

## algunos datos sobre idealista.com

idealista.com es una compañía que tiene la aspiración de acabar con la ansiedad y la frustración que hoy supone encontrar una casa

respaldados por bbk, nuestro accionista de referencia, idealista integra la base de datos más completa y detallada del mercado inmobiliario al integrar la oferta de particulares y profesionales inmobiliarios, tanto promotoras como agencias inmobiliarias

nuestro trabajo ha sido reconocido desde el momento en que se lanzó la compañía, el 4 de octubre de 2000:

- primera página web inmobiliaria en español a nivel mundial, alexa.com
- portal inmobiliario líder en España, nielsen, octubre 09
- tercer portal inmobiliario europeo, alexa.com
- mejor portal inmobiliario, la guía de internet, marzo 2003
- una de las 100 mejores webs españolas, actualidad económica, 2002
- design & art directors award, Londres, 2002
- una de las 100 mejores ideas de internet, actualidad económica, 2001
- premio ibest al mejor portal inmobiliario español, 2001

idealista cuenta actualmente, según el market intelligence de nielsen//netratings, con más de **ciento treinta y cinco millones de páginas vistas** al mes y **más de 3 millones de usuarios únicos** en octubre de 2009

diariamente se envían más de 175.000 emails con las características de los cerca de 2.300 anuncios nuevos que entran en la base de datos de idealista cada día. esta información llega a más de 1.500.000 usuarios registrados

la base de datos de idealista está compuesta actualmente por más de **365.000 anuncios únicos**, que supone la mayor oferta de compra-venta y alquiler de **obra nueva** y **segunda mano**, de promotoras, agencias inmobiliarias y particulares del mercado inmobiliario español

**ninguna vivienda está duplicada** y el proceso de actualización es constante, para garantizar a los usuarios una oferta completa, fresca y vigente. en el caso de las promociones de obra nueva, cada promoción, independientemente del número de viviendas que la compongan, se integra en un anuncio y en él se ofrecen todas las tipologías disponibles

cada anuncio de idealista cuenta, al menos, con 40 características de la vivienda, entre ellos precio, m<sup>2</sup>, precio medio por m<sup>2</sup>, distribución, un plano de situación de la casa, datos de contacto del vendedor, actualización y todo tipo de detalles concretos de la oferta

las **diferencias significativas** que hacen de idealista un portal distinto son:

1.- personalización de la búsqueda y sistema de avisos

para el comprador: idealista ha modificado la actitud del comprador desde una posición activa -en que el usuario tiene que entrar diariamente en la página para ver los anuncios nuevos- a una posición pasiva: el usuario que se registra en idealista y nos deja su perfil de búsqueda recibe emails de notificación cada vez que entra un anuncio nuevo en la base de datos que coincide con su perfil de búsqueda

para el vendedor: idealista, semanalmente, envía por correo electrónico a los vendedores estadísticas relacionadas con su anuncio: cuántas veces se ha visto, cuántos usuarios se lo han guardado, cuántos anuncios parecidos a su oferta existen en la misma zona, el precio medio de su oferta en relación al barrio y la oferta restante, etc

2.- ámbito de actuación: con cobertura nacional, damos soluciones a nivel local y la segmentación geográfica es una de nuestras máximas prioridades. en aquellas provincias donde se concentra más producto, la segmentación se concreta en comarcas, subcomarcas, mapas de municipio e incluso, en las grandes capitales, mapas de distrito y barrio

3.- integramos oferta de obra nueva y segunda mano: ofrecemos ambos productos con un detalle muy profundo de cada vivienda y de ambas tipologías tenemos la mayor información no solo en cantidad sino en calidad y detalle

4.- integramos oferta de particulares y profesionales: actualmente idealista es el único portal que cuenta con el producto de los particulares. nuestra base de datos está compuesta en un 55% de particulares y un 45% de profesionales (más de 4.000 aprox), tanto promotoras como profesionales inmobiliarios, que refleja la realidad del mercado

5.- actualizamos la información constantemente: somos el único portal que pone fecha concreta de actualización, refresca constantemente su base de datos y se pone en contacto con cada vendedor para comprobar la vigencia de la oferta y en caso contrario darlo de baja

6.- análisis y estudios de mercado: gracias a la estructura y parametrización de nuestra base de datos podemos auditar los mercados donde estamos presentes constantemente y facilitar información útil al comprador y al vendedor para ayudarle y orientarle en su compra-venta

7.- no intermediamos: idealista es un punto de encuentro de compradores y vendedores pero no comercializa ni intermedia ninguno de los anuncios que están incluidos en su base de datos. en este sentido, la relación del comprador siempre es con el vendedor. idealista nunca ofrece a los anunciantes particulares la posibilidad de que idealista comercialice o intermedie su producto

8.- abierta a otros mercados: idealista ya está disponible en alemán, catalán, francés, inglés, italiano y portugués. la compañía es el único portal inmobiliario europeo con presencia propia internacional (tras la apertura de idealista italia) y tiene **acuerdos estratégicos** y alianzas en exclusiva con portales inmobiliarios europeos líderes en sus respectivos mercados. entre estos se encuentra **immobilienscout24.de**, líder en el mercado alemán, **seloger.com**, líder en el mercado francés, **rightmove.co.uk**, líder en el mercado británico, así como con **daft.ie**, líder del mercado irlandés

## algunos números

**idealista.com, empresa auditada desde su constitución por pricewaterhousecoopers**, entró en rentabilidad en enero de 2003. desde entonces:

### en 2008

idealista.com cerró con una facturación de 20 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 5 millones de euros

### en 2007

idealista.com cerró con una facturación de 17 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 6,1 millones de euros

