




Manuel es cocinero...



y también es **Bankero**

Català | Castellano | Comunidad Valenciana



**Economia digital**

ACTUALIDAD | OPINIÓN | MERCADOS | **NOMBRES** | PROPUESTAS | BARCELONA CONFIDENCIAL

## ENTREVISTAS

Inicio | Entrevistas | "El papel no tiene futuro, está en las aplicaciones para móviles"



### "El papel no tiene futuro, está en las aplicaciones para móviles"

» Cristina Farrés

David González dirige **Anuntis** desde su creación, en 1983. Hace seis años renovaron por completo la compañía: cerraron 200 publicaciones de anuncios clasificados y inauguraron varios portales que les han generado unos ingresos de 58,4 millones de euros en el último ejercicio, el 17% más que en 2009

David González Castro

- Enviar 0 Comentarios
- Imprimir
- Leer más tarde
- Enviar Corrección

#### Perfil

#### David González Castro

Cofundó con algunos miembros de su familia Anuntis en 1983. Ahora, preside el grupo y es el impulsor de su transformación a medio digital

08/07/2011 00:00

#### Economía Digital: ¿Cuándo se dieron cuenta de que tenían que cerrar todas las publicaciones en papel?

David González: Teníamos la empresa de clasificados más importante del Estado, pero en 1998 nos dimos cuenta de que todo evolucionaba hacia Internet y que lo que publicábamos llegaría a las casas por un cable. Realizamos una inversión muy importante y nunca hemos parado. En seis años transformamos de pies a cabeza la compañía, en 2003 las ventas *on line* llegaban al 4% y en 2009 eran el 100% de la facturación de Anuntis.

#### ED: ¿Aún imprimen alguna publicación?

DG: No. En 1998 analizamos las tendencias con la información que teníamos en la mano y el escenario de futuro que salió era apostar muy fuerte por Internet. Y lo hicimos; es cosa del *espíritu emprendedor*. En 2008 cerramos todas las publicaciones en papel y en 2009 nos transformamos en líderes de los clasificados digitales con los portales [Segunda Mano](#), [Fotocasa](#), [Coches.net](#) y [Motos.net](#). Somos personas y siempre nos podemos equivocar, pero tomamos la decisión acertada y a tiempo, los resultados del grupo así lo demuestran.

#### ED: ¿Cómo han cerrado el ejercicio de 2010?

DG: Con unos ingresos de 58,4 millones de euros, el 17% más que en 2009. Anuntis es la segunda compañía con más páginas vistas, según [OJD](#): 880 millones al mes. Lo que supone crecer el 85% en un año. Además, en España tenemos 13 millones de usuarios únicos mensuales. A lo largo de 2010 la plantilla ha crecido en 50 personas, llegando a los 650 trabajadores. En plena crisis también hemos ganado clientes. Superamos los 14.000, el 18% más que en el ejercicio anterior.

## LO MÁS COMENTADO

5 comentarios

**La carrera contrarreloj del candidato Rubalcaba**

PUBLICIDAD

**Nómina multiEstrella**

Ahora, disfrutarás más de tu tiempo libre



**"la Caixa"**

## RANKING

Más leído Más comentado

#### Información

- Sinde es Darth Vader
- "El papel no tiene futuro, está en las aplicaciones para móviles"
- Clesa no quiere Cacaolat en manos de Vichy Catalán
- Facebook integra el videochat con Skype
- La ingeniería de Ficoso y Comsa-Emte, ¿un centro 'low cost'?

#### Opinión

- Cambiemos el subsidio de desempleo
- La carrera contrarreloj del candidato Rubalcaba
- Hemos salvado el euro

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

**ED: ¿Cómo explican este éxito? ¿Cuál es el punto fuerte de la compañía?**

DG: En primer lugar por los contenidos que ofrecemos. Que Fotocasa, por ejemplo, tenga 800.000 inmuebles llama a mucha gente, ya que tiene más donde elegir. La herramienta también es muy importante. Es sencilla de usar y da la solución que tú quieres en seguida. Finalmente, nuestra marca es muy fuerte; se conoce, da confianza y los usuarios deciden anunciar sus ofertas con nosotros. Las barreras que existen en Internet son menos fuertes que las del papel, pero también existen: contenido, marca y innovación. Por esto siempre tienes que ofrecer soluciones nuevas.

**ED: En los últimos tres años han invertido 12,9 millones de euros en Anuntis. ¿Cómo se han gastado?**

DG: Una parte se han destinado a mejorar la herramienta, pero la mayoría a preparar mejor el día de mañana. Ahora estamos apostando fuerte por los terminales móviles. En Anuntis creemos que habrá una segunda revolución de Internet: la de los móviles, por eso invertimos en desarrollar aplicaciones. Las redes sociales están acelerando esta revolución, nuestro tráfico cada vez aumenta más en dispositivos como iPhone o iPad. El papel no tenía futuro, está en las aplicaciones móviles. En estos momentos entre el 8 y el 10% de las visitas de nuestros portales vienen de dispositivos móviles, pero pensamos que en los próximos dos años crecerá hasta llegar al 30%.

