



ÍNDICE IMAF DE **POSICIONAMIENTO EN** **INTERNET**

Con la colaboración de:



Enero 2012

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. METODOLOGÍA

3. RESULTADOS

3.1 - POSICIONAMIENTO DE LAS ASEGURADORAS

3.1.1 - POSICIONAMIENTO ORGÁNICO (SEO)

3.1.2 - COMPARACIÓN CON VOLUMEN DE NEGOCIO

3.1.3 – POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO (SEM)

3.1.4 – RANKING GLOBAL DE POSICIONAMIENTO

3.1.5 - ÍNDICE ALFABÉTICO

3.2- POSICIONAMIENTO DE LOS DISTRIBUIDORES.

3.2.1 - POSICIONAMIENTO ORGÁNICO (SEO)

3.2.3 – POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO (SEM)

3.2.3 – RANKING GLOBAL DE POSICIONAMIENTO

3.2.4 - INDICE ALFABÉTICO

3.3- POSICIONAMIENTO GLOBAL DE ASEGURADORAS Y DISTRIBUIDORES

3.3.1 – GRÁFICOS POSICIONAMIENTO GLOBAL SEO:

3.3.2 – ÍNDICE IMAF

3.3.3 – ÍNDICE ALFÁBETICO

4- CONCLUSIONES

1 – INTRODUCCION

Internet se ha convertido en un instrumento imprescindible para cualquier empresa para difundir su marca, para dar accesibilidad inmediata a sus servicios y para vender sus productos.

Es el gran escaparate del siglo XXI. Al día de hoy hay más de 18 millones de internautas en nuestro país.

Ninguna empresa debe ignorar esta excelente oportunidad de comunicarse con sus clientes, con el público en general y con sus potenciales clientes de futuro.

En consecuencia, **conocer el posicionamiento de la empresa en este medio de comunicación, es una prioridad ineludible.**

Con este fin, **IMAF ha diseñado un índice de presencia del sector asegurador, tanto de entidades aseguradoras como de distribuidores de seguros, que debe permitir a todos los intervinientes en el mercado conocer su posición y seguir en el tiempo la evolución de sus acciones para mejorar su presencia.**

Como refleja el apartado 2 “Metodología”, hemos elaborado un índice con el objetivo de que nos dé una visión lo más global y completa posible.

Una novedad del estudio es que **hemos analizado un total de 110 entidades aseguradoras y distribuidores de seguros**, lo que permite posicionarse no solamente a los grandes actores de este mercado, sino prácticamente a la totalidad del sector. **Esta segunda actualización, permite además reflejar la evolución en los últimos tres meses.**

Analizamos como se llega a las webs de seguros a través del principal buscador casi monopolístico del mercado que es Google. Iniciamos nuestro análisis a través del criterio de la presencia orgánica (SEO), es decir, tal y como nos ven en función simplemente de los contenidos que mostramos en internet y que Google se encarga de indexar. Consideramos que es el posicionamiento más destacable ya que, independientemente de la inversión que se realice, fija la forma y frecuencia de nuestra presencia en internet. **Hemos completado**

este análisis con una comparación con el volumen de negocio de cada una de las aseguradoras analizadas. Parece lógico que si este posicionamiento se realiza puramente en función de nuestra oferta de información a través de internet, esta debería tener una correspondencia con el volumen de las entidades. Así pues, el índice que cruza los volúmenes de negocio total de las entidades posicionamiento orgánico constituye una novedad en este tipo de estudios y puede aportar un valor relevante a las entidades aseguradoras.

Pero el análisis no sería completo si no se estudiara también el posicionamiento "publicitario" en Internet (SEM), es decir, el que se consigue pagando un determinado precio, cada vez que un internauta pincha en nuestro enlace patrocinado en Google.

El cruce de ambos criterios, la posición orgánica (denominada SEO) más la posición "publicitaria o pagada" (SEM) nos da el posicionamiento global de la compañía.

El estudio es completo porque analiza también a los distribuidores de seguros, aquellos que tienen una presencia activa en internet, porque en muchos casos es su vía fundamental de comercialización. También aquí analizaremos su posicionamiento orgánico (SEO) conseguido a través de contenidos enriquecidos, y su posicionamiento publicitario (SEM) conseguido a través de su inversión en marketing en el buscador.

Por último, para facilitar encontrar el posicionamiento de cada una de las entidades incluimos en cada apartado un índice alfabético.

El índice diseñado por IMAF ha sido realizado con la herramienta de medición SEOGUARDIAN, que permite monitorizar y analizar los datos y resultados de posicionamiento en el buscador Google para grupos específicos de expresiones, relacionadas en este caso con el mercado asegurador. Entre las opciones que teníamos en el mercado nos ha parecido la que nos aportaba mayor fiabilidad.

Confiamos que este estudio sea de utilidad para todas las entidades en el análisis de su presencia en internet y nos proponemos publicarlo trimestralmente para poder controlar los avances de cada una de las entidades en esta importante guía de comunicación.

2 METODOLOGIA

Para la elaboración del estudio **se han seleccionado las 500 expresiones más buscadas** en **Google del sector asegurador**, analizando tanto los 20 primeros resultados en búsqueda orgánica (search engine results page o SERP), como los anuncios (enlaces patrocinados) mostrados en la primera página de resultados del buscador.

INDICADORES SEO

El SEO (Search Engine Optimizer) es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en Google, sin tener que pagar al buscador para tener acceso a una posición destacada en los resultados.

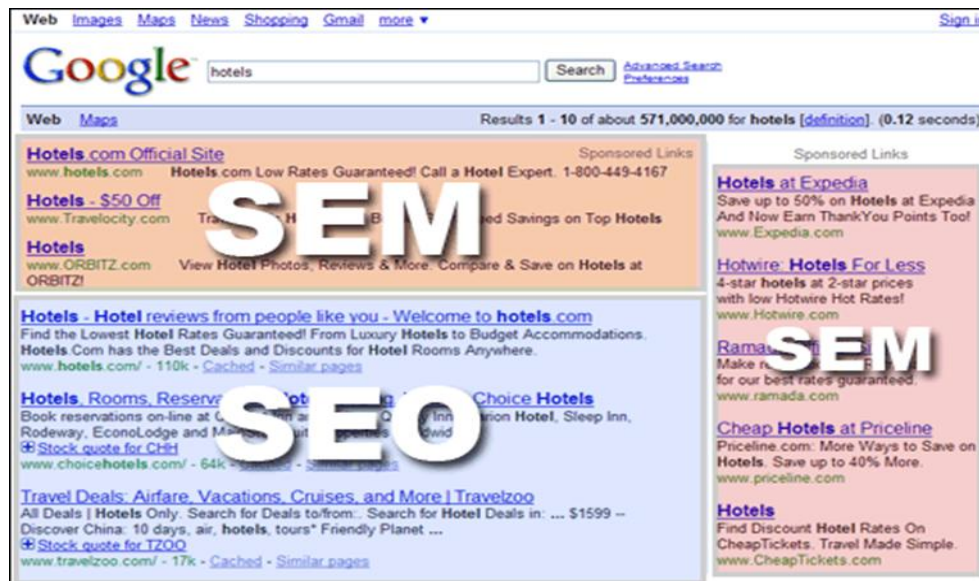
- **Indicador de posicionamiento:** Detalla el porcentaje de expresiones sobre el total, en que el dominio de la aseguradora o del distribuidor se encuentra entre una de las 20 primeras posiciones, con independencia de la posición que ocupen.
- **Indicador de visibilidad:** Detalla el porcentaje de expresiones sobre el total, en que el dominio de la aseguradora o distribuidor se encuentra entre una de las 20 primeras posiciones, **ponderándolo en función de la posición ocupada** (a mejor posición, mejor puntuación) **y del volumen de búsquedas locales (Google España) que genere la expresión** (a mayor volumen, mejor puntuación).

INDICADORES SEM

El SEM (Search Engine Marketing) es el proceso por el cual se promueve la visibilidad un sitio web en Google pagando por la posición ocupada. Son los conocidos como enlaces patrocinados. La forma de pago es el "pay per click" (PPC), es decir, se paga cada vez que el usuario pincha en nuestro enlace.

- **Indicador de presencia:** Detalla el porcentaje de expresiones sobre el total en las que el dominio de la aseguradora o del distribuidor se muestra en un anuncio en la primera página de Google, sin tener en cuenta la posición ocupada.

- **Indicador de visibilidad SEM:** Detalla el porcentaje de expresiones sobre el total en las que el dominio, de la aseguradora o del distribuidor, se muestra en un anuncio en la primera página de Google, **ponderándolo en función de la posición ocupada del anuncio** (a mejor posición, mejor puntuación), **del nivel de competencia de la expresión** (a mayor competencia de la expresión, mejor puntuación) **y del volumen de búsquedas locales (Google España) que genere la expresión** (a mayor volumen, mejor puntuación).



INDICADORES GLOBALES

Para la obtención de estos valores se tienen en cuenta de forma conjunta, tanto los resultados de búsqueda orgánica (SEO), como los resultados de enlaces patrocinados (SEM).

- **Indicador de visibilidad global:** Detalla el porcentaje de expresiones sobre el total en las que el dominio, de la aseguradora o del distribuidor, se muestra teniendo en cuenta tanto resultados orgánicos (ponderados en función de la posición que ocupa el dominio para cada expresión), como los enlaces patrocinados (ponderados en función de la posición del anuncio, del nivel de competencia de la expresión, y del volumen de búsquedas locales que genere la expresión). **Es un indicador fundamental para conocer la capacidad potencial de cada dominio de generar tráfico proveniente del buscador.**

3 RESULTADOS

3.1 - POSICIONAMIENTO DE LAS ASEGURADORAS.

3.1.1 - POSICIONAMIENTO ORGÁNICO (SEO)

En posicionamiento orgánico vemos como Mapfre continúa líder con presencia en el 67% de las expresiones de la muestra y una visibilidad de más del 82%. En el top 10 la única novedad es la entrada de **Caser** en perjuicio de **Allianz**.

Las mayores subidas en el ranking en el top 20 las protagonizan **Verti** que escala 8 posiciones situándose en el puesto 14, **Sanitas** que mejora 5 posiciones para situarse en el puesto 18, **Europea de Seguros** que con la subida de cuatro posiciones consigue entrar en la vigésima posición.

Cabe destacar también en el lado positivo las subidas de **Fiatc** y de **Mutua Levante** que ganan 14 y 27 posiciones respectivamente.

En el aspecto negativo nos quedamos con las once posiciones perdidas de **Seguros Lagun Aro** que baja hasta el puesto 54.

