

HOY
MENSUAL DE FONDOS Y PENSIONES

EL PRÓXIMO SÁBADO



MANUAL DE PENSIONES Y PLANES PRIVADOS 2022
P18-19

Los directivos de aseguradoras y bancos compran en Bolsa P21

Telefónica mira a EEUU para reforzar su financiación P2 y 4



Sam Bankman-Fried.

El colapso de FTX pone a sus auditores en el punto de mira P16

Coca-Cola apuesta por Zero y Monster P6

Apollo, Blackstone y KKR deprecian sus carteras en 20.000 millones P8/LA LLAVE

Por qué se esfuma la vivienda en alquiler
OPINIÓN Miguel Cardoso
Precio de la vivienda: ¿hacia dónde? P24

ANÁLISIS
Por Salvador Arancibia
El Bundesbank abre la puerta a una mayor colaboración fiscal europea P17

HOY
Expansión Start Up
Emprendedores y grandes empresas, una conexión que funciona

Eterlast, iF Lastmile, AllRead y Groupe Positive, nuevas rondas



OPINIÓN
Por Tom Burns
Intereses nacionales en Bali P39

RADIOGRAFÍA DE LAS SOCIMIS

Merlin, Colonial y Lar: ajuste de valor por los tipos

Las Socimis españolas se enfrentan a un ajuste a la baja en el valor de sus activos ante la subida de tipos de interés y la potencial recesión. Colonial, Merlin y Lar España, co-

tizadas en Bolsa, suman activos por casi 27.000 millones y tienen unos 9.500 millones de deuda. El efecto del ajuste se producirá a partir de final de año. P3 y 4/LA LLAVE

Las grandes Socimis han protegido balances con una reducción de su apalancamiento

En el BME Growth cotizan 80 Socimis con casi 20.000 millones en inmuebles

La subida de las rentas por la inflación podrá amortiguar las caídas de valoración

Maxam vende su división de defensa a Rheinmetall por 1.200 millones

Expal Systems, compañía española especializada en explosivos militares del grupo Maxam, ha sido adquirida por el gigante alemán Rheinmetall por 1.200 millones. Expal factura al año 350 millones y cuenta con más de mil trabajadores. A partir de ahora, Maxam se centrará en su negocio civil. P9



Expal factura 350 millones al año, lo que supone el 25% del total del grupo Maxam

Expal Systems cuenta con más de 1.000 trabajadores.



Ana Botín.

Santander prevé captar 30.000 millones de ahorro en Europa P15

Alerta energética ante 35 días críticos este invierno en España

P5/LA LLAVE



Muricio Szynsky

RICARDO MOURINHO FÉLIX

Vicepresidente del Banco Europeo de Inversiones

“El riesgo de una crisis de deuda es marginal; Europa es hoy muy diferente”

“ La política monetaria y la presupuestaria no pueden trabajar una contra otra”

“ El año que viene podemos tener una situación social más tensa”

P22-23

DIRECTIVOS

Más negocio a la vista para Netflix, Disney+, HBO...

GESTIÓN En España, esta industria duplicará sus ingresos en los próximos años.

L. Junco, Madrid

Afectados por el avance continuado de la inflación, los consumidores miramos con lupa los gastos de la cesta de la compra, del gas, de la electricidad, de la ropa... Mucho más aún si se trata de ocio, que ya sea por recordatorio o sentido común, resulta la partida más afectada en tiempos de crisis. Aquí podemos incluir el uso que hacemos del contenido audiovisual como Netflix, Disney+, Amazon Prime Vídeo o HBO, que son las primeras enseñanzas que vienen al imaginario al hablar del mercado de la suscripción. La mayoría de estas firmas encadenan meses consecutivos de caída en el número de suscriptores, impacto que buscan amortiguar subiendo tarifas y añadiendo a su oferta paquetes más económicos que incluyen publicidad –y en algunas ocasiones, también un contenido más limitado–.

No obstante, una caída en el número de suscriptores no implica que el negocio esté en crisis. Prueba de ello es que a pesar de perder un millón de miembros hasta junio, Netflix logró aumentar su cifra de negocio un 9% hasta esa misma fecha. Del lado contrario, Disney+ anunció la semana pasada que había sumado 14,6 millones de suscriptores en su negocio de *streaming* el cuarto trimestre, alcanzando los 235,7 millones de socios y superando los 227 millones de Netflix; sin embargo, sus pérdidas operativas en este segmento han aumentado en 800 millones, hasta los 1.500 millones de dólares. No por el número de suscriptores, sino por el aumento de la inversión en contenidos y los gastos de marketing.