**ED: ¿Tienen aplicaciones específicas?**

DG: Estamos en pleno proceso de desarrollo. Están en el mercado, pero se tienen que mejorar.

**ED: ¿Trabajan dentro de un departamento propio o es un servicio externalizado?**

DG: Hacemos todo el trabajo desde Anuntis. Creemos firmemente que esto es nuestro *core business* y se tiene que quedar dentro del negocio. Empezamos con los dispositivos móviles, pero el siguiente paso es la televisión. Internet va a llegar en breve y tendrá una usabilidad increíble, todo estará conectado. Por eso empezaremos a trabajar en este campo.

**ED: ¿Se plantean llegar a otros sectores?**

DG: Por el momento, no.

**ED: Antes eran propietarios de Infojobs. ¿Por qué lo vendieron?**

DG: Porque era una opción que tenían nuestros socios. En ese momento podían escoger entre quedarse con Infojobs o el 12% de Infojobs y el 12% de Anuntis. Estaba pactado desde hacía tiempo. Ahora en España somos propietarios de Laboris, que es el segundo portal de trabajo. Además, Infojobs Brasil sigue siendo nuestro y en estos momentos es el primero en número de vacantes y currículums.

**ED: ¿Cuál es el accionariado de Anuntis?**

DG: El 76% del capital está en manos de Schibsted, una compañía noruega de comunicación, y el 24% restante de los accionistas iniciales. Los minoritarios también tenemos el control de la gestión.

**ED: ¿Se plantean ampliarlo?**

DG: Existen opciones en el futuro, pero ahora mismo no hay ningún movimiento ni motivo por el que nos planteemos cambios corporativos.

**ED: ¿Cuál es el perfil del trabajador de Anuntis?**

DG: Una parte muy importante son programadores y otros vendedores. Todos nos hemos transformado, incluso yo, para pasar del negocio del papel al digital. Y ahora queremos ser los mejores en este sector. Tenemos una plantilla muy joven, una rotación muy baja y un clima laboral muy bueno. En el último *Great Place to Work* conseguimos una valoración de 7,5. A los emprendedores siempre nos preocupan mucho estas cosas.

**ED: ¿Qué otros elementos aporta el 'espíritu emprendedor' a la dirección de una empresa?**

DG: No está muy reconocido por la sociedad española. En Estados Unidos poner en un currículum que has creado tres empresas y las has cerrado te aporta un valor muy grande, ya que tienes mucha experiencia. Aquí, se te cuelga la etiqueta de fracasado, pero son los que están creando sitios de trabajo. El *espíritu emprendedor* te hace ser muy inquieto y ser más valiente.

**ED: ¿Qué significa "ser valiente" para Anuntis?**

DG: Queremos convertir Infojobs en la primera bolsa de trabajo en Brasil, que es uno de los mercados de Internet más importante del mundo. Es un reto personal muy importante. También nos queremos convertir en los líderes de clasificados para dispositivos móviles.

**ED: ¿Se han encontrado con techos en el mercado de Internet en España?**

DG: No, con la excepción de que tenemos la ADSL más cara de toda Europa. Y esto provoca que la penetración no sea tan grande como en otros países.

**ED: ¿Cómo han mantenido los ingresos publicitarios?**

DG: Nuestros anunciantes se dedican a la compra-venta de pisos y vehículos, y ahora mismo no tienen las cosas demasiado sencillas. Hemos tenido muchas bajas, pero somos una de las mejores alternativas que hay en el mercado por nuestra eficiencia y los precios competitivos. En los últimos años hemos bajado las tarifas, ofrecemos más valor por menos dinero.

**ED: ¿Ésta ha sido la fórmula para hacer frente a la crisis?**

DG: Una de ellas. Hemos sufrido, nuestro crecimiento menguó en 2009 pero nos hemos levantado aplicando pequeñas medidas de ahorro. Creo que es gracias a nuestra experiencia en la gestión. No hay demasiados empresarios de Internet que vivieran la crisis de 1993, creo que soy el único. Entonces también sufrimos mucho, pero de forma diferente. Tenemos que trabajar más, mejor y ser más eficientes. La gente lo ha entendido y por eso hemos cerrado el ejercicio en positivo.

**ED: ¿Qué medidas han aplicado?**

DG: Muchas y muy pequeñas. Llegamos a detalles como no facturar nada físicamente, cosas que parecen muy tontas pero que permiten ahorrar y ser más eficiente. Para una compañía como la nuestra es muy importante y un trabajo de todo el equipo. Por todo esto es básico que la gente esté motivada y tengamos un buen ambiente laboral.



Nombre\*

Comentario\*

Código\*  