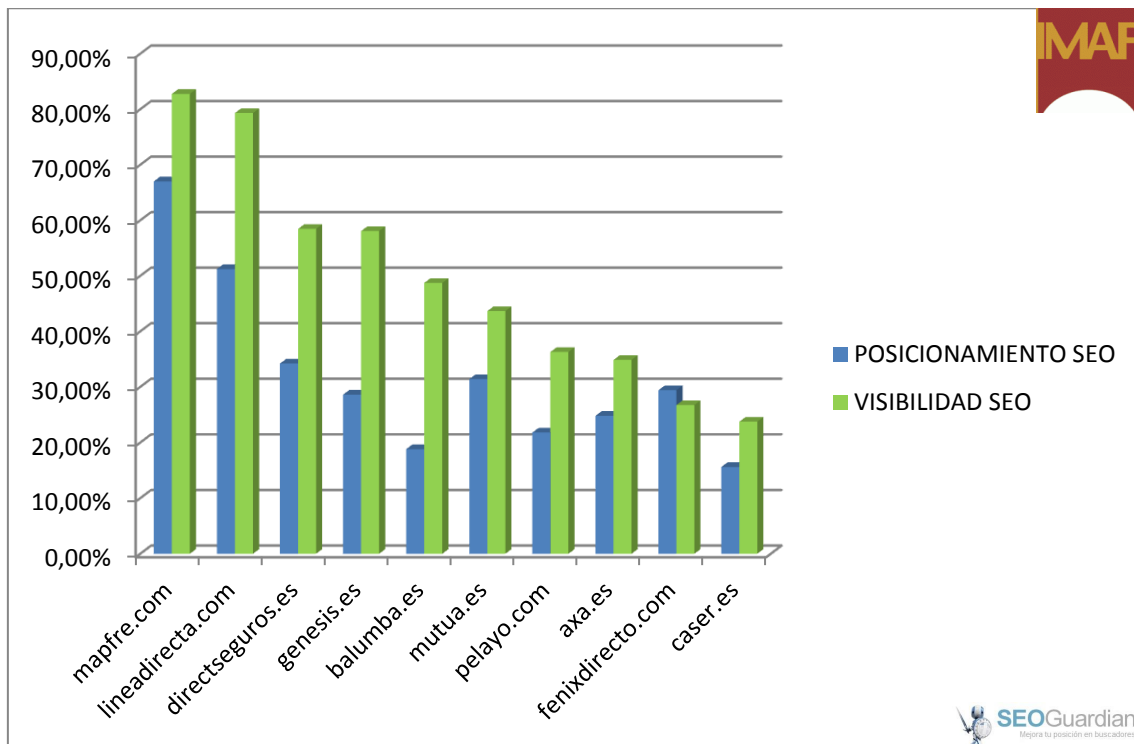
El ratio fundamental es la visibilidad, lo que supone una concentración de esfuerzos en las palabras clave, es decir, las más utilizadas por los internautas para buscar los contenidos que juzgan relevantes.

RK SEO		POSICIONAMIENTO SEO			VISIBILIDAD SEO		POSICION MEDIA SEO	
		DOMINIO	Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN
1	=	mapfre.com	67,00%	0,80%	82,76%	-0,02%	6,4	-0,2
2	=	lineadirecta.com	51,20%	-0,40%	79,31%	0,36%	7,5	0,1
3	=	directseguros.es	34,20%	1,60%	58,45%	-2,28%	9,7	-0,5
4	=	genesis.es	28,60%	1,20%	58,06%	1,89%	9,0	-0,6
5	=	balumba.es	18,80%	0,00%	48,71%	-5,05%	7,2	-0,1
6	=	mutua.es	31,40%	0,00%	43,64%	4,21%	11,8	0,1
7	=	pelayo.com	21,80%	0,00%	36,28%	-1,47%	10,6	-0,2
8	=	axa.es	24,80%	1,40%	34,85%	1,84%	11,5	-0,5
9	=	fenixdirecto.com	29,40%	0,00%	26,73%	1,40%	8,3	0,0
10	+1	caser.es	15,60%	-1,60%	23,73%	-0,01%	11,5	-1,2
11	-1	allianz.es	6,60%	-0,60%	20,86%	-4,18%	12,4	0,5
12	+1	nne.es	2,00%	1,20%	15,90%	0,18%	13,3	2,8
13	-1	groupama.es	6,40%	0,20%	14,58%	-3,20%	12,1	0,6
14	+8	verti.com	9,60%	3,40%	14,25%	7,85%	14,9	0,9
15	-1	amaseguros.com	2,40%	0,00%	12,91%	0,01%	5,9	-0,6
16	-1	clickseguros.es	14,20%	-0,60%	11,20%	0,20%	12,5	-0,3
17	=	regal.es	7,40%	1,00%	11,00%	0,36%	14,7	0,3
18	+5	sanitas.es	5,40%	0,00%	8,44%	2,57%	5,0	-0,3
19	-3	ocaso.es	16,40%	1,40%	8,40%	-2,55%	8,4	0,6
20	+4	europadese seguros.com	3,00%	0,00%	7,62%	2,43%	5,1	1,0
21	-3	reale.es	1,60%	0,00%	7,51%	-0,48%	10,9	0,0
22	-2	mmtseguros.es	6,20%	1,20%	7,35%	-0,03%	14,4	0,8
23	-4	dkvseguros.com	4,80%	-0,40%	6,21%	-1,58%	5,4	-0,4
24	-3	santalucia.es	11,60%	0,60%	4,77%	-2,04%	7,8	-0,4
25	+2	libertyseguros.es	8,00%	0,60%	4,49%	0,85%	14,0	0,9
26	=	adeslas.es	4,80%	0,00%	4,21%	0,15%	4,0	-1,5
27	-2	das.es	1,00%	0,00%	4,10%	0,00%	2,4	-0,4
28	=	asisa.es	4,00%	1,60%	3,27%	-0,36%	10,2	2,9
29	=	seguroscatalanaoccidente.com	13,00%	0,80%	2,77%	0,20%	10,5	0,6
30	=	zurich.es	6,40%	1,60%	2,21%	0,27%	11,6	0,5
31	+14	fiatc.es	1,20%	0,60%	1,52%	1,24%	11,5	5,5
32	=	ges.es	0,40%	0,00%	1,37%	0,00%	1,0	0,0
33	=	europ-assistance.es	2,80%	0,00%	1,24%	0,03%	5,7	0,1
34	+1	aegon.es	1,20%	0,20%	0,81%	-0,25%	8,3	1,7
35	+2	segurosatocha.com	0,40%	0,00%	0,78%	0,00%	2,5	0,0
36	+2	almudenaseguros.es	0,40%	0,00%	0,76%	0,00%	1,0	0,0
37	+2	generali.es	1,80%	0,80%	0,75%	0,01%	13,9	4,3
38	-2	segurosmeridiano.com	0,60%	-0,20%	0,74%	-0,06%	7,7	-1,3
39	+8	atlantis-seguros.es	3,80%	0,60%	0,61%	0,35%	12,4	2,9
40	=	atlantida.net	0,40%	0,00%	0,55%	0,06%	2,0	-1,0

41	=	metropolis-sa.es	0,40%	0,00%	0,46%	0,00%	3,5	0,0
42	=	preventiva.com	0,40%	0,00%	0,29%	0,00%	1,0	0,0
43	+5	creditoycaucion.es	0,60%	-0,40%	0,24%	0,00%	2,3	-5,7
44	+5	divinapastora.com	0,60%	0,00%	0,24%	0,00%	7,0	0,0
45	+1	helvetia.es	2,40%	0,40%	0,24%	-0,03%	11,3	3,5
46	+4	imq.es	0,60%	0,00%	0,23%	0,02%	6,7	-0,3
47	+4	amic.es	0,60%	0,20%	0,22%	0,03%	3,7	2,7
48	-4	mutuadepropietarios.es	1,80%	0,00%	0,21%	-0,07%	10,0	2,8
49	+3	cigna.es	0,40%	0,00%	0,20%	0,00%	1,0	0,0
50	+6	arag.es	1,20%	0,20%	0,19%	0,01%	5,5	2,1
51	+3	hna.es	0,60%	0,20%	0,19%	0,00%	7,3	6,3
52	+1	antares.es	0,20%	0,00%	0,19%	0,00%	7,0	0,0
53	+2	aviva.es	0,80%	0,00%	0,19%	0,00%	6,0	0,8
54	-11	seguros lagunaro.com	1,20%	0,00%	0,16%	-0,12%	13,2	1,0
55	+3	seguros bilbao.com	0,80%	0,00%	0,16%	0,00%	10,3	0,0
56	+1	asefa.es	1,00%	0,00%	0,16%	-0,01%	9,8	2,0
57	+2	bbvaseguros.com	1,00%	0,20%	0,13%	-0,01%	10,2	2,2
58	+2	agrupacionmutua.es	0,60%	0,00%	0,13%	0,00%	3,0	0,3
59	+27	mutualevante.com	1,00%	1,00%	0,12%	0,12%	9,2	9,2
60	+1	mgs.es	0,80%	-0,40%	0,12%	-0,01%	6,0	-0,2
61	+5	segurcaixaholding.com	0,80%	0,60%	0,10%	0,07%	6,3	-9,8
62	=	cofaceiberica.com	1,20%	0,80%	0,09%	0,05%	9,0	8,0
63	=	patriahispana.com	0,40%	0,00%	0,04%	0,00%	1,0	0,0
64	=	cahispa.es	0,40%	-0,20%	0,04%	0,00%	1,0	-5,3
65	=	previsorabilbaina.com	0,40%	0,00%	0,03%	0,00%	1,0	0,0
66	+2	segurosrga.es	0,60%	0,00%	0,03%	0,00%	3,7	-0,7
67	=	metlife.es	0,40%	0,00%	0,03%	0,00%	9,0	6,0
68	+1	unionalcoyana.com	0,40%	0,00%	0,02%	0,00%	1,0	0,0
69	+4	umas.es	0,60%	0,20%	0,02%	0,00%	5,0	4,0
70	+2	mutuatfe.es	0,60%	0,20%	0,02%	0,00%	6,7	5,7
71	-1	mussap.es	0,40%	0,00%	0,02%	0,00%	2,0	-0,5
72	-1	cardif.es	0,40%	0,00%	0,02%	0,00%	1,0	0,0
73	+1	alianzaesp.es	0,40%	0,00%	0,02%	0,00%	1,0	0,0
74	+1	soliss.es	0,40%	0,00%	0,02%	0,00%	1,0	0,0
75	+2	nationalesuisse.es	0,40%	0,00%	0,01%	0,00%	1,0	0,0
76	+2	cnpvida.es	0,40%	0,00%	0,01%	0,00%	1,0	0,0
77	+2	aseq.es	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,0	0,0
78	+2	mutuavenir.com	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,0	0,0
79	+8	surne.es	1,00%	1,00%	0,00%	0,00%	9,6	9,6
80	-49	internationalsos.es	0,40%	0,00%	0,00%	-1,66%	10,5	5,0
81	=	hdi.es	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	4,0	0,0
82	=	mutuasegorbina.com	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,0	0,0
83	=	mutuapesca.es	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,0	0,0
84	=	fidelidadmundial.es	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,0	0,0
85	=	elperpetuo-socorro.com	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,0	0,0
86	-10	laprevisionmallorquina.es	0,00%	-0,40%	0,00%	-0,02%	0,0	-1,0
87	-53	mondial-assistance.es	0,00%	-2,60%	0,00%	-1,19%	0,0	-7,0

En el siguiente gráfico se recogen las diez entidades con mayor relevancia.

