

DOSSIER DE PRENSA



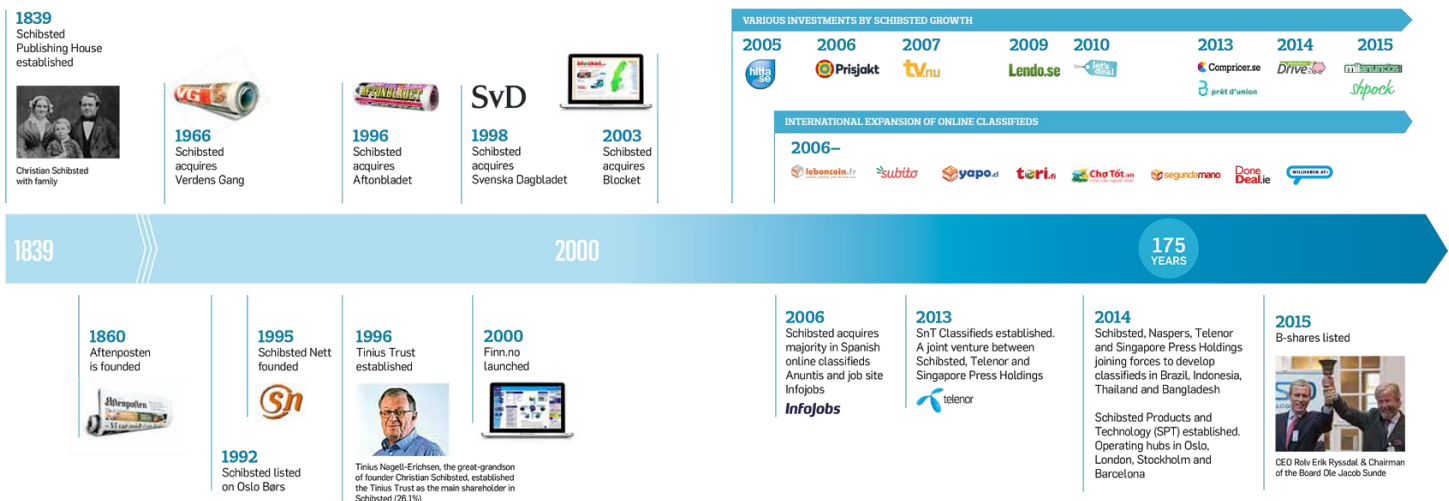
SCHIBSTED
SPAIN

1. SCHIBSTED MEDIA GROUP

Schibsted Spain forma parte del grupo internacional de origen noruego, Schibsted Media Group, que cotiza en la Bolsa de Oslo. Con unos ingresos totales de explotación de 1.5 millones de euros (2014), Schibsted cuenta con 6.800 empleados repartidos en 30 países.

El comienzo de Schibsted Media Group se remonta a 1839, fecha en la que el noruego Christian Schibsted fundó la editorial Schibsted Forlag. En 1860 el editor lanzó el diario Aftenposten. Durante el S.XX Schibsted continuó su expansión en Noruega y a nivel internacional.

La inversión en el negocio de anuncios clasificados online a nivel internacional ha sido un pilar central en la estrategia de Schibsted desde principios del S.XXI, iniciando su presencia en este sector con negocios como **Finn**, **Blocket**, **LeBonCoin**, **Anuntis** e **InfoJobs**.



Schibsted Media Group basa en tres pilares su estrategia para convertirse en el líder mundial de los sectores en los que opera:



MARKETPLACES

Nuestro propósito es ser el número 1 mundial en marketplaces online

CRECIMIENTO

Aprovechar las oportunidades de crecimiento digital en nuestros principales mercados

GRUPOS DE COMUNICACIÓN

El periodismo de calidad y las plataformas digitales nos permiten llegar a más lectores que nunca en nuestra historia

Algunas de las empresas de Schibsted Media Group:



Todas las empresas de Schibsted Media Group comparten una visión y misión comunes, guiadas por sólidos valores, que marcan la diferencia frente a sus competidores:

Nuestra Visión: “Shaping the media of tomorrow. Today”

En toda nuestra trayectoria, nos ha movido siempre el deseo de desafiar lo establecido y pensar nuevos modos de hacer las cosas. Nos consideramos una fuerza definitoria de nuestra industria. Queremos concebir hoy los medios de comunicación de mañana.

