

“Who is who en los comparadores”

Abril 2010

Servicio de estudios de Aseguring

www.aseguring.com

1.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.1.-Análisis clásico del mercado

1.2.-Webs analizadas

- Arpem
- Asesorseguros
- Aseguring
- Expertoseguros
- Elmejorsegurodecoche.es
- Lapoliza.com
- LosSegurosdecoche.com
- Rastreator
- Segurosbroker.com
- Tarifas24

1.3.-Bases del estudio

2.- ANÁLISIS DE MERCADO

2.1.-Posicionamiento en el mercado

2.1.1.- Web: facilidad de uso

2.1.2.- Producto: compañías y ramos

2.2.-Posicionamiento en internet

2.2.1.- Palabras clave

2.2.2.- Page rank

2.2.3.- Posicionamiento en buscadores

3.- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

3.1.- Perfil 1

3.2.- Perfil 2

4.- VALORACIÓN FINAL

1.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El mundo de los [comparadores de seguros](#) o [agregadores](#) empezó en España a principios del siglo XXI con la aparición de las primeras webs. Los atentados del 11-S, el estallido de la burbuja de las "punto.com", la falta de crédito y un mercado poco maduro acabaron por hundir las cuentas de resultados de la mayoría de comparadores. Actualmente, los únicos representantes activos de esa generación son Arpem y Lapoliza. A partir de principios de 2008 y durante 2009 muchas otras webs dedicadas tanto a la publicidad, como a la distribución de pólizas de seguros han aparecido en España, revolucionando así el sector asegurador.

Actualmente no existe una definición comúnmente aceptada de qué es un *comparador*, ni tan siquiera Wikipedia ha aceptado todavía una definición del término "comparador de seguros" en su versión española. Así pues, vamos a acuñar nosotros mismos nuestra propia definición del término:

Un comparador de seguros es una web especializada en la publicidad y/o distribución de seguros a través de la comparación en línea de precios y coberturas de las pólizas de las principales compañías aseguradoras del país.

Mediante el estudio pretendemos analizar este incipiente sector como nuevo canal de distribución de seguros de auto y moto, sus potencialidades o debilidades. Definiremos las principales características de cada una de las webs y realizaremos un estudio a través de diversos perfiles de usuarios.

1.1.-Análisis clásico del mercado

El mercado asegurador español sufre las consecuencias normales de la situación económica general, bajada de precios y de ventas generalizadas. Esta situación se ve principalmente dañada por la evolución del ramo de autos (coche y moto) que además vive una fuerte guerra de precios que lastra todo el sector. A cierre de 2009, se prevé que el mercado en su conjunto crezca tan sólo ligeramente por encima del 1%, principalmente por medida del Seguro de Vida ya que la evolución del ramo de No Vida ha sido totalmente plano.

Se prevé que la evolución del mercado en 2010 sea parecido al del año anterior, Vida seguirá tirando del carro con un aumento superior al 6%, mientras que los seguros de No Vida seguirán estancados, probablemente con un descenso de las primas y las pólizas de Auto que las llevará a caer por segundo año consecutivo.

Uno de los efectos fundamentales de esta crisis ha sido el cambio de peso de los ramos, siendo ya el ramo de autos menor al 17% del mercado en 2010 debido al crecimiento del ahorro de los seguros de vida.

Este es el entorno en el que los comparadores de seguros debemos competir en 2010 y muy probablemente buena parte del 2011 (si hacemos caso a las perspectivas de la economía española emitidas por la Comisión Europea). A juicio de Aseguring la crisis económica puede acelerar el proceso de migración de clientes que compran pólizas de auto a través de canales tradicionales hacia los canales directos e incluso a los comparadores.

*(para más información acerca la evolución del sector asegurador, visitar el estudio publicado por Aseguring en su blog sobre **Evolución del sector asegurador hasta 2008** : http://blog.aseguring.com/upload/Evolucion_sector.pdf).*

1.2.-Webs analizadas

Durante los últimos dos años nuevos comparadores web han aparecido en el mercado, algunos han llegado para quedarse, otros no podrán hacer frente a los altos costes del posicionamiento en internet y la publicidad online. Actualmente se cuentan alrededor de unos veinte comparadores de seguros en internet, aunque con características muy diversas, en algunos casos se dedican a la publicidad por internet, otros son corredores... finalmente observamos un grupo que tan sólo ofrecen la recogida de datos y no la comparativa en línea o la contratación directa con la aseguradora. A nuestro entender, existen unos diez comparadores que librarán la batalla en este incipiente mercado, ya sea por el respaldo financiero que tienen, su facilidad de uso, sus productos o equipo directivo, sobre éstos realizaremos entonces una pequeña descripción.