Destacamos que **Fenix Directo** continua siendo la única aseguradora del top 10 que tiene mayor presencia en posicionamiento que en visibilidad lo que refleja que no está aprovechando todo su potencial.



3.1.2 COMPARACION CON VOLUMEN DE NEGOCIO

Este índice compara el ranking de posicionamiento en internet con el puesto ocupado en el ranking de primas emitidas durante el año 2010 (fuente: Icea). Mide el posicionamiento en Internet en contraste con su volumen de negocio. Si el índice es positivo, quiere decir que la entidad tiene un posicionamiento en Internet que mejora su posición en el mercado, medido por el ranking sectorial por volumen de negocio y viceversa. En principio los índices positivos reflejan una mejor presencia en Internet. En positivo, destacan **Direct Seguros, Genesis, Fénix Directo, Click Seguros y Europea de Seguros**. En el lado negativo, destacan **Zurich, Generali, BBVA Seguros o Seguros Bilbao** que están lejos del posicionamiento que se les presupone por volumen de negocio.

COMPARACIÓN CON EL VOLUMEN DE NEGOCIO

	RANKING INTERNET SEO	RANKING POR PRIMAS	INDICE
1	mapfre.com	1	=
2	lineadirecta.com	24	22
3	directseguros.es	51	48
4	genesis.es	55	51
5	balumba.es	-	-
6	mutua.es	12	6
7	pelayo.com	31	24
8	axa.es	7	-1
9	fenixdirecto.com	103	94
10	caser.es	8	-2
11	allianz.es	3	-8
12	nne.es	32	20
13	groupama.es	19	6
14	verti.com	-	-
15	amaseguros.com	58	43
16	clickseguros.es	165	149
17	regal.es	27	10
18	sanitas.es	15	-3
19	ocaso.es	21	2
20	europadeseguros.com	115	95
21	reale.es	22	1
22	mmtseguros.es	95	73
23	dkvseguros.com	33	10
24	santalucia.es	11	-13
25	libertyseguros.es	27	2
26	adeslas.es	9	-17
27	das.es	157	130
28	asisa.es	20	-8
29	seguroscatalanaoccidente	17	-12
30	zurich.es	10	-20
31	fiatc.es	187	156
32	ges.es	79	47
33	europ-assistance.es	142	109
34	aegon.es	89	55
35	segurosatocha.com	138	103

36	almudenaseguros.es	93	57
37	generali.es	6	-31
38	segurosmeridiano.com	122	84
39	atlantis-seguros.es	-	-
40	atlantida.net	155	115
41	metropolis-sa.es	-	-
42	preventiva.com	88	46
43	creditoypcaucion.es	36	-7
44	divinapastora.com	-	-
45	helvetia.es	41	-4
46	imq.es	62	16
47	amic.es	-	-
48	mutuadepropietarios.es	101	53
49	cigna.es	104	55
50	arag.es	83	33
51	hna.es	63	12
52	antares.es	67	15
53	aviva.es	52	-1
54	seguros lagunaro.com	98	44
55	seguros bilbao.com	29	-26
56	asefa.es	76	20
57	bbvaseguros.com	16	-41
58	agrupaciomutua.es	66	8
59	mutualevante.com	131	72
60	mgs.es	-	-
61	segurcaixaholding.com	-	-
62	cofaceiberica.com	109	47
63	patria hispana.com	99	36
64	cahispa.es	-	-
65	previsorabilbaina.com	116	51
66	segurosrga.es	-	-
67	metlife.es	69	2
68	unionalcoyana.com	112	44
69	umas.es	144	75
70	mutuatfe.es	120	50
71	mussap.es	136	65
72	cardif.es	65	-7
73	alianzaesp.es	117	43
74	soliss.es	-	-
75	nationalesuisse.es	-	-
76	cnpvida.es	53	-23
77	aseq.es	169	92
78	mutuavenir.com	161	83
79	sume.es	-	-
80	internationalsos.es	187	107
81	hdi.es	84	3
82	mutuasegorbina.com	-	-
83	mutuapesca.es	162	79
84	fidelidadmundial.es	135	51
85	elperpetuo-socorro.com	176	91
86	laprevisionmallorquina.e	114	28
87	mondial-assistance.es	146	59

3.1.3 POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO (SEM)

El nuevo líder en visibilidad en enlaces patrocinados es Fenix Directo, con casi un 77%, mostrando anuncios en un 88% de las expresiones analizadas en la muestra. Respecto al anterior trimestre apenas aumentaron su presencia SEM pero sí mejoraron su posición media en los anuncios lo que les permite ocupar el liderato por primera vez.

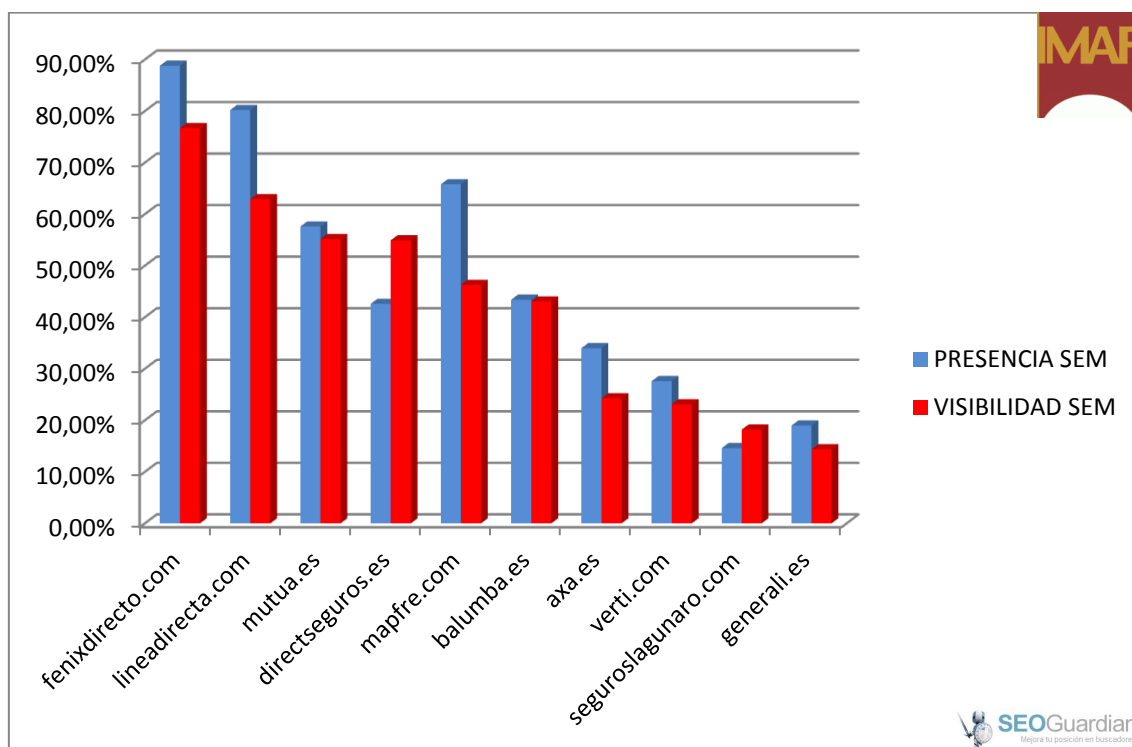
Verti Seguros el anterior líder cae hasta la octava plaza con un 44% menos de presencia y visibilidad. **Línea Directa** continua en segunda posición y el tercer puesto lo ocupa **Mutua Madrileña** que carecía de presencia SEM en la anterior oleada.

Las mayores subidas en el ranking las protagonizan **Seguros Lagun Aro** y **Pelayo**. En el aspecto negativo hay que destacar la caída en nueve posiciones de **Click Seguros** que disminuye su visibilidad en un 52,16%, y la falta de inversión publicitaria de **Caser** y **Mondial Assistance** que desaparecen del ranking.



RK SEM	SEM	DOMINIO	PRESENCIA SEM		VISIBILIDAD SEM		POSICION MEDIA SEM	
			Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN
1	+2	fenixdirecto.com	88,80%	3,60%	76,71%	12,83%	2,4	-1,0
2	=	lineadirecta.com	80,20%	2,20%	62,92%	-4,39%	2,7	0,4
3	N	mutua.es	57,60%	57,60%	55,16%	55,16%	2,2	2,2
4	+1	directseguros.es	42,60%	4,60%	54,93%	1,93%	3,0	-0,2
5	+3	mapfre.com	65,80%	20,80%	46,28%	24,21%	4,3	-0,7
6	+1	balumba.es	43,40%	12,40%	43,07%	19,83%	4,6	0,0
7	+3	axa.es	34,00%	14,20%	24,27%	14,21%	3,1	-0,4
8	-7	verti.com	27,60%	-44,40%	23,10%	-44,78%	1,8	-0,6
9	+4	seguros lagunaro.com	14,60%	1,80%	18,20%	16,08%	6,0	0,3
10	-4	generali.es	19,00%	-26,20%	14,40%	-9,06%	5,8	0,5
11	-2	zurich.es	34,60%	1,60%	12,49%	-2,99%	2,9	0,2
12	-1	genesis.es	9,60%	-1,60%	8,56%	1,40%	4,3	0,3
13	-9	clickseguros.es	11,40%	-24,00%	4,71%	-52,16%	3,4	1,1
14	-2	fiatc.es	6,80%	-1,20%	3,83%	-0,85%	4,4	1,8
15	+1	ocaso.es	16,80%	3,00%	2,84%	1,39%	3,9	-1,0
16	+5	pelayo.com	1,60%	1,40%	1,13%	0,88%	5,3	-2,8
17	+3	europ-assistance.es	1,00%	0,20%	0,71%	0,24%	3,2	0,0
18	+1	agrupacionmutua.es	2,60%	1,40%	0,71%	0,21%	4,7	-2,3
19	-1	divinapastora.com	2,40%	-1,00%	0,32%	-0,20%	3,5	-0,9
20	+2	seguros catalanaoccidente.com	1,40%	0,00%	0,15%	-0,01%	1,9	-0,9
21	+2	arag.es	0,80%	0,20%	0,10%	0,07%	1,8	0,4
22	N	cigna.es	0,20%	0,20%	0,02%	0,02%	8,0	8,0

En el siguiente grafico observamos, como **Direct Seguros** y **Seguros Lagun Aro** maximizan su visibilidad frente a los otros 8 líderes en posicionamiento “publicitario” (SEM)



3.1.4 RANKING GLOBAL DE POSICIONAMIENTO

Si tenemos en cuenta tanto los resultados de búsquedas orgánicas, como los enlaces patrocinados, vemos que el líder en el sector asegurador continúa siendo **Línea Directa**, seguida de **Mapfre** y **Direct Seguros**, que se intercambian las posiciones anteriores.

