

Fecha 20.12.2016	Sección Revista	Página 38
---------------------	--------------------	--------------

QUIÉN TEME A AT&T

Con la multimillonaria compra de Time Warner, puede ser la única empresa en México que posea las redes de telecomunicaciones y contenidos de éxito mundial.

POR: Liliانا Corona

Es la noticia empresarial más importante del año: AT&T anunció, a finales de octubre, la compra de Time Warner por 108,700 millones de dólares (MDD), en un acuerdo que dará lugar a un gigante global de las telecomunicaciones, los medios de comunicación e internet.

La operación, aún pendiente de ser aprobada por las autoridades reguladoras, será la mayor del año, por encima de la adquisición de Monsanto por parte de Bayer. Para la empresa estadounidense de telecomunicaciones AT&T, es su movimiento más importante desde que, en 2014, comprara el servicio de televisión por satélite DirecTV, por 49,000 MDD.

Este trato tendrá repercusiones en México, un país donde AT&T opera desde 2015, cuando concretó las adquisiciones de Iusacell y Nextel. Con Time Warner, dueña de las cadenas de televisión CNN y TNT, de los canales HBO y TBS, de los estudios de cine Warner Bros, y de DC Comics y Cartoon Network, entre otros activos, logrará ser una de las pocas empresas del sector que posea tanto redes de transmisión como compañías de generación de contenidos.

Si recibe la autorización, la empresa que dirige Randall Stephenson será la envidia de Televisa y de América Móvil. En México, esta compra implica que AT&T podrá ofrecer los contenidos de HBO -series como *Game of Thrones*- y las producciones de Warner Bros a sus clientes móviles.

“Sería un operador plenamente convergente. Ahora, AT&T tiene las redes, tiene los servicios y le faltan los contenidos, sobre todo, contenidos de calidad que el usuario

esté dispuesto a pagar por ellos”, considera Jorge Bravo, director editorial de Mediatelecom Policy & Law.

Esto le permitirá competir frente a las empresas que ya ofrecen contenidos vía internet -conocidos como *over the top* (OTT)-, con Televisa, que no cuenta con redes móviles, y con América Móvil, que posee las redes pero no los contenidos.

Tras la compra, AT&T podrá enfrentarse, cara a cara, con Netflix, Claro Video, Blim y otras plataformas. Sin embargo, no tiene redes fijas, que son básicas para proveer el servicio de video bajo demanda. “El video está acotado para los consumidores. No puedes ver Netflix (en dispositivos móviles) o si lo quieres ver, te vas a agotar tu plan de datos en tres segundos (...), y también depende del ancho de banda”, explica Radamés Camargo, experto en telecomunicaciones en The Competitive Intelligence Unit.

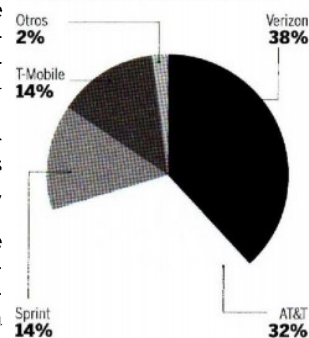
En México, AT&T tiene el ingreso promedio por usuario más alto, con 385 pesos por cliente, por arriba de Telcel y Movistar, con 191 y 84 pesos, respectivamente.

Por otro lado, la empresa es dueña de DirecTV, firma de televisión de paga vía satélite que opera en 11 países de Latinoamérica. En México, a través de esta compañía mantiene una participación en Sky, aunque no ha revelado si la compra de Time Warner beneficiará, de alguna manera, a esta compañía, que en el país opera en una asociación con Televisa. La empresa que lidera Emilio Azcárraga Jean domina este mercado de la televisión de paga, con 60% del sector, pero no puede distribuir sus contenidos en dispositivos móviles por sí misma, al no tener una concesión para ello.

“**AT&T PODRÁ OFRECER A SUS CLIENTES PROGRAMAS DE HBO Y PELÍCULAS DE WARNER.**”

“**Un nuevo gigante**

AT&T, la segunda mayor compañía de su sector, adquiere Time, la segunda cablera de su país. Participación de mercado en Estados Unidos.



FUENTE: Comisión Federal de Comunicaciones de EU.



Fecha 20.12.2016	Sección Revista	Página 38
---------------------	--------------------	--------------



A LA ESPERA. La compra necesita el visto bueno de las autoridades de Estados Unidos.