- **Arpem:** Este comparador asociado a una correduría nació en mayo del año 2000 y representa el mayor exponente de los comparadores de seguros. Es el comparador de seguros mejor posicionado en los buscadores según las principales palabras clave. Actualmente mantiene un portal con información amplia de seguros y del mundo del motor en general. Ofrece comparativas de más de quince compañías para seguros de auto y moto.
- **Asesor seguros:** Asesor seguros nació en 2008 de la mano de los hermanos Brüggermann, conocidos en internet por haber lanzado ya otros portales. Este comparador ofrece tanto compañías de directo como tradicionales a través de un acuerdo con un corredor de referencia en el sector. Gracias a esto, puede ofrecer un amplio número de compañías, hasta 22. Asesor cuenta con un respaldo económico a través de diversos inversores independientes.
- **Aseguring:** Este joven comparador nació en 2009 por un grupo de emprendedores independientes con amplia experiencia en redes sociales y IT. Aseguring ofrece comparativas de más de dieciocho compañías de directo y tradicionales a través del corredor Proyectos y Seguros. Además, se diferencia de los demás comparadores por el hecho de ofrecer consejos personalizados a sus usuarios.

- **Expertoseguros:** Web nacida en 2009, con muchos consejos e información sobre aseguradoras por representantes del mundo económico asegurador. Vincula su estrategia de posicionamiento con un blog muy activo. Ofrece un comparador en línea de seguros de auto, moto y salud con hasta trece compañías tradicionales.
- **Elmejorsegurodecoche:** Este comparador pertenece a un grupo de empresas de internet enfocada a diversos negocios en línea y portales. En su página web ofrece noticias de actualidad sobre el mundo asegurador y anuncios diversos. Actualmente ofrece comparativas en línea de seguros tradicionales de auto que le provee un corredor de referencia.
- **Lapoliza.com:** Es una correduría de seguros en línea, especializada en los ramos de auto y hogar que nació en 2001 en un grupo de portales por internet., sobre todo relacionados con el motor. Actualmente ofrece alrededor de veinte tres compañías tradicionales y directas.
- **LosSegurosdecoche:** Es un comparador que ofrece comparativas de ocho aseguradoras, principalmente tradicionales a través de InterBroker SL. La web compara tanto seguros de coche como de moto.
- **Rastreator:** Este portal nacido a finales de 2009 está vinculado al grupo asegurador inglés, Admiral, que en España opera bajo la marca, Balumba. Además, en las últimas semanas han aparecido noticias de que el 25% del portal ha sido adquirido por Mapfre, líder asegurador español. Actualmente Rastreator ofrece hasta nueve comparativas de seguros de coche, hogar y también comparación de hipotecas, siguiendo el modelo de negocio de su versión inglesa, *confused.com*.
- **Segurosbroker:** El corredor SegurosBroker Coberplán ofrece seguros de todos los ramos a través de su página web en internet. En particular, ofrece pólizas de unas doce aseguradoras de auto tanto de distribución tradicional como de distribución directa. El corredor tiene el respaldo de diversos inversores de referencia como BBVA, Iberdrola, y compañías de seguros como Fiatc, Reale y Caser.
- **Tarifas24:** Portal de internet que ofrece comparaciones de todo tipo de servicios, desde seguros por internet a telefonía móvil, electricidad, tarjetas de crédito etc. En lo que se refiere a seguros, compara alrededor de veinte aseguradoras tradicionales y de distribución directa para el ramo de auto.

1.3.-Bases del estudio

Las pruebas se han realizado el lunes 05 de Abril de 2010 en las propias webs de los comparadores entre las 18 y 22h.

Se compararon los precios de terceros y todo riesgo sin franquicia. Se ha descartado la comparación de las pólizas de terceros extendido debido a la complejidad de las coberturas y las diferentes presentaciones de los paquetes por cada comparador, lo que complica el análisis. En los casos que una misma compañía ofrece dos productos a la vez, hemos escogido siempre el precio de la póliza más bajo.