La subida más relevante la protagoniza Seguros Lagun Aro que sube 23 posiciones gracias a su apuesta por los enlaces patrocinados.

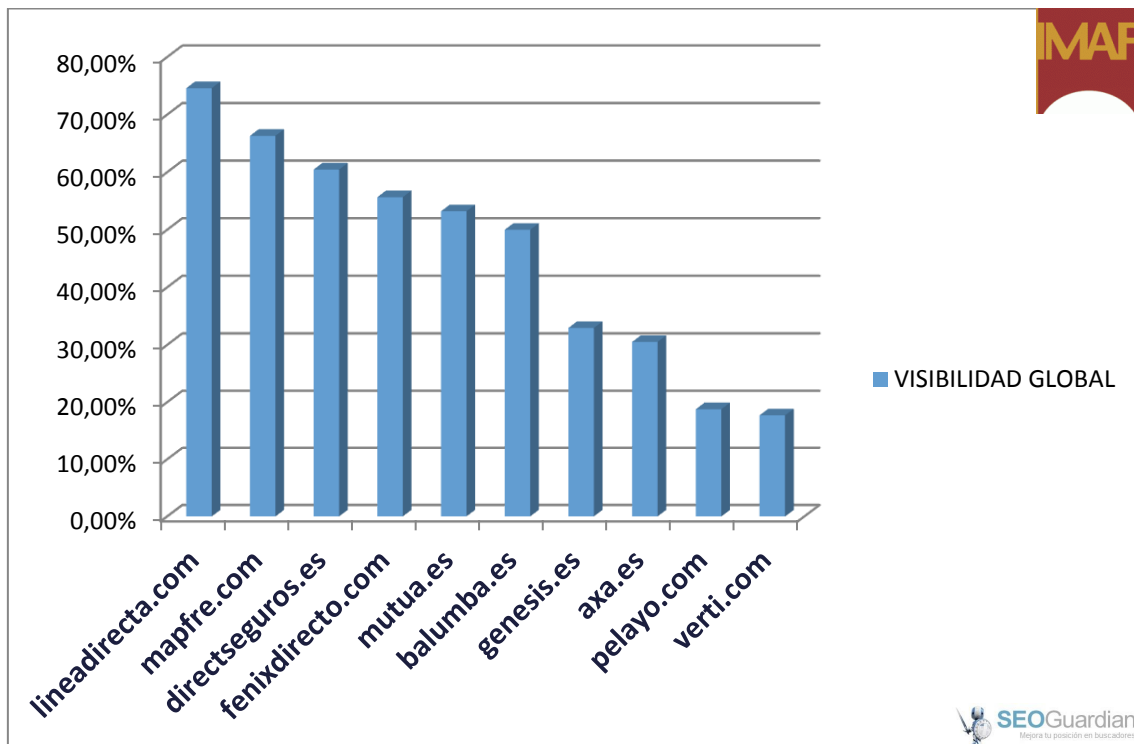
De todas las aseguradoras analizadas tan sólo 13 de ellas (dos menos que en el anterior estudio) cuentan con una visibilidad superior al 10%.

VISIBILIDAD GLOBAL

RK GLOBAL		DOMINIO	Q4 2011	VARIACIÓN
1	=	lineadirecta.com	74,59%	-1,80%
2	+1	mapfre.com	66,32%	14,58%
3	-1	directseguros.es	60,45%	0,24%
4	=	fenixdirecto.com	55,66%	7,29%
5	+5	mutua.es	53,20%	33,49%
6	=	balumba.es	50,00%	9,40%
7	+1	genesis.es	32,94%	1,40%
8	+1	axa.es	30,51%	9,37%
9	+2	pelayo.com	18,77%	-0,25%
10	-5	verti.com	17,71%	-23,40%
11	+23	segurosлагunaro.com	12,17%	10,93%
12	+2	caser.es	11,87%	-0,55%
13	=	allianz.es	10,43%	-2,09%
14	+3	nne.es	7,95%	0,09%
15	-8	clickseguros.es	7,93%	-30,09%
16	=	groupama.es	7,29%	-1,60%
17	-2	zurich.es	7,21%	-2,96%
18	-6	generali.es	6,87%	-6,15%
19	-1	amaseguros.com	6,46%	0,00%
20	-1	ocaso.es	5,74%	-0,53%
21	-1	regal.es	5,50%	0,18%
22	+4	sanitas.es	4,22%	1,29%
23	+2	europadeseguros.com	3,81%	0,53%
24	-3	reale.es	3,76%	-0,24%
25	-2	mmtseguros.es	3,67%	-0,01%
26	-4	dkvseguros.com	3,10%	-0,79%
27	=	fiatc.es	2,56%	0,23%
28	-4	santalucia.es	2,38%	-1,02%
29	+1	libertyseguros.es	2,25%	0,43%
30	-1	adeslas.es	2,11%	0,08%
31	-3	das.es	2,05%	0,00%
32	-1	asisa.es	1,63%	-0,18%
33	=	seguroscatalanaoccidente.com	1,46%	0,10%
34	+2	europ-assistance.es	0,95%	0,12%
35	+2	ges.es	0,69%	0,00%
36	+7	agrupaciomutua.es	0,41%	0,11%
37	+1	aegon.es	0,40%	-0,12%
38	+3	segurosatocha.com	0,39%	0,00%
39	+3	almudenaseguros.es	0,38%	0,00%
40	=	segurosmeridiano.com	0,37%	-0,03%

41	-2	divinapastora.com	0,31%	-0,12%
42	+7	atlantis-seguros.es	0,31%	0,18%
43	+1	atlantida.net	0,27%	0,03%
44	+1	metropolis-sa.es	0,23%	0,00%
45	+6	arag.es	0,16%	0,04%
46	=	preventiva.com	0,14%	0,00%
47	+3	creditoycaucion.es	0,12%	0,00%
48	=	helvetia.es	0,12%	-0,02%
49	+3	imq.es	0,12%	0,01%
50	+4	amic.es	0,11%	0,01%
51	+2	cigna.es	0,11%	0,01%
52	-5	mutuadepropietarios.es	0,10%	-0,04%
53	+3	hna.es	0,10%	0,00%
54	+1	antares.es	0,10%	0,00%
55	+2	aviva.es	0,09%	0,00%
56	+3	segurosbilbao.com	0,08%	0,00%
57	+1	asefa.es	0,08%	0,00%
58	+2	bbvaseguros.com	0,07%	-0,01%
59	+27	mutualevante.com	0,06%	0,06%
60	+1	mgs.es	0,06%	0,00%
61	+5	segurcaixaholding.com	0,05%	0,04%
62	=	cofaceiberica.com	0,02%	0,00%
63	=	patriahispana.com	0,02%	0,00%
64	=	cahispa.es	0,02%	0,00%
65	=	previsorabilbaina.com	0,02%	0,00%
66	+2	segurosrga.es	0,02%	0,00%
67	=	metlife.es	0,01%	0,00%
68	+1	unionalcoyana.com	0,01%	0,00%
69	+4	umas.es	0,01%	0,00%
70	+1	mutuatfe.es	0,01%	0,00%
71	-1	mussap.es	0,01%	0,00%
72	=	cardif.es	0,01%	0,00%
73	+1	alianzaesp.es	0,01%	0,00%
74	+1	soliss.es	0,01%	0,00%
75	+2	nationalesuisse.es	0,01%	0,00%
76	+2	cnpvida.es	0,00%	0,00%
77	+2	aseq.es	0,00%	0,00%
78	+2	mutuavenir.com	0,00%	0,00%
79	+8	surne.es	0,00%	0,00%
80	-45	internationalsos.es	0,00%	-0,83%
81	=	hdi.es	0,00%	0,00%
82	=	mutuasegorbina.com	0,00%	0,00%
83	=	mutuapesca.es	0,00%	0,00%
84	=	elperpetuo-socorro.com	0,00%	0,00%
85	=	fidelidadmundial.es	0,00%	0,00%
86	-54	mondial-assistance.es	0,00%	-1,37%
87	-11	laprevisionmallorquina.es	0,00%	-0,01%

En el siguiente grafico reflejamos el porcentaje de visibilidad de las primeras 10 aseguradoras.



3.1.5 INDICE ALFABÉTICO

El siguiente cuadro recoge la clasificación de todas las aseguradoras por orden alfabético para facilitar la búsqueda de cada entidad.

ÍNDICE ALFABÉTICO

	DOMINIO	VISIBILIDAD GLOBAL	RANKING GLOBAL	RANKING SEO	RANKING SEM	RANKING POR PRIMAS
1	adeslas.es	2,11%	30	26	-	9
2	aegon.es	0,40%	37	34	-	89
3	agrupaciomutua.es	0,41%	36	58	18	66
4	alianzaesp.es	0,01%	73	73	-	117
5	allianz.es	10,43%	13	11	-	3
6	almudenaseguros.es	0,38%	39	36	-	93
7	amaseguros.com	6,46%	19	15	-	58
8	amic.es	0,11%	50	47	-	-
9	antares.es	0,10%	54	52	-	67
10	arag.es	0,16%	45	50	21	83
11	asefa.es	0,08%	57	56	-	76
12	aseq.es	0,00%	77	77	-	169
13	asisa.es	1,63%	32	28	-	20
14	atlantida.net	0,27%	43	40	-	155
15	atlantis-seguros.es	0,31%	42	39	-	-
16	aviva.es	0,09%	55	53	-	52
17	axa.es	30,51%	8	8	7	7
18	balumba.es	50,00%	6	5	6	-
19	bbvaseguros.com	0,07%	58	57	-	16
20	cahispa.es	0,02%	64	64	-	-
21	cardif.es	0,01%	72	72	-	65
22	caser.es	11,87%	12	10	-	8
23	cigna.es	0,11%	51	49	22	104
24	clickseguros.es	7,93%	15	16	13	165
25	cnpvida.es	0,00%	76	76	-	53
26	cofaceiberica.com	0,02%	62	62	-	109
27	creditoyscaucion.es	0,12%	47	43	-	36
28	das.es	2,05%	31	27	-	157
29	directseguros.es	60,45%	3	3	4	51
30	divinapastora.com	0,31%	41	44	19	-
31	dkvseguros.com	3,10%	26	23	-	33
32	elperpetuo-socorro.com	0,00%	84	85	-	176
33	europ-assistance.es	0,95%	34	33	17	142
34	europadeseguros.com	3,81%	23	20	-	115
35	fenixdirecto.com	55,66%	4	9	1	103
36	fiatc.es	2,56%	27	31	14	187
37	fidelidademundial.es	0,00%	85	84	-	135
38	generali.es	6,87%	18	37	10	6
39	genesis.es	32,94%	7	4	12	55
40	ges.es	0,69%	35	32	-	79