### en 2007

idealista.com cerró con una facturación de 17 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 6,1 millones de euros

### en 2006

idealista.com cerró con una facturación de 9,4 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 3,4 millones de euros

### en 2005

idealista.com cerró con una facturación de 5,1 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 1,7 millones de euros

### en 2004

idealista.com cerró con una facturación de 3 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 0,8 millones de euros

### en 2003

idealista.com cerró con una facturación de 1,9 millones de euros y un ebitda (beneficio de explotación antes de amortizaciones) de 0,3 millones de euros

**los ingresos** se obtienen de cuatro áreas de negocio: publicación de la cartera de productos de profesionales inmobiliarios (65%); publicidad (20%); visitas virtuales (10%); y desarrollos de tecnología (5%). un 75% de estos ingresos son recurrentes mediante suscripciones mensuales y ninguno de los más de 4.000 clientes de idealista representa más de un 5% de su facturación, lo que da una gran estabilidad a los ingresos. en detalle, las líneas de ingresos son:

1.- colaboración con profesionales inmobiliarios: las agencias inmobiliarias pueden anunciar su producto en idealista desde poco más de 100 euros al mes. en el caso de las promotoras, el precio es de 445 euros al mes por la página de su promoción

2.- visitas virtuales: idealista se ha convertido, de lejos, en el mayor proveedor español de visitas virtuales, con más de 20.000 visitas realizadas no solo para su propia página web sino también para otras empresas u organismos públicos como la diputación y los ayuntamientos de barcelona, hospitalet y gavá, audi, volvo, peugeot, hesperia hoteles, ac hoteles, occidental hoteles, paradores de turismo, abba hoteles, siemens, museo thyssen, museo reina sofía o la fundación grupo santander, entre otros

3.- tecnología: desarrollamos proyectos de creación de sites y servicios de consultoría tecnológica para profesionales inmobiliarios

4.- publicidad: idealista se lanzó inicialmente sin publicidad, pero actualmente idealista.com es el "site inmobiliario español prioritario" y preferido por los planificadores a la hora de planificar on-line (fuente: eyeglue.net, "*planificación on-line*")

nuestro **accionariado** se ha ido consolidando desde 2001 por:

idealista.com

15%	bbk
11%	bonsai venture capital
27%	gente del equipo
47%	inversores privados

**nuestros objetivos** a medio plazo pasan por mantener los objetivos económicos, consolidar la posición de referencia conseguida en el mercado inmobiliario español e italiano y sobre todo, seguir aportando soluciones a los particulares que buscan casa y contactos de calidad, consultoría especializada y una herramienta útil a los profesionales que trabajan con nosotros

**el crecimiento geográfico de idealista** se ha ejecutado conforme a un cuidadoso plan de expansión, que ha tenido los siguientes hitos:

**madrid:** octubre de 2000

**barcelona:** febrero de 2001

**costa:** diciembre de 2001, cubriendo la franja costera de 15 provincias españolas, desde huelva a girona más islas baleares y canarias

**comunidad valenciana:** marzo de 2004

**málaga:** julio de 2004, cubriendo toda la provincia, la costa del sol y zonas limítrofes

**segovia, toledo y guadalajara:** septiembre de 2004

**sevilla y zaragoza:** octubre de 2004

**resto de españa: 5 de noviembre de 2004**

**italia: primer semestre de 2007**

**el equipo gestor de idealista.com, con jesús encinar como fundador de la empresa y actual consejero delegado, está formado por un grupo de**

**emprendedores:** césar oteiza, pablo álvarez-cascos y fernando encinar, que creen firmemente en que hay otra manera de hacer las cosas y decidieron cambiar la manera de buscar casa en españa

**nos llamamos idealista** porque queríamos, al poner nombre a la compañía, que nuestra marca hablase más del equipo y una forma de trabajo que del producto. creemos que la búsqueda de una casa es un proceso que está lleno de penumbra y de falta de transparencia y nosotros queremos aportar luz y claridad en la oscuridad, hacer nuestro trabajo apoyados en los valores de la compañía: confianza, claridad, optimismo y transparencia

partimos de una relación con los usuarios de honestidad y rapidez. sabemos lo importante que es facilitar una página sencilla, manejable, que aparentemente parezca simple pero que ofrezca una gran cantidad de información, que pese poco y descargue rápido, que permita un cambio en la búsqueda de vivienda para que deje de ser activa y pueda ser pasiva, que avisemos cuando surjan anuncios nuevos que coincidan con el perfil que nos ha dejado cada usuario y organicemos sus búsquedas tan detallada y concretamente como él quiera

hemos construido desde nuestro lanzamiento una relación con los clientes inmobiliarios basada en la rigurosidad, la seriedad y las cosas bien hechas. actualmente, somos no sólo un soporte para aumentar la cartera de negocio de nuestros clientes sino también un socio tecnológico que está aportando su experiencia y conocimiento en el entorno internet a cientos de profesionales inmobiliarios

idealista.com cuenta con una plantilla de más de 300 personas organizadas en departamentos -comercial, tecnología, visitas virtuales, comunicación y marketing y administración- que se rigen por una política de jerarquía plana, con el objetivo de que un profesional inmobiliario cuente con un gestor comercial de idealista.com a menos de 100 km

los directores de departamento son auto-suficientes: no tienen secretarías, ni asistentes, ni despachos propios; organizan sus propias agendas y gestionan sus notas de gastos, por poner algún ejemplo. en idealista los empleados -incluido el equipo gestor- están agrupados en áreas comunes de trabajo sin distinciones por cargo, responsabilidad o espacios físicos