Para el estudio comparativo que hemos realizado, utilizamos dos perfiles de usuarios diferenciados en cada uno de los diez comparadores en línea más importantes del mercado:

- Perfil 1:
 - o Coche:
 - Audi A3 TDI 110 CV del año 2007. Attraction 3p
 - Segunda mano, con tres años de antigüedad
 - o Uso
 - Garaje colectivo
 - Uso diario, de entre 10.000 y 15.000 kilómetros anuales
 - o Tomador:
 - Hombre soltero, de nacionalidad española y 23 años, con dos años de experiencia al volante.
 - Vivienda habitual en Barcelona
 - Sin conductor secundario
 - El tomador no tiene historial comprobable
- Perfil 2:
 - o Coche
 - Ford Fiesta 100 CV de gasolina 1.6 de 3P.
 - Nuevo, recién comprado
 - o Uso:
 - Garaje individual
 - Uso diario, de entre 10.000 y 15.000 kilómetros anuales
 - o Tomador:
 - Mujer de nacionalidad española y 50 años de edad. Quince años de experiencia al volante
 - Vivienda habitual en Barcelona
 - Sin conductor secundario
 - La tomadora tiene más de cinco años de historia sin ningún siniestro

2.- ANÁLISIS DE MERCADO

En un mercado tan competitivo, es imprescindible tener claro qué vectores hacen de cada uno de los competidores un valor diferente que aporta soluciones a los clientes. A nuestro juicio, los principales factores de éxito son:

- Una web enfocada en las necesidades del cliente
- Un producto atractivo
- Posicionamiento web eficiente

2.1.-Posicionamiento en el mercado

En este apartado del análisis (cualitativo) intentamos dar un poco más de luz acerca el producto web de cada uno de los comparadores, así como su posicionamiento en buscadores (Google), técnicas de SEO y SEM.

2.1.1.- Web: Calidad

Para el análisis de la calidad de la web vamos a utilizar diferentes factores de apreciación que nos intenten objetivar las calificaciones que aquí se dispongan. De todas formas, cabe destacar que la información mostrada en este apartado es totalmente subjetiva, a criterio de los profesionales de Aseguring. Para simplificar el análisis, daremos igual valor porcentual sobre el resto a cada uno de los principales factores a analizar y obtendremos una puntuación media para cada web. La puntuación media será calculada sobre diez puntos.

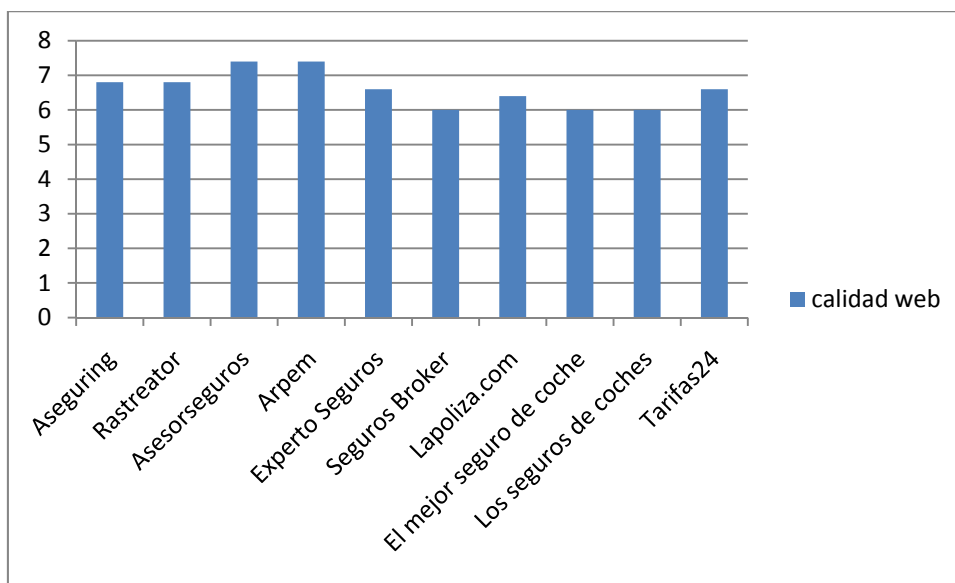
Factores a tener en cuenta a la hora de analizar la calidad de cada web:

- Facilidad de flujo de obtención de datos
- Rapidez
- Interés de los contenidos
- Claridad de navegación
- Diseño general de la web

Las valoraciones generales respecto a la calidad de las webs analizadas muestran ya desde el principio que existe un grupo de cabeza de entre tres y cuatro comparadores que ofrecen portales muy parecidos y con información de mercado enfocada a clientes. Estos comparadores son Asesorseguros, Rastreator, Experto Seguros y Aseguring. Ofrecen comparativas de entre quince y veinte compañías, con un flujo de tarificación simplificado, y claramente enfocado a pólizas de coches y moto. Finalmente, se distinguen por ofrecer información de interés para los clientes.