41	groupama.es	7,29%	16	13	-	19
42	hdi.es	0,00%	81	81	-	84
43	helvetia.es	0,12%	48	45	-	41
44	hna.es	0,10%	53	51	-	63
45	imq.es	0,12%	49	46	-	62
46	internationalsos.es	0,00%	80	80	-	187
47	laprevisionmallorquina.es	0,00%	86	86	-	114
48	libertyseguros.es	2,25%	29	25	-	27
49	lineadirecta.com	74,59%	1	2	2	24
50	mapfre.com	66,32%	2	1	5	1
51	metlife.es	0,01%	67	67	-	69
52	metropolis-sa.es	0,23%	44	41	-	-
53	mgs.es	0,06%	60	60	-	-
54	mmtseguros.es	3,67%	25	22	-	95
55	mondial-assistance.es	0,00%	87	87	-	146
56	mussap.es	0,01%	71	71	-	136
57	mutua.es	53,20%	5	6	3	12
58	mutuadepropietarios.es	0,10%	52	48	-	101
59	mutualevante.com	0,06%	59	59	-	131
60	mutuapesca.es	0,00%	83	83	-	162
61	mutuasegorbina.com	0,00%	82	82	-	-
62	mutuatfe.es	0,01%	70	70	-	120
63	mutuavenir.com	0,00%	78	78	-	161
64	nationalesuisse.es	0,01%	75	75	-	-
65	nne.es	7,95%	14	12	-	32
66	ocaso.es	5,74%	20	19	15	21
67	patriahispana.com	0,02%	63	63	-	99
68	pelayo.com	18,77%	9	7	16	31
69	preventiva.com	0,14%	46	42	-	88
70	previsorabilbaina.com	0,02%	65	65	-	116
71	reale.es	3,76%	24	21	-	22
72	regal.es	5,50%	21	17	-	27
73	sanitas.es	4,22%	22	18	-	15
74	santalucia.es	2,38%	28	24	-	11
75	segurcaixaholding.com	0,05%	61	61	-	-
76	segurosatocha.com	0,39%	38	35	-	138
77	segurosbilbao.com	0,08%	56	55	-	29
78	seguroscatalanaoccidente.coi	1,46%	33	29	20	17
79	seguroslagunaro.com	12,17%	11	54	9	98
80	segurosmeridiano.com	0,37%	40	38	-	122
81	segurosrga.es	0,02%	66	66	-	-
82	soliss.es	0,01%	74	74	-	-
83	surne.es	0,00%	79	79	-	-
84	umas.es	0,01%	69	69	-	144
85	unionalcoyana.com	0,01%	68	68	-	112
86	verti.com	17,71%	10	14	8	-
87	zurich.es	7,21%	17	30	11	10

3.2 POSICIONAMIENTO DE LOS DISTRIBUIDORES.

3.2.1 - POSICIONAMIENTO ORGÁNICO (SEO)

El siguiente cuadro refleja el posicionamiento orgánico de los distribuidores de seguros en internet, es decir, aquellos que no son entidad aseguradora.

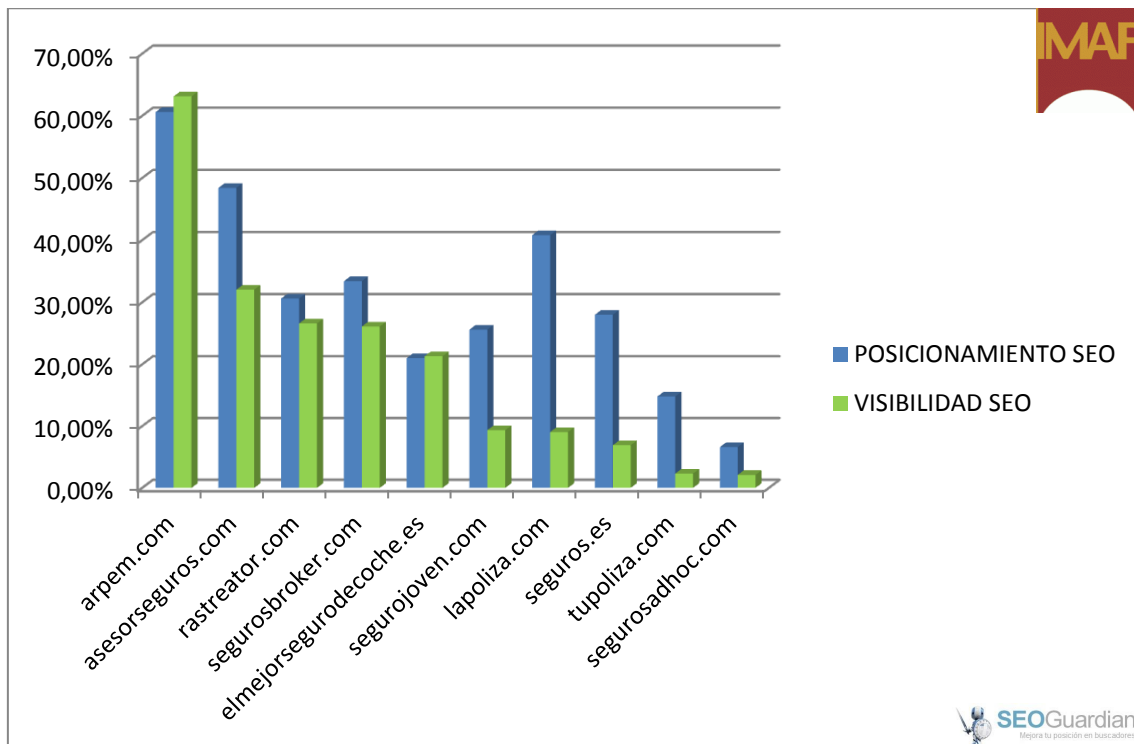
Arpem.com sigue liderando el ranking, secundado por **Asesorseguros.com** y **Rastreator.com** que suben una posición cada uno.

El mayor avance respecto al trimestre anterior lo protagoniza segurosadhoc.com que sube siete puestos, mientras que la mayor bajada es para **lossegurosdecoche.com**



RK SEO		POSICIONAMIENTO SEO			VISIBILIDAD SEO		POSICION MEDIA SEO	
		DOMINIO	Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN
1	=	arpem.com	60,60%	-0,60%	63,12%	-1,20%	5,2	0,2
2	+1	asesorseguros.com	48,40%	2,60%	32,03%	-2,23%	7,6	0,4
3	+1	rastreator.com	30,60%	1,20%	26,60%	3,85%	9,7	-0,3
4	-2	segurosbroker.com	33,40%	-2,40%	26,10%	-11,48%	11,5	-0,3
5	=	elmejorsegurodecoche.es	21,00%	1,00%	21,31%	1,12%	9,9	-0,4
6	-1	segurojoven.com	25,60%	1,80%	9,34%	0,01%	9,4	0,2
7	-1	lapoliza.com	40,80%	1,00%	9,03%	-1,39%	11,8	0,4
8	+1	seguros.es	28,00%	6,60%	6,90%	4,04%	13,5	-0,3
9	-1	tupoliza.com	14,80%	-0,20%	2,31%	-0,65%	9,3	0,9
10	+7	segurosadhoc.com	6,60%	3,00%	2,10%	1,76%	12,9	-0,3
11	=	puntoseguro.com	7,80%	-0,80%	2,07%	-0,45%	9,4	0,1
12	=	comparativaseguros.com	8,40%	0,80%	1,79%	0,29%	13,1	-0,9
13	-2	segurazos.com	5,60%	-1,80%	1,54%	-0,63%	13,2	-0,7
14	-1	expertoseguros.com	6,60%	-0,60%	1,04%	-0,14%	14,1	-0,2
15	-1	stbseguros.com	2,20%	0,40%	0,55%	0,10%	14,8	-0,5
16	+3	acierto.com	6,00%	2,80%	0,51%	0,32%	15,8	-0,9
17	+5	aseguring.com	1,00%	0,20%	0,36%	0,19%	13,6	-0,7
18	-2	segurclick.com	3,60%	0,20%	0,33%	-0,01%	8,6	1,1
19	-1	mejorseguro.net	5,40%	-1,00%	0,29%	0,02%	11,9	-0,5
20	=	segurosaludyvida.com	0,40%	0,20%	0,15%	-0,02%	16,5	2,5
21	=	iseguros.es	3,40%	-1,20%	0,12%	-0,04%	13,9	-1,5
22	+1	terranea.es	2,00%	0,00%	0,11%	-0,01%	11,3	0,7
23	N	motopoliza.com	2,40%	2,40%	0,04%	0,04%	15,8	15,8
24	=	mipoliza.es	0,20%	-0,20%	0,01%	-0,01%	3,0	-8,0
25	-10	lossegurosdecoches.com	0,00%	-1,20%	0,00%	-0,36%	0,0	-15,0

El gráfico que recogemos a continuación refleja con mayor claridad esta situación con referencia a los 10 mayores distribuidores en internet:



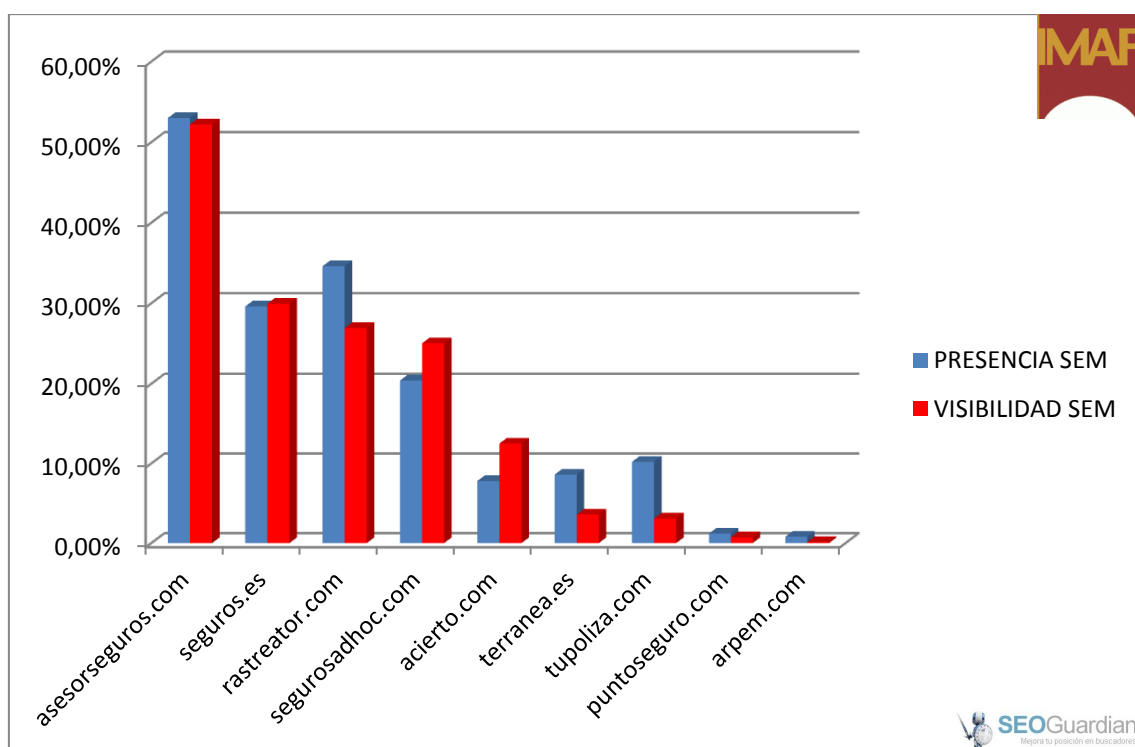
3.2.2 POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO (SEM) DISTRIBUIDORES

Asesorseguros.com continúa liderando este índice, que refleja la inversión publicitaria de los distribuidores. Le acompañan en el podio **Seguros.es** y **Rastreator.com** que ganan tres puestos cada uno. La bajada más significativa corresponde a Arpem.com que pasa de la segunda posición que ocupaba en el anterior trimestre a la novena plaza.