Nuestra Misión: “Empowering people in their daily life”.

Mejorar la vida diaria de la gente, proporcionándoles oportunidades a través del mercado global de referencia.

Nuestro Sueño: “Engaging 100 million+ people worldwide”

Nuestra meta a largo plazo.

2. SCHIBSTED SPAIN

Schibsted Spain tiene el objetivo de alcanzar el liderazgo indiscutible en el mercado español, a través del portfolio más completo de portales en diferentes sectores. La compañía cuenta con una visión a largo plazo y fuerte plan de inversiones que nos permitirá la construcción de claro liderazgo para todos nuestros portales.

Desde la adquisición en 2006 de parte del grupo Anuntis e InfoJobs, pasando por completar la compra en 2013, Schibsted Spain ha mantenido un crecimiento continuo. Actualmente es la compañía de anuncios online más grande y diversificada del país. En Febrero de 2014 fue acordada la adquisición de Milanuncios.

Valores de Schibsted Spain:

- **COMPARTIR.**
Colaboramos por el bien común.
Crecemos compartiendo el conocimiento y la información ya que funcionamos mejor en equipo. Mostramos empatía al ponernos en la piel de los demás y celebramos cada aprendizaje.
- **SATISFACCIÓN.**
Entregamos valor al usuario y al cliente.
Decidimos y actuamos de forma ágil. Somos proactivos, nos adaptamos e innovamos continuamente en la entrega de soluciones para el usuario y el cliente, escuchándoles y dándoles respuesta.
- **INTEGRIDAD.**
Somos coherentes con lo que decidimos.
Actuamos de forma transparente y generamos confianza, ya que damos y recibimos una opinión sincera. Ofrecemos aquello que nos gustaría recibir. Además, velamos por la seguridad de nuestros portales, construyendo entornos seguros y protegiéndolos.
- **SUPERACIÓN.**
Todo lo hacemos posible.
Nos apasionan los retos y buscamos siempre la mejora continua. Actuamos con determinación para superar las expectativas.
- **ALEGRÍA.**
Contagiamos una actitud positiva.
Vemos el lado positivo de las cosas y transmitimos optimismo. Damos importancia a los pequeños detalles diarios.

Actualmente Schibsted Spain cuenta con **plataformas** en los sectores de compraventa de artículos de segunda mano, inmobiliario, motor y empleo, que juntas suman más de 180 millones de visitas al mes (el 65% a través de dispositivos móviles):

fotocasa Portal inmobiliario que dispone de la mayor oferta del mercado, tanto inmuebles de segunda mano como promociones de obra nueva y alquiler. Cada mes genera un tráfico de **15 millones de visitas** (50% a través de dispositivos móviles) y **650 millones de páginas vistas** y cada día la visitan un promedio de **380.000 usuarios únicos**. Mensualmente elabora el índice inmobiliario fotocasa.es, un informe de referencia sobre la evolución del precio medio de la vivienda en España, venta y alquiler. ⁽²⁾

InfoJobs Portal dedicado a las oportunidades de empleo, líder en España. Actualmente 7 de cada 10 ofertas publicadas en internet están en InfoJobs, ascendiendo el último año a más de **1.300.000 empleos**. Cuenta cada mes con más de **36.5 millones de visitas** (más del 60% a través de dispositivos móviles) y **325 millones de páginas vistas** y cada día la visitan un promedio de **700.000 usuarios únicos**. ⁽¹⁾

coches.net Portal dedicado a la compraventa de vehículos, albergando la comunidad más importante de España de aficionados del motor. Actualmente, cuenta cada mes con más de **11 millones de visitas** (45% a través de dispositivos móviles) y **135 millones de páginas vistas**. Cada día la visitan un promedio de **300.000 usuarios únicos** (incluyendo los sites especializados de motos.net, coches4x4.net y vehiculosindustriales.net). ⁽²⁾

milanuncios Portal dedicado a la compraventa de artículos de segunda mano, ofreciendo a los usuarios particulares la publicación gratuita de sus anuncios. Cuenta cada mes con **83 millones de visitas** (más del 70% a través de dispositivos móviles) y **990 millones de páginas vistas**. Cada día la visitan un promedio de **1.8 millones de usuarios únicos**. ⁽¹⁾

vibbo Plataforma adaptada a los nuevos tiempos para que compres lo que te queda por vivir y vendas lo que ya has vivido de la manera más rápida, sencilla y cómoda que existe. Porque ya no importa lo que se tiene sino lo que se puede llegar a hacer. vibbo cuenta con más de **3 millones de productos** disponibles entre más de 70 categorías. Cada mes recibe **40 millones de visitas** (más del 60% a través de dispositivos móviles) y más de **580 millones de páginas vistas**. Más de **780.000 usuarios únicos** visitan vibbo cada día. ⁽¹⁾