Por otro lado, el decano continúa en buena forma y se distingue por ser un portal de información del motor que compite con otros portales.

Finalmente, podemos observar que los corredores en línea y otros portales mantienen webs muy rebuscadas, con información poco útil para el consumidor y un diseño un tanto viejo. De todas formas, en líneas generales no existen demasiadas diferencias de puntuación entre todos los comparadores analizados: la puntuación máxima es de 7,4(Asesorseguros y Arpem) y la mínima es de 6 (Segurosbroker, Elmejorsegurodecoche y Lossegurosdecoche) . La mayoría de éstos piden datos adicionales como el email, el DNI y la matrícula del vehículo para ofrecer resultados más ajustados. Más tarde veremos que muchas veces, todo e incluir estos datos de carácter personal, no nos ofrecen mejores precios.



Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que:

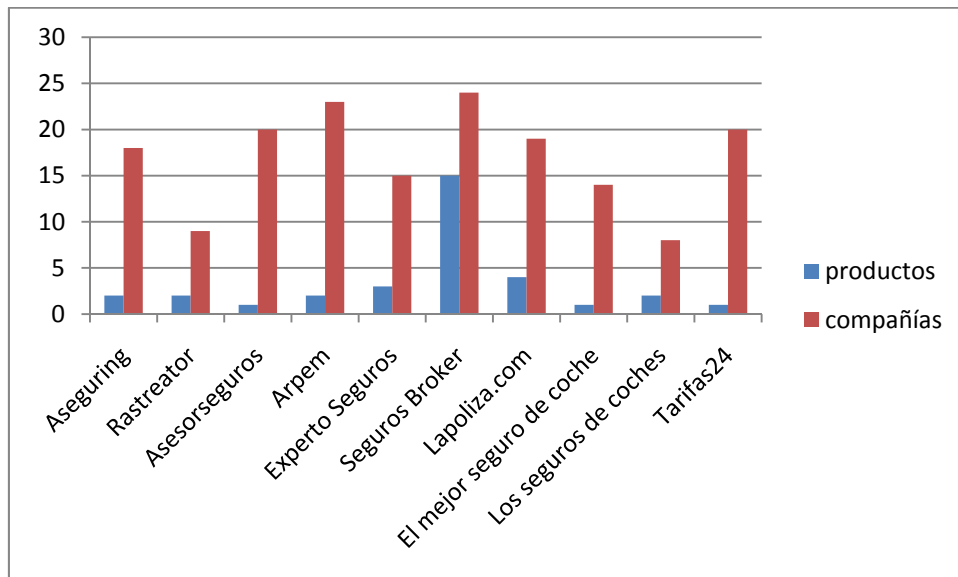
- Arpem continúa siendo el comparador de seguros con más información, noticias y destaca también en sus estudios de mercado, que son ya un referente en el sector. Sin embargo, debería mejorar en la información enfocada a los clientes.
- Aseguring, Asesorseguros y Expertoseguros mantienen los flujos de tarificación más sencillos.
- Lossegurosdecoche.com es la web más clara y enfocada a la venta.
- En cuanto a rapidez de carga de las páginas, todas ofrecen un rendimiento más que adecuado.

2.1.2.- Producto: compañías y ramos

Aquí, otra vez podemos diferenciar entre dos grandes grupos. Por un lado, los comparadores puros ofrecen muchas compañías (además empiezan a introducir compañías de directo en su parrilla) pero pocos productos, normalmente sólo del ramo de motor (coches y motos). Por otro lado, los corredores en línea ofrecen comparativas de muchas compañías, aunque normalmente no ofrecen compañías de directo, además ofrecen todo tipo de productos y ramos, los más habituales son: motor, hogar y salud.

Finalmente, en este aspecto, el portal más completo es el de SegurosBroker (que recordamos nació en 2001) con hasta veinte cuatro compañías y más de quince productos diferentes.

En el siguiente gráfico podemos observar los resultados de las diferentes webs:



Fuente: Elaboración propia

2.2.-Posicionamiento en internet

El posicionamiento en buscadores, la amplia presencia en directorios, la optimización de la página web y de sus contenidos son factores necesarios para que los potenciales clientes puedan acceder a las páginas web. La marca llegará más adelante...