RK SEM	DOMINIO	PRESENCIA SEM		VISIBILIDAD SEM		POSICION MEDIA SEM	
		Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN	Q4 2011	VARIACIÓN
1	asesorseguros.com	53,00%	1,40%	52,18%	5,38%	2,9	-0,1
2	seguros.es	29,60%	12,00%	29,94%	20,70%	5,5	-0,5
3	rastreator.com	34,60%	15,60%	26,92%	17,84%	2,1	-0,9
4	segurosadhoc.com	20,40%	5,20%	25,03%	6,90%	6,2	0,3
5	acierto.com	7,80%	0,00%	12,50%	0,05%	1,6	0,0
6	terranea.es	8,60%	0,40%	3,58%	0,75%	2,0	-0,1
7	tupoliza.com	10,20%	0,00%	3,09%	0,43%	3,7	-0,2
8	puntoseguro.com	1,20%	-2,20%	0,73%	-0,08%	2,0	-1,3
9	arpem.com	0,80%	-36,80%	0,13%	-39,51%	6,8	3,9
10	lapoliza.com	0,00%	-3,80%	0,00%	-1,18%	0,0	-4,8

El siguiente gráfico permite una visión inmediata de los primeros distribuidores de seguros por presencia en internet.



3.2.3- RANKING GLOBAL DE POSICIONAMIENTO DE DISTRIBUIDORES

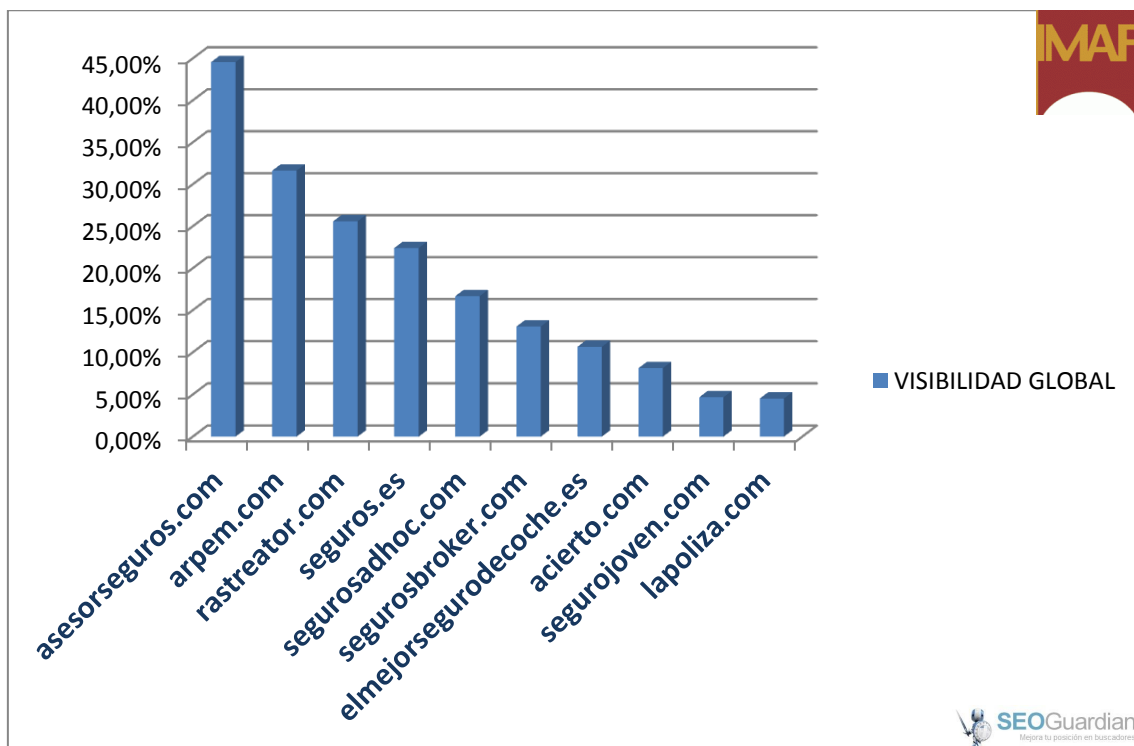
Si analizamos la presencia global de los distribuidores de seguros en internet, incluyendo el posicionamiento orgánico más el posicionamiento de marketing, el liderazgo corresponde a **Asesorseguros.com** que le arrebató a **Arpem.com** el liderato que ostentaba con anterioridad. El podio lo completa Rastreator.com que aumenta su visibilidad en más de un 10% en el último trimestre.

Hay que destacar también a **Seguros.es** que suben cuatro puestos y aumentan su visibilidad en más de un 14%.

VISIBILIDAD GLOBAL

RK GLOBAL		DOMINIO	Q4 2011	VARIACIÓN
1	+1	asesorseguros.com	44,56%	2,51%
2	-1	arpem.com	31,62%	-19,71%
3	+1	rastreator.com	25,59%	10,07%
4	+4	seguros.es	22,40%	14,76%
5	=	segurosadhoc.com	16,67%	4,46%
6	-3	segurosbroker.com	13,05%	-5,74%
7	-1	elmejorsegurodecoche.es	10,65%	0,56%
8	-1	acierto.com	8,12%	0,18%
9	+1	segurojoven.com	4,67%	0,01%
10	-1	lapoliza.com	4,52%	-1,31%
11	=	tupoliza.com	2,79%	-0,08%
12	+1	terranea.es	1,74%	0,30%
13	-1	puntoseguro.com	1,46%	-0,26%
14	+1	comparativaseguros.com	0,89%	0,14%
15	-1	segurazos.com	0,77%	-0,31%
16	=	expertoseguros.com	0,52%	-0,07%
17	=	stbseguros.com	0,28%	0,05%
18	+5	aseguring.com	0,18%	0,10%
19	=	segurclick.com	0,17%	-0,01%
20	=	mejorseguro.net	0,14%	0,01%
21	=	segurosaludyvida.com	0,08%	-0,01%
22	=	iseguros.es	0,06%	-0,02%
23	+2	motopoliza.com	0,02%	0,02%
24	=	mipoliza.es	0,00%	0,00%
25	-7	lossegurosdecoches.com	0,00%	-0,18%

En el siguiente grafico reflejamos el porcentaje de visibilidad de los primeros 10 distribuidores.



3.2.4 - ÍNDICE ALFABÉTICO



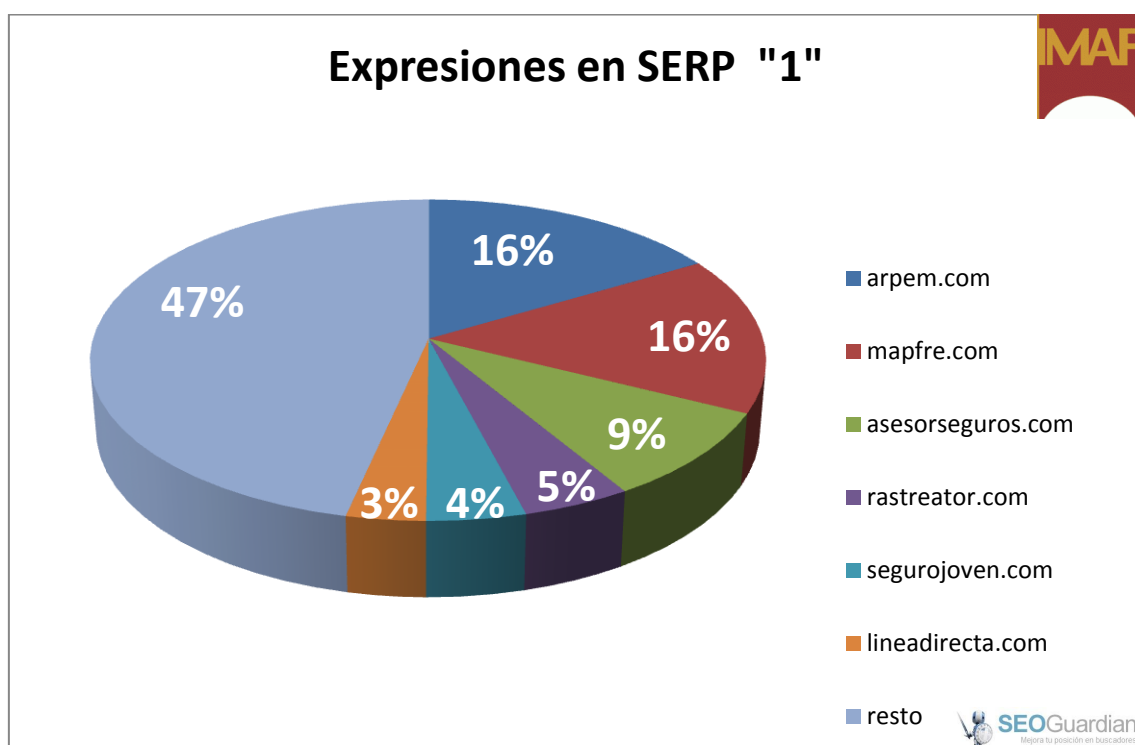
ÍNDICE ALFABÉTICO					
DOMINIO	VISIBILIDAD GLOBAL	RANKING GLOBAL	RANKING SEO	RANKING SEM	
1	acierto.com	8,12%	8	1	5
2	arpem.com	31,62%	2	16	9
3	aseguring.com	0,18%	18	17	-
4	asesorseguros.com	44,56%	1	2	1
5	comparativaseguros.com	0,89%	14	12	-
6	elmejorsegurodecoche.es	10,65%	7	5	-
7	expertoseguros.com	0,52%	16	14	-
8	iseguros.es	0,06%	22	21	-
9	lapoliza.com	4,52%	10	7	-
10	lossegurosdecoches.com	0,00%	25	25	-
11	mejorseguro.net	0,14%	20	19	-
12	mipoliza.es	0,00%	24	24	-
13	motopoliza.com	0,02%	23	23	-
14	puntoseguro.com	1,46%	13	11	8
15	rastreator.com	25,59%	3	3	3
16	segurazos.com	0,77%	15	13	-
17	segurclick.com	0,17%	19	18	-
18	segurojoven.com	4,67%	9	6	-
19	seguros.es	22,40%	4	8	2
20	segurosadhoc.com	16,67%	5	10	4
21	segurosaludyvida.com	0,08%	21	20	-
22	segurosbroker.com	13,05%	6	4	-
23	stbseguros.com	0,28%	17	15	-
24	terranea.es	1,74%	12	22	6
25	tupoliza.com	2,79%	11	9	7