(1) Fuente datos: AT Internet - Promedio mensual 4º trimestre 2015

(2) Fuente datos: AT Internet - Promedio mensual 2º semestre 2015

3. DESARROLLO DE LOS MARKETPLACES EN ESPAÑA

Schibsted Spain se basa en su modelo de negocio, innovación y educación a los usuarios.

3.1. Modelo de negocio basado en la relación “win-win”

Schibsted Spain busca crear relaciones de éxito mutuo entre todas las partes (el vendedor, el comprador, los anunciantes y la propia compañía):

- publicación gratis para los usuarios.
- Schibsted obtiene sus ingresos a través de servicios Premium en los clasificados, los anuncios de los vendedores profesionales y los anunciantes de marcas.
- Schibsted Spain ofrece a los anunciantes los canales mejor segmentados para comunicarse con sus consumidores potenciales. Permitimos a los anunciantes contactar con una audiencia segmentada en el momento de mayor receptividad: cuando están buscando activamente la compra de un artículo.

3.2 Compradores y visitantes como el centro de nuestra actividad

Los marketplaces en España se han centrado tradicionalmente en la figura del vendedor, pero Schibsted Spain considera que la clave está en innovar y mejorar la experiencia de los compradores. Captando a más compradores y visitantes a nuestros portales, conseguiremos atraer a más vendedores y anunciantes.

3.3 Importancia de la innovación y el desarrollo tecnológico

Las plataformas de anuncios online españolas están aproximadamente 5 años por detrás en desarrollo tecnológico comparados con otros líderes europeos. El objetivo es posicionar las plataformas de Schibsted Spain **a la cabeza de Europa en términos de innovación.**

Durante **2012 Schibsted Spain invirtió 62 millones de euros** en mejorar sus plataformas. El siguiente paso es la tecnología móvil y para ello invertiremos en el desarrollo de aplicaciones punteras para móviles. También se va a realizar una fuerte inversión en investigación y análisis de resultados, ya que un factor clave para el éxito en este negocio es el profundo conocimiento de las audiencias.

3.4 Educación a los usuarios

En este sector el crecimiento no sólo se consigue con la mejora de las plataformas. También es necesario trabajar para desarrollar la cultura de “segunda mano” en España y situarla al nivel de otros países europeos.

- Schibsted Spain quiere posicionarse como los creadores de oportunidades únicas que están “a la vuelta de la esquina”.
- La compañía busca contribuir a una sociedad más sostenible, donde las personas puedan vender aquellos objetos que ya no utilizan, que ya han vivido, y encuentren aquellos nuevos productos que pueden necesitar, los que les quede por vivir. Queremos posicionar la compraventa de artículos de segunda mano como una decisión de compra inteligente y responsable.

4. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA PROTEGER LA EXPERIENCIA DE LOS USUARIOS

Integridad y lucha activa contra el fraude son los principales valores de Schibsted Spain e importantes puntos de diferenciación versus sus principales competidores.

Schibsted Spain no admite anuncios de contactos/sexuales en ningún portal. De hecho, esta sección ha quedado fuera del acuerdo de compra de Milanuncios.com. Además, la compañía revisa uno a uno cada anuncio que se publica en sus portales y es muy estricta en el respeto a los derechos humanos, especialmente en lo referente al tráfico de órganos humanos.

El principal objetivo de Schibsted Spain es garantizar que la experiencia de sus usuarios sea la mejor posible y totalmente segura cuando navegan por cualquiera de los portales del grupo. Para ello, aplica distintas medidas de control, seguridad y calidad.

Todos los portales de Schibsted Spain cuentan con un importante firewall y un sistema de prevención de intrusiones (IPS), que combinados con un correcto mantenimiento y actualización de las plataformas tecnológicas y auditorías externas, permiten ofrecer los estándares de seguridad más altos a los usuarios. Schibsted Spain cuenta con una de las certificaciones de seguridad más exigentes de la industria, la PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard).