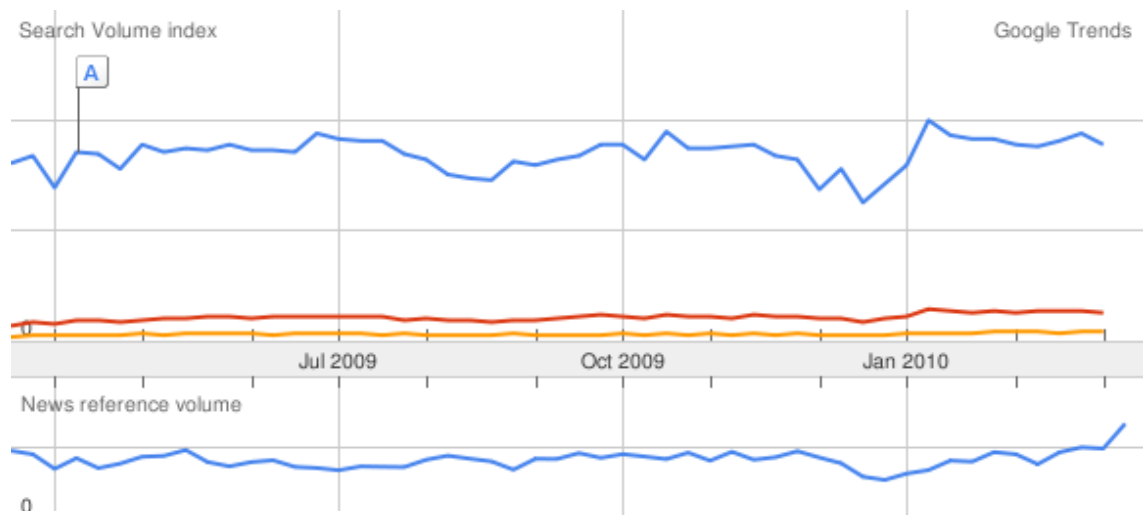
2.2.1.- Palabras clave

Para analizar las principales palabras clave del sector, hemos de analizar los resultados provenientes de Google Trends. Las palabras elegidas las dividiremos en dos grupos debido a la gran diferencia de tráfico que existe entre ellas.

Por un lado, el primer grupo buscamos las palabras menos enfocadas pero con un gran tráfico, son así palabras más generalistas:

- Seguros
- Seguros coche
- Seguros baratos

● seguros ● seguros coche ● seguros baratos



Fuente: Google Trends

Como podemos ver, estas palabras aportan mucho tráfico pero mantienen una curva plana, sin demasiadas variaciones en el último año. Las compañías de seguros, sobre todo las de venta directa, copan las primeras páginas de los buscadores. Sólo Arpem y Asesor seguros disputan las posiciones a las principales compañías del sector. Es por este motivo que no hemos incluido la palabra clave "seguros" ya que los comparadores no pueden competir con las compañías de seguros actualmente y por tanto aparecen en posiciones muy altas. A partir de la segunda pantalla, el número de visitas orgánicas disminuyen considerablemente.

Por otro lado, también nos queremos fijar en palabras que hoy no son tan importantes, pero que estamos seguros que lo serán en el futuro, a la vez que crezca el sector de los comparadores en España. De hecho, si observamos el siguiente gráfico vemos que la tendencia de las siguientes palabras no ha parado de crecer constantemente:

- Comparador seguros
- Comparador de seguros



Fuente: Google Trends

2.2.2.- Page Rank

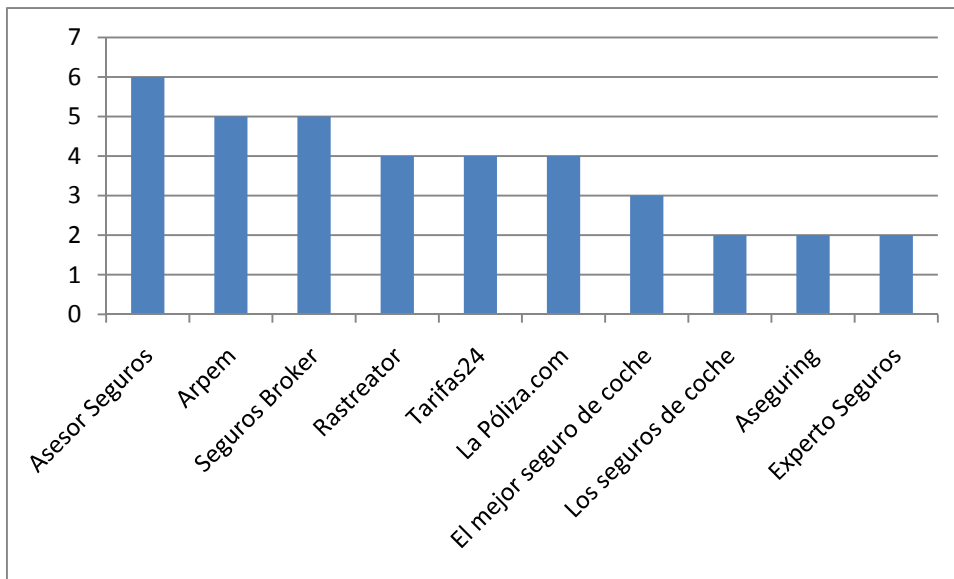
Uno de los factores más interesantes para el análisis de las páginas web es, su Pagerank. Definimos Pagerank (PR) como **un valor numérico que representa la importancia de la página web en Internet. El algoritmo del PR es secreto, pero en líneas generales a más links de otras páginas hacia una concreta, mayor es el PR. Además, Google tiene en cuenta que si las páginas que vinculan una página concreta tiene un PR mayor, mayor es también lo que aportan al algoritmo de PR.**

En este sentido, vemos que aquellos comparadores de seguros más antiguos mantienen un PR mayor, por tanto las corredurías nacidas a principios de la década de los 2000 mantienen un PR de cuatro, mientras que los comparadores puros obtienen PR de dos o de tres, dependiendo del caso. Cabe destacar que Asesor Seguros ha conseguido un PR de seis en un periodo muy corto de tiempo, escasamente dos años, Arpem y Rastreator siguen de cerca al líder con PR de cinco y cuatro respectivamente.

El grupo de nuevos comparadores, entre ellos Aseguring mantienen un PR de dos, cosa que denota la dificultad de obtener links por parte de otras webs de referencia para los nuevos iniciados en el sector.

Adjuntamos cuadro resumen de los PR de cada una de las siguientes páginas, obtenidos en Internet:

PAGE RANK



Fuente: Internet

2.2.3.- Posicionamiento en buscadores

Una de las fórmulas más comunes para que los comparadores lleguen a los clientes finales, no la única, es a través de posicionarse en los buscadores de internet, el más utilizado en España, con una cuota de más del 70% es Google, y por tanto, nuestro estudio revisará cómo se posiciona cada comparador en el buscador de Google. Para poder obtener un buen posicionamiento, las webs se basan en técnicas de SEO y SEM en aquellas palabras clave que más retorno (visitas/ ventas...) les pueden ofrecer. Hemos analizado el posicionamiento estas webs en las dos últimas semanas con el siguiente resultado:

- **Arpem:** es uno de los comparadores que mejor posicionado sale en dos de las tres palabras clave elegidas, siendo en número dos y tres en aquellas que forman la palabra comparador. Además, ya aparece en primera pantalla de "seguros coche", una de las más buscadas.
- **Asesorseguros:** posicionado en las posiciones cinco en aquellas palabras que contienen "comparador", además se encuentra ya en la posición once de "seguros coche". Es una de las webs que más visitas orgánicas atraen.
- **Aseguring:** Nacida hace ahora medio año se posiciona en la segunda pantalla de los buscadores cuya palabra clave es "comparador seguros" o "comparador de seguros".

Encuentra más problemas para posicionar en la palabra "seguros coche", en la que se encuentra en la posición 79.

- **Expertoseguros:** Compañía de reciente creación, se está posicionando bien entre las primeras del sector en las palabras que incluyen el término "comparador", donde ocupan las primeras posiciones de la segunda pantalla. No aparece todavía en la key Word "seguros coche".
- **Elmejorsegurodecoche.es:** No muestra una estrategia de posicionamiento fuerte todavía.
- **Lapoliza.com:** A pesar de ser uno de los comparadores más antiguos del mercado, no parece estar especialmente bien posicionado en las palabras que incluyen el término comparador, sí que aparece mejor posicionado en las que aparece la palabra seguro o seguros.
- **LosSegurosdecoche.com:** Aparece ya entre la primera página de posicionamiento de las palabras que contienen "Comparador".
- **Rastreator:** Es el mejor posicionado en las palabras clave que contienen el término "comparador", no así en las palabras clave que contienen el término "seguro".
- **Segurosbroker.com:** Según el estudio que hemos realizado no aparece bien posicionado.
- **Tarifas24.com:** No se han obtenido resultados.