Pero este modelo de negocio va más allá del *streaming*. De hecho, se trata de un sector "muy afianzado. Las previsiones económicas auguran un ajuste en los servicios a los que están suscritos los usuarios, pero no es un modelo en crisis. Así, en España, esta industria va a más que duplicar los ingresos en los próximos tres años, por encima de lo que sucederá en el mundo y en Europa, que como hemos visto también, crecerá de forma considerable", asegura Roberto Monge, COO de Telecoming. Según el análisis sobre la evolución y perspectivas del modelo *Subschronomics* elaborado por Telecoming, compañía que desarrolla tecnología de monetización de servicios de entretenimiento y deporte, la economía de la suscripción en nuestro país tendrá un crecimiento interanual del 21% entre 2022 y 2025, pasando de



LOS NUEVOS PAQUETES YA ESTÁN AQUÍ

La semana pasada, Netflix estrenaba en España, apenas una semana después de su lanzamiento en EEUU, su plan con publicidad, que está disponible para nuevos usuarios o ya suscritos a un precio de 5,49 euros al mes, 2,5 euros menos que el plan básico sin anuncios, pero que deja fuera títulos como 'The Crown' (que acaba de estrenar su quinta temporada) o 'Peaky Blinders'. Disney+, por su parte, comenzará elevando sus tarifas en tres dólares en EEUU a partir de diciembre, pasando de los 8 dólares mensuales a los 11. Este plan, además, incluye publicidad, cuatro minutos de anuncios por hora de consumo.

los 4.582 millones de dólares que facturará en 2022 a los 9.642 millones que se alcanzarán en 2025. A nivel global, según Juniper Research, en 2025 habrá más de 3.829 millones de suscripciones activas, un mercado que moverá 481.388 millones de dólares en facturación.

Ya sea en muebles, flores, móviles o tecnología, las plataformas de suscripción que crecen son las que ofrecen un modelo de consumo que abarata los costes al usuario. La ventaja principal del este modelo de negocio es que se trata de una venta única que se convierte en recurrente y, por lo tanto, un flujo continuado de ingresos de forma periódica. "En un escenario como el actual, los consumidores mantendrán en cartera aquellas suscripciones que supongan un claro ahorro respecto a otras alternativas, como es el caso de la movilidad por servicios o el *cloud gaming* frente a los videojuegos en formato físico", por citar algunas ejemplos, según comenta Monge.

Si ahora Netflix, Prime Vídeo o Apple+ deciden subir precios, "la

En España, este modelo de negocio tendrá un crecimiento interanual del 21% hasta el año 2025

En 2025 habrá más de 3.829 millones de suscripciones activas en todo el mundo

oferta de cada servicio será determinante en la decisión final del cliente, pero también la tecnología: a igualdad de contenidos, el usuario se decantará por aquellos que sean más abiertos y compatibles [la limitación a compartir contraseñas de Netflix, por ejemplo, no ayudaría]. El usuario simplificará su oferta optando bien por un servicio que o tenga valor diferencial en su contenido o en tecnología", añade el ejecutivo de Telecoming.

De hecho, Disney+ asegura que esa inversión en mejorar su contenido

de *streaming* será la que le permita obtener su primer beneficio en 2024, salvo que se produzca un "cambio significativo" en la economía, según dijo su CEO, Bob Chapek. Pero, ojo, "las firmas de *streaming* tendrán también que prestar más atención a las funcionalidades de la interfaz para evitar el riesgo potencial de que nuevos usuarios cancelen la suscripción después de un título. Si no se les da facilidad para encontrar un nuevo título que les guste, independientemente de la calidad del contenido, es más fácil que se den de baja", advierten desde Kantar. La interfaz y la recomendación se convierten en herramientas fundamentales de retención. "Tener un buen título puede motivar el crecimiento, pero la retención es el mayor reto".

No se trata, por lo tanto, de una crisis del modelo de negocio, sino que, con creciente número de jugadores, hay que encontrar éxito en la fidelización de los mismos. Y eso pasa por mejor contenido y oferta y mejor tecnología.

PISTAS



El Bar Grand Siècle del Wellington, también en casa

El Hotel Wellington de Madrid ofrece trasladar su Bar Grand Siècle al lugar que decida cada cliente gracias a una propuesta irresistible. Un camarero llevará una botella de Grand Siècle Iteración N°25 par Laurent-Perrier acompañada de una selección de productos *gourmet*, desde Jamón Ibérico con pulpa de tomate y pan crujiente a Terrina de foie de pato y pan de especias, a la oficina o a una cena con amigos o con la familia. ¿Su precio? 500 euros.

Nuevo recetario de postres caseros

Nuestros postres (Alianza) es el nuevo libro de Inés Ortega, hija de Simone Ortega, y su nuera Marina Rivas, formada en Le Cordon Bleu. Con 203 recetas, el quinto proyecto editorial conjunto está dividido en dos grandes capítulos: el primero está dedicado a las propuestas más actuales y saludables, como las bolitas energéticas de almidón; el segundo a la repostería clásica, con sugerencias como arroz con leche o tarta de Santiago.

Un homenaje a Bembibre, en El Bierzo Alto

Dominio de Tares, una de las bodegas pioneras de la D.O. Bierzo, también fue de las primeras en elaborar un vino de villa elaborado con mencia. Como homenaje a Bembibre, capital de El Bierzo Alto, una zona única en la que la variedad muestra su mayor potencial, llega al mercado Bembibre 2018, un vino de color rubí intenso, con aromas complejos y profundos y que en boca es equilibrado, denso y con posgusto de ciruela negra.