En relación a la lucha contra el fraude, en Schibsted Spain tiene un departamento dedicado a mejorar la calidad de los anuncios y a evitar usos fraudulentos de nuestras páginas. La mayoría de los anuncios son revisados y moderados antes de su publicación, validando que la información sea real. Para ello Schibsted Spain cuenta con las más avanzadas técnicas y con profesionales especializados en la detección de anuncios fraudulentos. Todo ello para asegurar una experiencia de navegación óptima y segura para sus usuarios.

Además, la presencia internacional de la compañía permite integrar inteligencia contra el fraude en los diferentes mercados, ya que el fraude es habitualmente una actividad de crimen organizado internacional.

Por otro lado, Schibsted Spain colabora estrechamente con todas las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado aportando información, alertando de "nuevas tendencias" de estafa en internet que detecta y siendo una empresa de referencia contra el fraude en internet.

5. SCHIBSTED SPAIN, UN BEST PLACE TO WORK

Las políticas de RR.HH en Schibsted Spain se centran en el cuidado del empleado y en su desarrollo tanto personal como profesional, procurando que el entusiasmo, la transparencia, el respeto, la implicación y la motivación sean los pilares que sostengan el trabajo diario. El objetivo es crear un entorno de trabajo especial donde cada trabajador pueda crecer como profesional y como persona, sintiéndose comprometido con el proyecto y trabajando feliz cada día. Eso se traduce en un ambiente de compañerismo y satisfacción por el trabajo realizado.

Apuesta por la felicidad: crear un entorno feliz de trabajo, la mejor manera de lograr objetivos retadores.

Oportunidades para crecer: La pertenencia al Grupo Schibsted ha abierto nuevas puertas de crecimiento y desarrollo para los profesionales españoles, que han pasado a formar parte de un grupo presente en más de 30 países y con más de 7.800 empleados.

Beneficios sociales: Schibsted Spain pone a disposición de sus trabajadores diferentes servicios y recursos que constituyen un significativo valor añadido para ellos. Entre otras, cabe resaltar iniciativas como la subvención en la cuota del gimnasio, la posibilidad de hacer uso de las ventajas fiscales que permite el Plan de retribución flexible (para realizar cursos de formación, contratar seguro médico, comprar equipos informáticos, etc.).

Flexibilidad: flexibilidad de horarios de trabajo, jornada intensiva en verano y días previos a festivos.

Bienestar en la oficina: espacios confortables en la oficina como zonas de descanso y salas dedicadas al desarrollo personal y profesional de los empleados.

Trabajo en equipo: Schibsted Spain promueve actividades de equipo entre departamentos y empresas de la organización para conocerse mejor y facilitar relaciones profesionales más fluidas. Entre otras actividades, se realizan salidas departamentales, juegos Interempresas, etc.

Las compañías Schibsted Spain, Best Places to Work

Anuntis e InfoJobs, integrantes de Schibsted Spain fueron reconocidas por quinto y séptimo año consecutivo respectivamente por Great Place to Work como dos de las 50 mejores empresas para trabajar en España. Con esta distinción en la lista BestWorkplace consolidaron su posición como compañías de referencia en el cuidado del empleado y en su desarrollo tanto personal como profesional.

Los aspectos más destacados en los resultados de la encuesta fueron el orgullo por el trabajo diario y el compañerismo que se respira en el entorno laboral. En este sentido, los valores que mejor definen a Schibsted Spain como empleador según sus trabajadores son: credibilidad, sustentada por un equipo íntegro y competente; respeto, fomentado por el apoyo y colaboración entre todos los empleados; imparcialidad, que garantiza la igualdad de oportunidades para todos; orgullo de formar parte de la empresa y sentimiento de equipo.

Más información sobre Schibsted Spain

En nuestras webs:

Schibsted Spain

www.schibsted.es

Schibsted Media Group:

www.schibsted.com

En LinkedIn, [Schibsted Media Group](#) y [Schibsted Spain](#)

En twitter: [Schibsted Spain](#)

En Wikipedia: en.wikipedia.org/wiki/Schibsted

Contacto de prensa:

Laura Antuñano

Porter Novelli (Omnicom), para Schibsted

laura.antunano@omnicomprgroup.com

ariadna.canameras@omnicomprgroup.com

T: 93 457 13 00

Reme García

Directora de Comunicación Schibsted Spain

reme.garcia@schibsted.com

T. 661 181 388