



Economía_Entrevista



González Castro empezó su aventura empresarial en una portería en el año 1983. / Chema Barroso

David González Castro, presidente y fundador de Anuntis

“En cuatro o cinco años existirá una falta de oferta en nuevas viviendas”

Alberto Gordo. Madrid
Aunque “la gente está cansada de hablar de la crisis”, a este barcelonés de 44 años le sigue dando “cierto pudor” explicar lo bien que le va. *Segundamano.es*, *Fotocasa.es* o *Coches.net* son algunos de los 17 portales que dirige en todo el

-Ahora se compra menos. ¿Notan que los usuarios entran en Internet sólo para orientarse sobre cómo está el mercado?
-La verdad es que eso no lo controlamos, aunque sí que sabemos la cantidad de personas que contactan a través de nosotros,

tales. ¿Se apoya en España ese liderazgo?
-España funciona, pero hay deficiencias aún, como los sistemas de pago, que han de desarrollarse todavía mucho más. Aunque la ventaja es que nuestro modelo de negocio no se nutre de internautas, sino de la posibilidad de que los ciudadanos tengan un sitio donde anunciarse de forma gratuita. Nuestro modelo es publicitario: nos financiamos a través de las empresas que se anuncian en nuestros portales.

-Centrándonos en el tema de la vivienda, los datos apuntan a una estabilización. Como actor de ese mercado, ¿lo ve así?

-Más que eso, creemos en una estabilización de los precios a partir de ahora, que oscilarán entre los 2.300 y 2.400 euros por metro cuadrado. Además, las promotoras que figuran entre nuestros clientes perciben ya un clima de optimismo. También creemos que los precios van a volver a subir a partir de 2011.

-¿Y volveremos a los precios anteriores a la crisis?

-Yo creo que tarde o temprano llegaremos, la cuestión es cuándo. Habrá una falta de oferta de nuevas viviendas para los años 2014 y 2015, porque, ahora, la falta de financiación está evitando que se inicien obras. Además, la

“Las empresas se están dando cuenta de la importancia que tiene Internet”

mundo. Más de 600 millones de páginas vistas al mes son la tarjeta de visita de esta gran compañía online que ha conseguido sortear la crisis a pesar de haber vendido uno de sus productos estrella, *Infojobs.net*, el pasado noviembre. “Cobrábamos a las empresas y los resultados dejaron de ser tan positivos”, arguye, justificando la venta.

-¿Cómo les ha ido este último año?

-La crisis nos ha afectado. Veníamos de crecimientos anuales en Internet del 50% o 60%, y ahora, aunque siguen siendo positivos, no son como eran. Además, nosotros trabajamos en sectores como el inmobiliario o el de la automoción. No obstante, por ejemplo, a *segundamano.es* le beneficia la crisis, como es lógico.

que le aseguro son muchas. Y nuestro balance se basa en la información de mucha gente que vende y muchísimos usuarios que compran. Las empresas se están dando cuenta de la importancia de estos canales. Si, antes, una inmobiliaria tenía un 80% de inversión en propaganda *offline*, ahora se da el caso contrario y donde invierten es en promocionarse *online*.

-¿Diría que las empresas han ido por detrás en el desarrollo de Internet?

-Se han lanzado cuando la audiencia ya era muy grande. Ahora es muy atractivo para ellos. Ven a los cuatro millones de usuarios únicos al mes que tiene *Fotocasa.es* como potenciales compradores. **-Sois los primeros en muchos de vuestros por-**

“Los precios de los inmuebles se han adaptado a las necesidades, pero no subirán hasta 2011”

-Nosotros lo que creemos es que el mercado se ha adaptado a las necesidades. A través de las estadísticas mensuales que publicamos sobre el precio de la vivienda, sabemos que, desde abril de 2007, los precios han caído fuertemente y que, por fin, estos meses de enero han tenido un cierto repunte.

-¿Quiere decir que el ajuste ha terminado?

demanda va a seguir subiendo.

-¿Es esa la fecha en la que se absorberá, por fin, el ‘stock’?

-Más o menos. Aunque la demanda no va a subir muy rápido, se irá vendiendo. Quedan muchos pisos usados por vender, los bancos tienen aún un gran *stock*. Sólo en *Fotocasa.es* hay unos 400.000 inmuebles a la venta.

LOS INICIOS

Inversión y evolución tecnológica constante

“A diferencia de los americanos, no empezamos en un garaje, sino en una portería, en el año 1983”, recuerda González Castro. Comenzaron con la publicación, en papel, de clasificados, y entre 1997 y 2000 dieron el salto a Internet. Después de “pasarlos mal los dos años siguientes, se puede decir que en 2004 triunfamos en la Red”, afirma. Cofundó Anuntis con miembros de su familia, compaginando sus estudios en el sector de las artes gráficas, y ha sido galardonado en numerosas ocasiones con varios premios dentro del ámbito de Internet. Su fórmula: “Diversificación de productos, expansión de nuevos mercados y adaptación tecnológica de la compañía”. Aunque reconoce que, en España, la inversión en nuevas tecnologías “está cayendo y lo seguirá haciendo”.