3.- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Vamos a analizar el posicionamiento en precios de cada uno de los comparadores de seguros. Como el análisis contiene datos cuantiosos, haremos una valoración general de los resultados que ofrecen cada uno y finalmente adjuntaremos como anexo todos los resultados obtenidos. Para realizar el análisis nos hemos basado en dos perfiles concretos tal y como indicamos anteriormente.

Lo primero que salta a la vista es que en la totalidad de los casos, los comparadores ofrecen menos precios que número de compañías anuncian, esto se puede deber a varios , motivos, de todas formas, el principal motivo es que el perfil de riesgo del cliente no cuadra con el perfil que las compañías quieren asumir, y por tanto no ofrecen precio. Como muestra, tan sólo cabe comparar la cantidad de precios ofertados para el perfil 1 y para el perfil 2, mucho mayor en el segundo caso.

La segunda observación genérica es que existen diferencias significativas de precio para un mismo producto, dependiendo de qué comparador estemos utilizando. Esto se debe a quién es el proveedor de Seguros y qué descuentos que aplican sobre las primas básicas. Además, en algunos casos el precio puede variar debido al hecho de que algunos comparadores deducen datos a partir de la información proporcionada por el cliente. Las diferencias, tal como veremos son significativas.

Finalmente, vamos a poder ver cuáles son los mejores precios que ofrecen los comparadores de seguros para cada uno de los perfiles definidos.

3.1.- Perfil 1

Perfil de conductor joven, menor de veinticinco años, soltero y con un coche potente, éste es el perfil con más riesgo para una aseguradora, en este caso, el estudio sólo ha obtenido 44 ofertas.

Si este conductor deseara realizar un seguro a todo riesgo, las opciones serían pocas, los precios varían mucho, entre los 1790€ de Direct Seguros (en Lapoliza.com) y los más de seis mil de Regal (ofrecidos por Asesorseguros). El precio medio de una póliza a todo riesgo para este perfil de riesgo es de más de 4100€. Podemos observar que los agregadores afiliados ofrecen precios más caros que la competencia en Allianz y Mapfre, aunque en general nos muestran una oferta más amplia de compañías, unas cinco, mientras que Seguros Broker y Rastreator son los que ofrecen menos resultados, tan sólo dos. Lapoliza.com es la que ofrece, de promedio, precios más ajustados mientras de Lossegurosdecoches es la que ofrece un precio medio más caro.

Vamos a analizar ahora el comportamiento de los comparadores para el mismo perfil de riesgo, pero con un seguro de cobertura terceros básico.

Lo primero que cabe destacar es que en un seguro a terceros (básico) el número de resultados obtenido es el mínimo del estudio, con tan sólo 39 ofertas de las distintas aseguradoras y comparadores. El precio más caro ha sido ofrecido por Pelayo (Aseguring) unos 2094€ anuales, mientras que el más económico lo ha mostrado Arpem a través de una póliza de MMT, por 650€. El precio medio de todas las pólizas ofrecidas es de 1296 €. Es importante declarar que existen también aquí diferencias significativas entre los diversos comparadores para algunas aseguradoras. Así en Caser los precios ofrecidos por los agregadores asociados a Proyectos y Seguros muestran precios entre ciento cincuenta y dos cientos euros inferiores a Lapoliza.com, Lossegurosdecoche y Segurosbroker. Además, Arpem ofrece la póliza de Direct hasta ciento ochenta euros más cara que Segurosbroker. Otra vez son la mayoría de comparadores asociados a PyS, Arpem y Tarifas24 los que más precios muestran, mientras que SegurosBroker, Lossegurosdecoches y Aseguring son los que menos resultados muestran. Finalmente destacar, que la media de precios más baja la muestra Rastreator y los precios más caros los ofrece Lossegurosdecoches.com.

3.2.- Perfil 2

Vamos ahora a analizar un perfil muy diferente, una mujer de mediana edad, con bonificación elevada y un coche con menos potencia. Este es el perfil que según las aseguradoras tiene menos riesgo y por tanto ofrecen más productos y con precios más competitivos, más del doble que en el caso anterior.