3.3- POSICIONAMIENTO GLOBAL DE ASEGURADORAS Y DISTRIBUIDORES

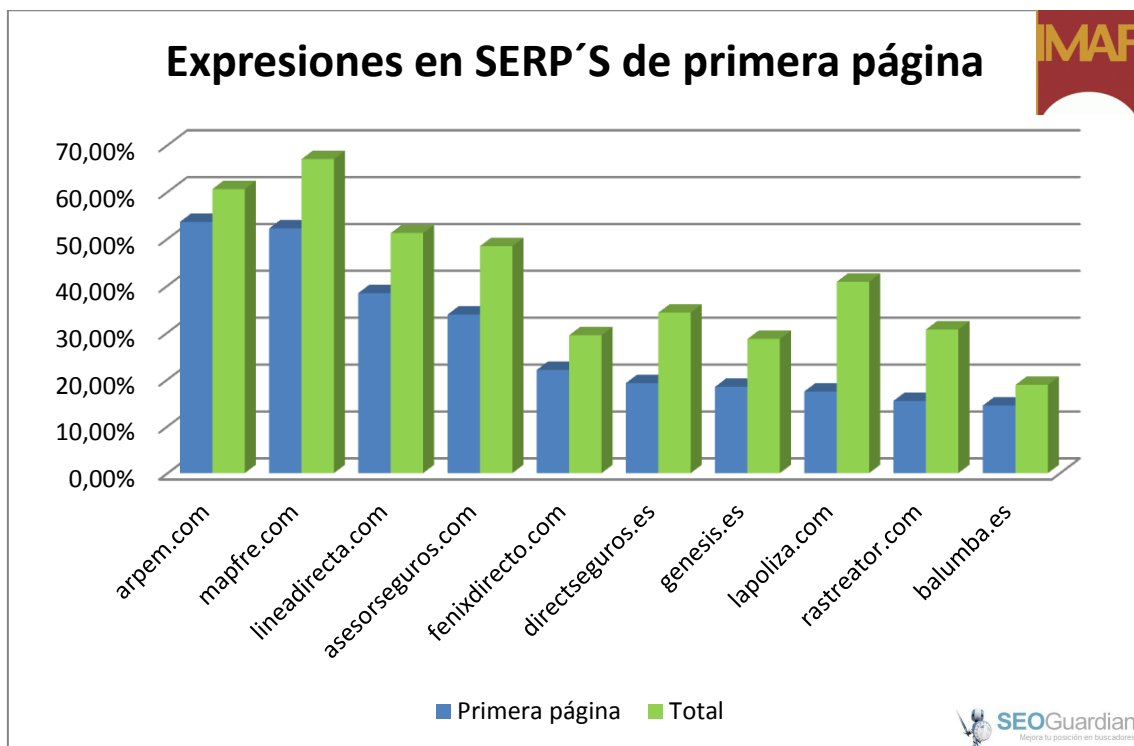
3.3.1- GRÁFICOS POSICIONAMIENTO GLOBAL SEO:

Como novedad este trimestre reflejamos el volumen de expresiones SEO por posición, con el gráfico de los mejores dominios, en cuanto a mayor número de expresiones en la primera posición de resultados SEO, y respecto al volumen de expresiones SEO en la primera página de Google.

Como se puede observar Arpem es el líder del mercado asegurador en lo que primeros puestos de SEO se refiere, seguido muy de lejos por Mapfre y Asesor Seguros. Resulta sorprendente que cuatro de los seis primeros puestos de esta clasificación están encabezados por mediadores de seguros.



En lo que respecta al volumen de expresiones SEO en la primera página de Google destacar que Mapfre es la entidad con un mayor número de expresiones en la primera página, y que cuatro distribuidores consiguen colarse entre los diez principales dominios.



3.3.2.- ÍNDICE IMAF DE ASEGURADORAS Y DISTRIBUIDORES

El Índice IMAF refleja la posición global de presencia orgánica y publicitaria (inversión en marketing online) de la totalidad de las entidades con presencia en internet en el sector seguros.

Línea Directa sigue liderando el ranking, seguida de Mapfre que gana una plaza en perjuicio de Direct Seguros.

En el aspecto positivo hay que destacar al distribuidor **seguros.es** que gana 13 puestos, y a Seguros Lagun Aro que consigue la mayor subida del ranking mejorando su posición en treinta puestos.

Cabe destacar que las dos primeras son entidades aseguradoras (**Línea Directa** y **Direct Seguros**) especializadas en venta directa, y la número tres es Mapfre líder del mercado.

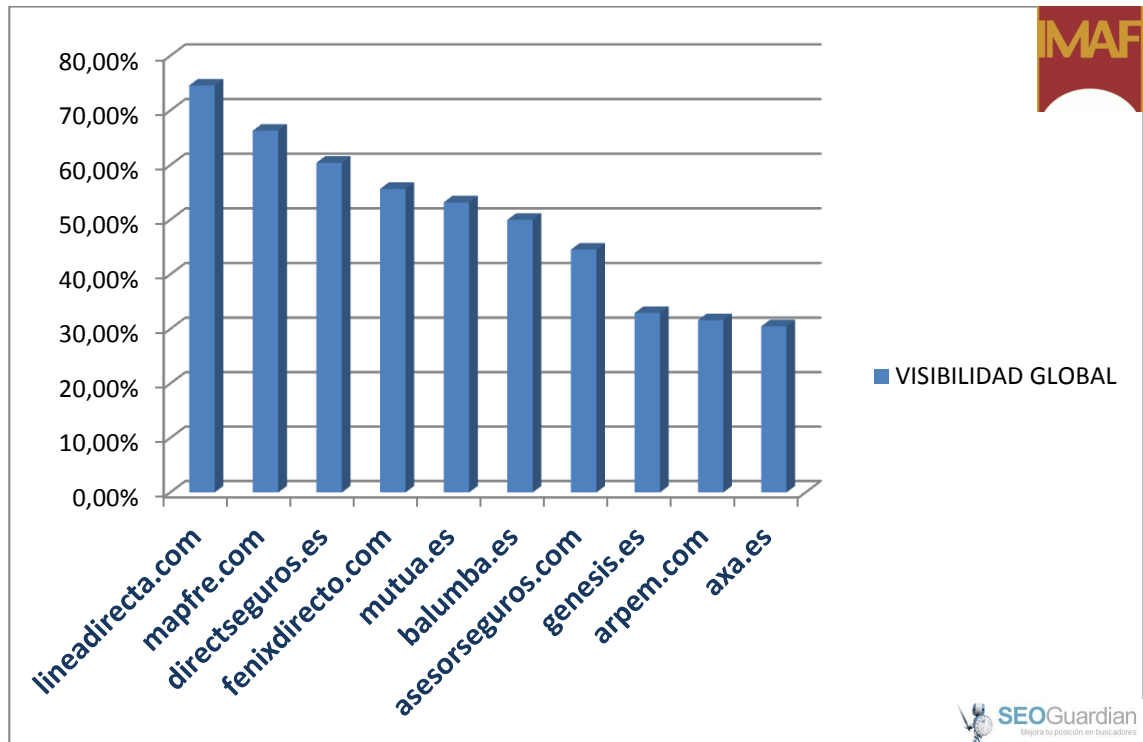
VISIBILIDAD GLOBAL

RK GLOBAL		DOMINIO	Q4 2011	VARIACIÓN
1	=	lineadirecta.com	74,59%	-1,80%
2	+1	mapfre.com	66,32%	14,58%
3	-1	directseguros.es	60,45%	0,24%
4	+1	fenixdirecto.com	55,66%	7,29%
5	+7	mutua.es	53,20%	33,49%
6	+2	balumba.es	50,00%	9,40%
7	-1	asesorseguros.com	44,56%	2,51%
8	+2	genesis.es	32,94%	1,40%
9	-5	arpem.com	31,62%	-19,71%
10	+1	axa.es	30,51%	9,37%
11	+4	rastreator.com	25,59%	10,07%
12	+13	seguros.es	22,40%	14,76%
13	=	pelayo.com	18,77%	-0,25%
14	-7	verti.com	17,71%	-23,40%
15	+4	segurosadhoc.com	16,67%	4,46%
16	-2	segurosbroker.com	13,05%	-5,74%
17	+30	seguroslagunaro.com	12,17%	10,93%
18	=	caser.es	11,87%	-0,55%
19	+2	elmejorsegurodecoche.es	10,65%	0,56%
20	-3	allianz.es	10,43%	-2,09%
21	+2	acierto.com	8,12%	0,18%
22	+2	nne.es	7,95%	0,09%
23	-14	clickseguros.es	7,93%	-30,09%
24	-2	groupama.es	7,29%	-1,60%
25	-5	zurich.es	7,21%	-2,96%
26	-10	generali.es	6,87%	-6,15%
27	-1	amaseguros.com	6,46%	0,00%
28	-1	ocaso.es	5,74%	-0,53%
29	=	regal.es	5,50%	0,18%
30	=	segurojoven.com	4,67%	0,01%
31	-3	lapoliza.com	4,52%	-1,31%
32	+4	sanitas.es	4,22%	1,29%
33	+2	europadeseguros.com	3,81%	0,53%
34	-3	reale.es	3,76%	-0,24%
35	-2	mmtseguros.es	3,67%	-0,01%
36	-4	dkvseguros.com	3,10%	-0,79%
37	=	tupoliza.com	2,79%	-0,08%
38	=	fiatc.es	2,56%	0,23%
39	-5	santalucia.es	2,38%	-1,02%

