

## **AT&T and Time Warner. Angling for the future of TV. A huge merger tries to follow the change in the way people watch television**

Enviado por David Aguilar en Dom, 02/12/2017 - 22:22

### **Cita:**

The Economist [2016], "AT&T and Time Warner. Angling for the future of TV. A huge merger tries to follow the change in the way people watch television", *The Economist*, London, 29 de octubre, <http://www.economist.com/news/business/21709345-huge-merger-tries-follow...> [1]

### **Fuente:**

The Economist

### **Fecha de publicación:**

Sábado, Octubre 29, 2016

### **Revista descriptores:**

Estudios de caso: actividades - empresas [2]

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

### **Tema:**

La fusión de AT&T y Warner abre una nueva etapa de la industria de la televisión

### **Idea principal:**

Netflix y Amazon ofrecen contenido de *video a la carta*. Gastan miles de millones de dólares comprando programas de televisión y películas para venderlas directamente a los espectadores para que las disfruten cuando quieran y en cualquier dispositivo.

Las compañías de radiodifusión están dispuestas a pagar más para mostrar eventos deportivos en vivo y a invertir más en la producción de programas de televisión.

Ello ha estimulado la fusión de una empresa de telecomunicaciones con una empresa de medios. AT&T anunció el 22 de octubre una oferta para fusionarse con Time Warner, propietario de HBO, CNN y el estudio Warner Brothers, por un valor de 109 mil millones de dólares. Este acuerdo sucede después de la compra de NBC Universal por parte de Comcast en 2011, por un valor de 30 mil millones.

Esta no sería la última fusión entre compañías de este tipo. En Disney, Bob Iger reflexionó recientemente acerca de la necesidad de llegar a los consumidores directamente, lo que lleva a muchos a especular que quiere comprar Netflix, con un valor de mercado de 54 mil millones.

AT&T es el segundo mayor operador de telefonía móvil en Estados Unidos, detrás de Verizon Communications. El año pasado, AT&T llevó a cabo la compra de DirecTV por 48.5 mil millones, convirtiendo a la compañía en la mayor distribuidora de televisión de paga con 25 millones de

suscriptores en Estados Unidos.

Cada vez más personas optan por dejar de pagar servicios de televisión de paga y optan por cambiar a servicios de streaming de video.

AT&T no será capaz de ofrecer contenido de Warner exclusivo para sus clientes. Venderá las licencias a tantos distribuidores como sea posible con el fin de aumentar sus ingresos, del mismo modo que lo hace actualmente la propia Warner. Tampoco será capaz de obtener ese contenido a un precio preferencial para ofrecerlo mediante DirecTV, debido a las cláusulas de los contratos de televisión de paga.

Randall Stephenson, presidente ejecutivo de AT&T, anunció el 25 de octubre un nuevo servicio de streaming, DirecTV NOW, que ofrecerá más de 100 canales de televisión por \$35 al mes, lo cual es mucho más barato que los paquetes que ya existían. Esta capacidad de reducir los precios muestra grandes beneficios para los consumidores.

En 2015 las autoridades antimonopolio bloquearon la adquisición de Time Warner Cable por parte de Comcast por 45 mil millones. En este sentido, algunos políticos han expresado su preocupación acerca de la transacción AT&T – Warner debido a que piensan que estas operaciones perjudican a los consumidores.

Stephenson dice que su objetivo es fomentar una mayor competencia. Se tiene pensado el despliegue de la tecnología inalámbrica 5G en los próximos años para dar a los consumidores una nueva opción de banda ancha móvil.

Apple también podría entrar en el negocio de la producción tal y como lo ha hecho Netflix, invirtiendo miles de millones más en la programación.

### **Datos cruciales:**

Los estadounidenses están viendo televisión 11% menos que hace seis años, y aquellos entre 12 y 24 años más de 40%. Una gráfica muestra este comportamiento. Se observa el cambio porcentual de horas viendo la televisión de los ciudadanos estadounidenses por grupo de edad.

El año pasado la televisión de paga perdió más de un millón de suscriptores, aproximadamente 1% del total en Estados Unidos.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

Con la aparición de nuevas tecnologías y nuevos sistemas de entretenimiento, la industria de la televisión ha tenido que comenzar a transformarse para continuar generando las ganancias habituales. Nuevos servicios de video como Netflix han llegado a revolucionar la industria, generando nuevos modos de interacción de los usuarios con el servicio a precios más bajos. Esto obliga a las empresas más importantes dentro de la industria a continuar innovando y estableciendo estrategias para continuar en la vanguardia del sector. Esto genera gran concentración de capital, existiendo cada vez menos empresas importantes gracias a la famosa competencia capitalista, regulada supuestamente por el Estado.

El proceso de "convergencia tecnológica" entre informática, telecomunicaciones y televisión

muestra que la concentración de capital no es una mera adición de recursos, sino la creación y realización de bases productivas que empujan a los actores más poderosos.

---

**Source URL (modified on 13 Febrero 2017 - 10:34am):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1212>

#### **Links**

[1] <http://www.economist.com/news/business/21709345-huge-merger-tries-follow-change-way-people-watch-television-angling>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>