

Google y Amazon fuman la pipa de la paz

Los dos gigantes de la tecnología han decidido una tregua, y anunciaron que por fin regresa el soporte multiplataforma para ambos servicios de transmisión de video, incluyendo Prime Video en Chromecast y Android TV, al igual que soporte para YouTube en Amazon Fire TV y televisores inteligentes con Fire TV incorporado.

Aunque Prime Video ya estaba disponible en un número limitado de dispositivos de Android TV, ahora se expandirá el soporte para esta plataforma.

Vale recordar que el conflicto entre Google y Amazon conllevó a que la segunda se negara a ofrecer a la venta en línea de ciertos dispositivos de Google. Por su parte, la firma que comanda **Sundar Pichai tomó represalias al negar acceso a YouTube desde dispositivos de Amazon, como el Echo Show y los Fire TV.**

Aunque la relación entre las compañías ha comenzado a descongelarse, no se encuentra todavía en los niveles que los inversionistas quisieran ver. Ninguna de las compañías, por ejemplo, ha ofrecido una línea de tiempo para el regreso de YouTube a Echo Show, o para que una gama más amplia de dispositivos de Google esté disponible en Amazon.

Listos ante la competencia

Este anuncio llega en el preciso momento en que llegarán nuevos servicios en streaming de video como es el caso de **Apple TV Plus y Disney Plus**. Se espera que estos servicios estén disponibles en una amplia gama de dispositivos de transmisión, incluidos Roku, y la mayoría de las principales plataformas de televisores inteligentes. Por tanto, **los consumidores se enfrentarán con la decisión de elegir el dispositivo que usarán y los servicios de transmisión a los que se suscribirán.**

Si esa elección termina impidiendo el acceso a Prime Video o a YouTube, podría perjudicar a ambas compañías.

Alternativamente, si la gente siente que no hay razón para confiar en que su dispositivo Chromecast o Fire TV funcionará bien con Prime Video o YouTube en el futuro inmediato, simplemente podrían optar por comprar un Roku, que ofrece soporte para prácticamente todas las plataformas de transmisión. Tanto Google como Amazon podrían terminar atrapados en una marea de posibilidades de elección, algo que ambas entidades seguramente prefieren evitar.