

Presentamos el nuevo Ranking de presencia en internet de Entidades Aseguradoras



Ha pasado un nuevo trimestre y hemos vuelto a medir la presencia en Internet de las diferentes entidades aseguradoras que conforman el mundo del seguro en España.

Una de las grandes novedades es el **patrocinio del mismo por parte de FUJITSU**, compañía líder en sector TIC con una gama completa de servicios, soluciones y productos. Este ranking, creado en 2010, se ha convertido en líder del sector asegurador en España.

Gracias a dicho patrocinio, y tal y como anunciamos en su día, esta edición número 15 marca un antes y un después en nuestro ranking, puesto que lo hemos revisado de arriba abajo y lo hemos adaptado a una realidad de Internet que distaba mucho de la que medíamos en un inicio allá por agosto del 2010 y cuyos parámetros ya consideramos que estaban obsoletos.

Por ello, cambia por completo, se amplía y profundiza en campos que anteriormente no se medían.

Nuevos Apartados

Se unifican los apartados de “Página web” y “Att. al cliente” en uno solo, que se denominará “Web” y aparecen apartados en los que se medirá las app (APP), la información que la entidad ofrece (INFORMACIÓN) y la venta de productos a través de la página web (VENTA ON LINE). Continúa el apartado de “Redes Sociales”.

Con ello, el total de apartados que analizaremos serán cinco:

- APP
- WEB
- INFORMACIÓN
- VENTA ON LINE
- REDES SOCIALES

Más redes analizadas

Vamos más allá en número de redes sociales, incluyendo con parámetros propios Google+ y LinkedIn.

Más interacción

Ya no sólo sirve “estar” en las redes sociales, hay que interactuar con los consumidores. Medimos la calidad de la presencia, no sólo la cantidad.

Con estas nuevas mediciones, hemos conseguido un ranking que refleja la realidad actual de la presencia del sector asegurador en Internet, siempre desde el punto de vista de la experiencia de usuario.

Otras de las novedades del ranking va a ser la forma de presentar el mismo, puesto que se publicarán el total de las entidades analizadas, así como la puntuación total obtenida. Para esta ocasión y tras una revisión de las entidades que componían el panel de estudio, hemos analizado, un total de 64 entidades, cuyo resultado final ha sido:

ASEGURADORA	PUNTOS MARZO	PUESTO MARZO
DIRECT SEGUROS	63,87	1
AXA	56,08	2
SANTA LUCIA	54,96	3
FIATC	54,08	4

Ranking de presencia en internet de Entidades Aseguradoras

PLUS ULTRA	52,41	5
DKV	50,53	6
MAPFRE	50,00	7
ARAG	49,64	8
AEGON	49,62	9
FENIX DIRECTO	49,50	10
CATALANA OCCIDENTE	48,82	11
MUTUA MADRILEÑA	48,68	12
LAGUN ARO	47,08	13
EUROP-ASSISTANCE	46,66	14
LINEA DIRECTA	45,65	15
SANITAS	45,61	16
GENERALI	44,38	17
VERTI	44,15	18
ZURICH	43,75	19
SEGUROS BILBAO	42,96	20
CASER	42,62	21
GENESIS	41,17	22
LIBERTY SEGUROS	39,93	23
ALLIANZ	39,52	24
DIVINA PASTORA	37,69	25
HELVETIA	37,50	26
ASISA	35,98	27
AMA	35,67	28
MUSSAP	35,45	29
ADESLAS SEGURCAIXA	35,26	30
SURNE	34,80	31
MUTUALIDAD DEL LEVANTE	33,36	32
REALE	33,21	33
CLICK	32,11	34
PELAYO	31,56	35
MGS SEGUROS	31,26	36
CIGNA SALUD	31,25	37
UNION ALCOYANA	31,07	38
NECTAR	30,84	39
CREDITO Y CAUCION	30,53	40
MUTUA MANRESANA	29,85	41
NORTEHISPANA	29,05	42
CESCE	28,58	43
MUTUA DE PROPIETARIOS	26,89	44
MUT. GRAL. DE CATALUNYA	26,44	45
SEGUROS MERIDIANO	24,92	46
PREVISORA GENERAL	24,36	47
OCASO	22,81	48
METLIFE	21,00	49
MUTUAL MEDICA	19,76	50
ASEFA	19,25	51
PREVENTIVA SEGUROS	19,23	52

GES SEGUROS	18,69	53
ASISTENCIA SANITARIA COLEGIAL	18,25	54
AGRUPACION SANITARIA SEGUROS, S.A.	18,25	55
ALMUDENA SEGUROS	18,00	56
CORPORACIÓN DIRECTA	17,16	57
HNA	16,63	58
AGRUPACIO MUTUA	16,20	59
AVIVA	14,91	60
DEPSA	13,45	61
CLINICUM SALUT	12,95	62
AIG	9,00	63
FIDELIDADE	8,50	64

Dado el cambio producido en los parámetros estudiados, que **pasan de ser 35 a casi 90**, no nos es posible la comparación de las puntuaciones, pero sí de los puestos obtenidos, de esta forma, vemos la **diferencia en la clasificación**.

