre consecutivo, han perdido representación en el número total de usuarios de internet a alta velocidad.

[Cinco Dias](#)

Fecha artículo: mar 22 ago 2006 07:15:00 CEST

Cristino Martos, 4
28015 Madrid

Tel 91 540 92 82 Fax 91 548 28 10
comfia@comfia.ccoo.es