

MAPFRE comienza 2013 como la aseguradora con mayor visibilidad en la Red, y vuelve a estar en la primera posición en los rankings de popularidad, saturación y Page Rank

MAPFRE comienza 2013 como la aseguradora con mayor visibilidad de la Red. AXA se mantiene segunda en este ranking, mientras que Génesis alcanza -en este primer trimestre del año- la tercera posición

Madrid, 3 de abril de 2013.- Éstos son algunos de los principales resultados extraídos de la primera oleada de 2013 dentro del Estudio sobre Posicionamiento Optimizado en Buscadores para el sector Seguros. Dicho estudio pretende reflejar la posición absoluta de algunas de las aseguradoras más representativas del mercado español, midiendo su presencia orgánica en buscadores a partir del nivel de visibilidad alcanzado y de los valores obtenidos en Popularidad, Saturación y Page Rank. Estos parámetros están relacionados directamente con el posicionamiento natural en buscadores y con la visibilidad.

La conclusión principal que se desprende de esta última revisión sectorial presentada por Adesis Netlife es que, un trimestre más, MAPFRE mantiene su liderazgo en posicionamiento SEO aunque sigue experimentando ligeros descensos respecto a los últimos estudios. La aseguradora ha obtenido, en este primer trimestre de 2013, un 91,44% en el índice de visibilidad. AXA se mantiene un trimestre más en segunda posición, con un 80,15%; mientras, Génesis (con un 70,90%) recupera posiciones y arrebató el tercer puesto a Línea Directa.

En este primer trimestre del año se repite la situación que vimos en el estudio anterior: seis aseguradoras (MAPFRE, AXA, Génesis, Pelayo, Línea Directa, y Mutua Madrileña) se encuentran por encima del 50% de visibilidad.

Índice de visibilidad

Para obtener el nivel de visibilidad, Adesis ha recogido las posiciones obtenidas en Google por cada aseguradora para una selección concreta de palabras clave genéricas –las más representativas del sector-, a las cuales se les ha asignado una valoración en función de su popularidad. Las palabras que mayor tráfico han generado durante el trimestre han sido: seguros automóvil, seguros vida y seguro coche.

El Ratio de Visibilidad depende de la posición que ocupa la empresa por palabra clave y del número de usuarios que consulta esa palabra clave. En la siguiente tabla se muestra el ranking de visibilidad obtenido.

1. MAPFRE 91,44%
2. AXA 80,15%
3. Génesis 70,90%
4. Pelayo 68,57%
5. Línea Directa 56,45%
6. Mutua Madrileña 50,31%
7. Directseguros 20,89%
8. Catalana Occidente 11,40%
9. Santalucía seguros 7,97%
10. Fiatc 4,97%
11. Zurich 3,37%
12. Segurosbroker 2,42%

Índice de Saturación

El índice de Saturación o número de páginas indexadas por un buscador con respecto a un sitio web concreto, ha sido otro de los parámetros analizados. En este indicador, la primera posición continua estable con respecto al período anterior: MAPFRE sigue liderando el ranking de saturación, e incluso ha registrado una mejora respecto al estudio anterior, al pasar de 177.000 a 185.000.

Fiatc registra, al igual que en el trimestre anterior, un descenso considerable, al pasar de 141.000 a 45.100. Segurosbroker desciende también, al registrar 15.100 en el último trimestre de 2012 y pasar ahora a 12.200.

Sigue siendo destacable la distancia a la que se quedan el resto de aseguradoras aunque han experimentado subidas.

1. MAPFRE 185.000
2. Fiatc 45.100
3. SegurosBroker 12.200
4. AXA 11.600
5. Directseguros 9.530
6. Santalucía 7.740
7. Génesis 4.390
8. Pelayo 2.950
9. Zurich 2.720
10. Mutua Madrileña 1.940
11. Línea Directa 1.760
12. Catalana Occidente 1.480

Índice de Popularidad

El informe de Adesis también refleja el índice de Popularidad. Esta variable se calcula según las páginas externas que enlazan a un sitio web a modo de recomendación o reseña. En este primer trimestre del año, MAPFRE experimenta un ligero descenso, pero mantiene su primer puesto en el ranking. Al igual que le ocurre a AXA, que baja de un 311 a 303, pero se mantiene en su segundo puesto. Fiatc se mantiene estable en el tercer puesto, pese a registrar un aumento de 13 puntos.

En este primer periodo de 2013, han aumentado sus posiciones las siguientes aseguradoras: Fiatc, Mutua Madrileña, Santalucía Seguros y Pelayo.

1. MAPFRE 410
2. AXA 303
3. Fiatc 115
4. Mutua Madrileña 104
5. Línea Directa 92
6. Catalana Occidente 74
7. Santalucía seguros 60
8. Pelayo 54
9. Segurosbroker 23
10. Génesis 18
11. Directseguros 13
12. Zurich 0

Índice de Page Rank

Por último, este estudio recoge el Page Rank o PR. Indicador elaborado por Google que mide sobre una escala logarítmica de 10, la popularidad en la red de un website. MAPFRE y AXA lideran este índice con seis puntos, al que hay añadir Santalucía, que se posiciona en tercer lugar. Por detrás le siguen con un PR5: Pelayo, Zurich, Mutua Madrileña, Catalana Occidente, Fiatc, Línea Directa

Segurosbroker, Directseguros y Génesis, se mantienen con el mismo PR4 respecto a la última revisión realizada.

1. MAPFRE 6
2. AXA 6
3. Santalucía 6
4. Pelayo 5

5. Zurich 5
6. Mutua Madrileña 5
7. Catalana Occidente 5
8. Fiatc 5
9. Línea Directa 5
10. SegurosBroker 4
11. Directseguros 4
12. Génesis 4

Acerca de Adesis Netlife

Adesis Netlife es una compañía de capital 100% español e independiente fundada en 2000 y con oficinas en Madrid y México. Su amplia experiencia en el sector de la consultoría y estrategia en la Red, y los casi 600 proyectos realizados para las principales compañías del país, avalan su trayectoria.

Como compañía de servicios integrales, Adesis Netlife cubre la totalidad de las áreas de negocio relacionadas con las nuevas tecnologías: negocio online, desarrollo y adaptación de aplicaciones web de gestión, creación y adaptación digital y marketing on-line. Su estrategia de negocio se basa en tres pilares: internalización de los servicios, resultados basados en ROI, y compromiso de calidad.

<http://www.adesis.com>

Datos de contacto:

Raquel Benito

Nota de prensa publicada en: [28023](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>