En cuanto a los distintos apartados en los que se divide el ranking, podemos ver lo siguiente:

1 – WEB

Tal y como adelantamos en su día, en este apartado hemos fusionado los anteriores de “página web” y “atención al cliente”. Para ello, hemos eliminado criterios que, si bien en un principio eran diferenciales, habían pasado a ser estándar lo que no aportaba calidad al ranking. Seguimos midiendo aquellos aspectos importantes para el usuario medio que entra a la web en búsqueda de información, tales como: los datos de contacto, los enlaces a RRSS, un buscador, etc.

En esta nueva edición, las tres primeras posiciones de este apartado las ocupan:

Posición	Entidad	Puntuación
1º	Plus Ultra	60,0%
2º	Sanitas	60,0%
3º	Lagun Aro	58,0%

2 – APP

Es una categoría totalmente nueva en esta edición del ranking. Creemos que internet se ha transformado gracias a los smartphones y ha dado el salto del ordenador de sobremesa al bolsillo del usuario. De ahí que sea necesario que las entidades dispongan de app adaptadas a la nueva realidad de forma que el usuario sea capaz de encontrar información, contactar con ellas e interactuar allí dónde esté.

En esta nueva edición, las tres primeras posiciones de este apartado las ocupan:

Posición	Entidad	Puntuación
1º	Linea Directa	73,0%
2º	Fenix Directo	70,0%
3º	Mutua Madrileña	70,0%

3 – INFORMACIÓN

Si bien algunos de los criterios que entran dentro de esta nueva categoría se encontraban dentro de otros en el anterior ranking, ahora toman protagonismo y se amplían para dar paso a un apartado propio. La información es esencial para que un usuario se decida por una u otra compañía. El saber transmitir el buen hacer y lograr la atención del usuario es un parámetro clave para su fidelización. En esta categoría medimos tanto la información corporativa y de producto que las diferentes entidades tienen en su web como la existencia de blogs, bien corporativos o bien de información interesante sobre aspectos que luego se pueden aplicar a los productos que la entidad comercializa.

En esta nueva edición, las tres primeras posiciones de este apartado las ocupan:

Posición	Entidad	Puntuación
1º	Ama	85,0%
2º	Cesce	70,0%
3º	Lagun Aro	70,0%

4 – VENTA ON LINE

El mercado ha cambiado y los consumidores y sus hábitos también. Si bien creemos que la mediación sigue siendo esencial a la hora de que el consumidor sepa elegir y adquirir los seguros, existen otros segmentos en los que la venta se puede realizar totalmente on line, siempre y cuando exista por parte de la entidad la suficiente información para ello. Cada vez son más las entidades que ofrecen algunos de sus seguros para la venta en sus páginas web, si bien el tratamiento que le dan a dicha venta es muy dispar. En este apartado medimos todo el proceso que englobaría la venta de un seguro a través de internet, desde la información previa hasta el sistema de pago, sin olvidar los métodos de contacto que se facilitan al consumidor para resolver sus dudas.

En esta nueva edición, las tres primeras posiciones de este apartado las ocupan:

Posición	Entidad	Puntuación
1º	Direct Seguros	80,0%
2º	Liberty Seguros	78,5%
3º	Mussap	71,5%

5 – REDES SOCIALES

Obviamente, no podía faltar en nuestro ranking un apartado específico de Redes Sociales. Sin embargo, éste se remodela desde el principio, dando mucho más peso a la calidad que la cantidad. Ya no sirve con estar en las Redes Sociales, hay que, además, saber estar, interactuando y compartiendo información de calidad. Además, el número de redes sociales con apartado propio se amplía, dando entrada a LinkedIn y Google+ con similar protagonismo a las que ya se medían (Facebook, Twitter y Youtube), además, otras redes como Instagram o Pinterest empiezan a ser tenidas en cuenta por el consumidor, por lo que también son incluidas en el ranking aunque con una ponderación menor.

En esta nueva edición, las tres primeras posiciones de este apartado las ocupan:

Posición	Entidad	Puntuación
1º	Catalana Occidente	84,1%
2º	Cesce	67,2%
3º	Direct Seguros	65,4%

A lo largo de posts posteriores que publicaremos en esta web iremos analizando de forma resumida cada uno de los apartados analizados, profundizando en los resultados obtenidos y publicando la clasificación parcial de cada uno de ellos.

Si desea profundizar sobre algún aspecto del ranking, de algún apartado en particular o de su entidad, tenemos a disposición amplios informes sobre cada uno de ellos, son los siguientes precios:

- **RESUMEN EJECUTIVO:** Incluye explicación de los apartados que componen el ranking y la puntuación obtenida por la entidad elegida en cada uno de ellos. El precio es de 75 euros.
- **INFORME DE ÁREA:** Incluye explicación de cada una de las áreas en profundidad, con puntuación de las distintas entidades y parámetros estudiados en cada área. El precio es de 50 euros por cada una de las cinco áreas que conforman el ranking.
- **INFORME COMPLETO:** Suma de los dos apartados anteriores, un total de seis informes anteriores. El precio es de 300 euros.