40	+1	libertyseguros.es	2,25%	0,43%
41	-1	adeslas.es	2,11%	0,08%
42	-3	das.es	2,05%	0,00%
43	+1	terranea.es	1,74%	0,30%
44	-2	asisa.es	1,63%	-0,18%
45	-2	puntoseguro.com	1,46%	-0,26%
46	=	seguroscatalanaoccidente.com	1,46%	0,10%
47	+3	europ-assistance.es	0,95%	0,12%
48	+3	comparativaseguros.com	0,89%	0,14%
49	-1	segurazos.com	0,77%	-0,31%
50	+2	ges.es	0,69%	0,00%
51	+2	expertoseguros.com	0,52%	-0,07%
52	+7	agrupaciomutua.es	0,41%	0,11%
53	+1	aegon.es	0,40%	-0,12%
54	+3	segurosatocha.com	0,39%	0,00%
55	+3	almodenaseguros.es	0,38%	0,00%
56	=	segurosmeridiano.com	0,37%	-0,03%
57	-2	divinapastora.com	0,31%	-0,12%
58	+11	atlantis-seguros.es	0,31%	0,18%
59	+3	stbseguros.com	0,28%	0,05%
60	=	atlantida.net	0,27%	0,03%
61	=	metropolis-sa.es	0,23%	0,00%
62	+18	aseguring.com	0,18%	0,10%
63	+1	segurclick.com	0,17%	-0,01%
64	+7	arag.es	0,16%	0,04%
65	=	preventiva.com	0,14%	0,00%
66	+2	mejorseguro.net	0,14%	0,01%
67	+3	creditoencaucion.es	0,12%	0,00%
68	-1	helvetia.es	0,12%	-0,02%
69	+3	imq.es	0,12%	0,01%
70	+4	amic.es	0,11%	0,01%
71	+2	cigna.es	0,11%	0,01%
72	-6	mutuadepropietarios.es	0,10%	-0,04%
73	+3	hna.es	0,10%	0,00%
74	+1	antares.es	0,10%	0,00%
75	+2	aviva.es	0,09%	0,00%
76	+6	segurosbilbao.com	0,08%	0,00%
77	+4	asefa.es	0,08%	0,00%
78	=	segurosaludyvida.com	0,08%	-0,01%
79	+4	bbvaseguros.com	0,07%	-0,01%
80	+30	mutualevante.com	0,06%	0,06%
81	-2	iseguros.es	0,06%	-0,02%
82	+2	mgs.es	0,06%	0,00%
83	+6	segurcaixaholding.com	0,05%	0,04%
84	+1	cofaceiberica.com	0,02%	0,00%
85	+1	patriahispana.com	0,02%	0,00%

86	+25	motopoliza.com	0,02%	0,02%
87	=	cahispa.es	0,02%	0,00%
88	=	previsorabilbaina.com	0,02%	0,00%
89	+2	segurosrga.es	0,02%	0,00%
90	=	metlife.es	0,01%	0,00%
91	+1	unionalcoyana.com	0,01%	0,00%
92	+4	umas.es	0,01%	0,00%
93	+1	mutuatfe.es	0,01%	0,00%
94	-1	mussap.es	0,01%	0,00%
95	=	cardif.es	0,01%	0,00%
96	+1	alianzaesp.es	0,01%	0,00%
97	+1	soliss.es	0,01%	0,00%
98	+2	nationalesuisse.es	0,01%	0,00%
99	+2	mipoliza.es	0,00%	0,00%
100	+2	cnpvida.es	0,00%	0,00%
101	+2	aseq.es	0,00%	0,00%
102	+2	mutuavenir.com	0,00%	0,00%
103	+9	surne.es	0,00%	0,00%
104	-55	internationalsos.es	0,00%	-0,83%
105	=	hdi.es	0,00%	0,00%
106	=	mutuasegorbina.com	0,00%	0,00%
107	=	mutuapesca.es	0,00%	0,00%
108	=	elperpetuo-socorro.com	0,00%	0,00%
109	=	fidelidadmundial.es	0,00%	0,00%
110	-65	mondial-assistance.es	0,00%	-1,37%
111	-48	lossegurosdecoches.com	0,00%	-0,18%
112	-13	laprevisionmallorquina.es	0,00%	-0,01%

El siguiente gráfico refleja el top 10 de presencia en internet. Cabe resaltar que tan sólo uno de los dominios pertenece a un distribuidor.



3.3.3 -ÍNDICE ALFABÉTICO

ÍNDICE ALFABÉTICO

	DOMINIO	VISIBILIDAD GLOBAL	RANKING GLOBAL	RANKING SEO	RANKING SEM
1	acierto.com	8,12%	21	56	15
2	adeslas.es	2,11%	41	34	-
3	aegon.es	0,40%	53	48	-
4	agrupaciomutua.es	0,41%	52	78	26
5	alianzaesp.es	0,01%	96	96	-
6	allianz.es	10,43%	20	16	-
7	almudenaseguros.es	0,38%	55	50	-
8	amaseguros.com	6,46%	27	20	-
9	amic.es	0,11%	70	66	-
10	antares.es	0,10%	74	71	-
11	arag.es	0,16%	64	69	30
12	arpem.com	31,62%	9	3	29
13	asefa.es	0,08%	77	75	-
14	aseguring.com	0,18%	62	58	-
15	aseq.es	0,00%	101	101	-
16	asesorseguros.com	44,56%	7	10	5
17	asisa.es	1,63%	44	36	-
18	atlantida.net	0,27%	60	55	-
19	atlantis-seguros.es	0,31%	58	53	-
20	aviva.es	0,09%	75	72	-
21	axa.es	30,51%	10	9	11
22	balumba.es	50,00%	6	6	7
23	bbvaseguros.com	0,07%	79	77	-
24	cahispa.es	0,02%	87	87	-
25	cardif.es	0,01%	95	95	-
26	caser.es	11,87%	18	14	-
27	cigna.es	0,11%	71	68	31
28	clickseguros.es	7,93%	23	21	18
29	cnpvida.es	0,00%	100	100	-
30	cofaceiberica.com	0,02%	84	84	-
31	comparativaseguros.com	0,89%	48	42	-
32	creditoypcaucion.es	0,12%	67	62	-
33	das.es	2,05%	42	35	-
34	directseguros.es	60,45%	3	4	4
35	divinapastora.com	0,31%	57	63	27
36	dkvseguros.com	3,10%	36	31	-
37	elmejorsegurodecoche.es	10,65%	19	15	-
38	elperpetuo-socorro.com	0,00%	108	109	-
39	europ-assistance.es	0,95%	47	46	25
40	europadeseguros.com	3,81%	33	27	-
41	expertoseguros.com	0,52%	51	47	-
42	fenixdirecto.com	55,66%	4	11	1
43	fiatc.es	2,56%	38	44	19
44	fidelidademundial.es	0,00%	109	108	-
45	generali.es	6,87%	26	51	14
46	genesis.es	32,94%	8	5	17
47	ges.es	0,69%	50	45	-
48	groupama.es	7,29%	24	18	-
49	hdi.es	0,00%	105	105	-
50	helvetia.es	0,12%	68	64	-

51	hna.es	0,10%	73	70	-
52	imq.es	0,12%	69	65	-
53	internationalsos.es	0,00%	104	104	-
54	iseguros.es	0,06%	81	80	-
55	lapoliza.com	4,52%	31	24	32
56	laprevisionmallorquina.es	0,00%	110	110	-
57	libertyseguros.es	2,25%	40	33	-
58	lineadirecta.com	74,59%	1	2	2
59	lossegurosdecoches.com	0,00%	111	112	-
60	mapfre.com	66,32%	2	1	6
61	mejorseguro.net	0,14%	66	61	-
62	metlife.es	0,01%	90	90	-
63	metropolis-sa.es	0,23%	61	57	-
64	mgs.es	0,06%	82	81	-
65	mipoliza.es	0,00%	99	99	-
66	mmtseguros.es	3,67%	35	29	-
67	mondial-assistance.es	0,00%	112	111	-
68	motopoliza.com	0,02%	86	86	-
69	mussap.es	0,01%	94	94	-
70	mutua.es	53,20%	5	7	3
71	mutuadepropietarios.es	0,10%	72	67	-
72	mutualevante.com	0,06%	80	79	-
73	mutuapesca.es	0,00%	107	107	-
74	mutuasegorbina.com	0,00%	106	106	-
75	mutuatfe.es	0,01%	93	93	-
76	mutuavenir.com	0,00%	102	102	-
77	nationalesuisse.es	0,01%	98	98	-
78	nne.es	7,95%	22	17	-
79	ocaso.es	5,74%	28	26	22
80	patriahispana.com	0,02%	85	85	-
81	pelayo.com	18,77%	13	8	23
82	preventiva.com	0,14%	65	60	-
83	previsorabilbaina.com	0,02%	88	88	-
84	puntoseguro.com	1,46%	45	41	24
85	rastreator.com	25,59%	11	12	9
86	reale.es	3,76%	34	28	-
87	regal.es	5,50%	29	22	-
88	sanitas.es	4,22%	32	25	-
89	santalucia.es	2,38%	39	32	-
90	segurazos.com	0,77%	49	43	-
91	segurcaixaholding.com	0,05%	83	83	-
92	segurclick.com	0,17%	63	59	-
93	segurojoven.com	4,67%	30	23	-
94	seguros.es	22,40%	12	30	8
95	segurosad hoc.com	16,67%	15	40	10
96	segurosaludyvida.com	0,08%	78	76	-
97	segurosatocha.com	0,39%	54	49	-
98	segurosbilbao.com	0,08%	76	74	-
99	segurosbroker.com	13,05%	16	13	-
100	seguroscatalanaoccidente.coi	1,46%	46	37	28
101	seguroslagunaro.com	12,17%	17	73	13
102	segurosmeridiano.com	0,37%	56	52	-
103	segurosrga.es	0,02%	89	89	-
104	soliss.es	0,01%	97	97	-
105	stbseguros.com	0,28%	59	54	-
106	surne.es	0,00%	103	103	-
107	terranea.es	1,74%	43	82	20
108	tupoliza.com	2,79%	37	38	21
109	umas.es	0,01%	92	92	-
110	unionalcoyana.com	0,01%	91	91	-
111	verti.com	17,71%	14	19	12
112	zurich.es	7,21%	25	39	16

4.- CONCLUSIONES:

Mapfre (Mapfre.com + verti.com) sigue manteniéndose como la entidad aseguradora líder del estudio gracias a que su dominio mapfre.com experimentó un incremento del 14,58% en su visibilidad en Google que le ha permitido superar a Direct Seguros.

Sin embargo este buen dato se ve empañado por la pérdida de visibilidad de Verti Seguros que deja de ser el dominio número uno en enlaces patrocinados y reduce su visibilidad global en un 23,40%. La suma de ambos dominios obtiene una visibilidad global del 84%, doce puntos por debajo del 92% obtenido hace un trimestre.

En segunda posición continua **Línea Directa**, que se deja un 1,80% de visibilidad global respecto al trimestre anterior. Completa el podio Direct Seguros que mantiene su visibilidad global del trimestre anterior.

La entidad que más ha mejorado respecto a la anterior muestra es **Mutua Madrileña** que **ha mejorado su visibilidad global en un 33,49 % situándose en la quinta posición del Índice IMAF**. Esta espectacular mejora se debe sobretodo al nuevo posicionamiento de la aseguradora en enlaces patrocinados donde se ha colocado en la posición número tres por detrás únicamente de Fénix Directo y Línea Directa.

En lo que respecta a los distribuidores **Arpem abandona el liderato** (pierde 19,71% de visibilidad global), que pasa a manos de **Asesor Seguros** con un 44,56% de visibilidad. El podio lo completa **Rastreator** con una visibilidad global del 25,59%, más de un 10% más, que en el anterior trimestre. La subida le deja a las puertas del top 10 de presencia global total.