Para todo riesgo, el precio más caro lo ofrece Caser (1922€) a través de Lapoliza.com, el más económico lo ofrece Ineas (491€) a través de Arpem. El precio medio para este perfil es de 810€. Las diferencias de precios de una misma póliza entre diferentes comparadores es notable. En líneas generales, los agregadores asociados a PyS ofrecen precios similares, y bastante económicos. Si realizamos un análisis por cada compañía (destacando tan sólo aquellas con diferencias más importantes) vemos que en Fénix, Rastreator muestra un precio setecientos euros más caro que por ejemplo Asesor, Aseguring, Arpem, Segurosbroker o Tarifas24. Una situación similar se vive con Direct Seguros. Para Allianz, Asesorseguros y Segurosbroker muestran precios unos doscientos euros más caros que la media de la competencia. En Caser, Lapoliza.com y Lossegurosdecoche.com muestran precios más de ochocientos euros más caros que Segurosbroker. En Pelayo observamos que los agregadores de seguros asociados a PyS muestran precios unos quinientos euros más baratos que la competencia. Lapoliza.com y Rastreator muestran precios en Mapfre mucho más caros que el resto. Finalmente, Lapoliza.com ofrece precios de Liberty unos quinientos euros más caro que Segurosbroker. Arpem y Asese seguros son los portales que más precios muestran mientras que Lossegurosdecoches es el que menos. Por precio medio, la más económica es Elmejorsegurodecoche y el más caro, Lapoliza.com.

Para un seguro a terceros, el precio más económico lo ofrece MMT (159€) a través de Arpem, mientras que el más caro lo ofrece Direct Seguros (758€) a través de Lapoliza.com. El precio medio es de todos los obtenidos es de 313€. Vamos ahora a analizar las diferencias de precios que muestran los diferentes comparadores. Aunque las diferencias no son tan importantes como en todo riesgo (los precios tampoco son tan altos), vamos a comparar aquellas pólizas que presentan diferencias más grandes. Para Fenix, vemos que Rastreator ofrece un precio mucho más elevado que la competencia. En Direct Seguros, otra vez Rastreator, y ahora también Lapoliza.com muestran precios mucho más elevados que la competencia. Para Caser, los mejores precios los ofrecen Asesorseguros y SegurosBroker. En lo que se refiere a Mapfre, otra vez Lapoliza.com y Rastreator muestran precios mucho más elevados, así como en Liberty, donde Lapoliza.com duplica el precio de SegurosBroker, por su lado Rastreator vuelve a pinchar en Seguros Lagun Aro y MMT, donde duplican el precio de sus competidores. Finalmente decir que el comparador con una media de precios más baja es Elemejorsegurodecoche (seguido de cerca por Arpem, Asesorseguros y Aseguring) y el más elevado es Lapoliza.com.

4.- VALORACIÓN FINAL

Hemos podido observar diferencias de precios importantes entre los principales comparadores de seguros del mercado español. Hemos de tener en cuenta que el perfil de cliente que compara seguros por internet, basa buena parte de su decisión de compra en el precio, y existen diferencias de precio importantes entre los diferentes actores del mercado.

Los comparadores mejor posicionados en los buscadores son Arpem, Asesorseguros y Rastreator, lo que les reporta un nivel de visitas muy superior al resto.

Si nos fijamos en la calidad de la web, Arpem es el portal con más información del mundo del seguro y del motor, Asesorseguros es quizás el flujo más sencillo junto con Aseguring y por calidad asesora, quizá Aseguring es la que va más lejos, mediante consejos personalizados a sus usuarios.

Por lo que respecta a productos, aquellos comparadores que usan como proveedor principal Proyectos y Seguros (Asesor, Aseguring, ExpertoSeguros, Tarifas24...) tienen una buena oferta pero que se debe complementar con más compañías de directo como ya lo hacen Asesorseguros y Arpem. Rastreator y Lossegurosdecoches muestran muy poca oferta de compañías.

Si nos centramos en el posicionamiento en los principales buscadores de Internet hay tres grandes campeones, Rastreator, Arpem y Asesorseguros, cualquier otro aspira a salir posicionado detrás de estos tres.

Por lo que a precios respecta, Arpem muestra siempre precios bastante económicos. Los agregadores asociados a Proyectos y Seguros (Asesorseguros, Aseguring, Expertoseguros, Elmejorsegurodecoche y Tarifas24) también muestran precios bastante ajustados, aunque existen diferencias pequeñas entre ellos. Finalmente, Rastreator y Lossegurosdecoches muestran precios sensiblemente superiores en general mientras que SegurosBroker está bien posicionado para riesgos más bajos pero no especialmente para jóvenes. Por el contrario Lapoliza.com muestra precios elevados para un perfil de riesgo más bajo y en cambio precios más ajustados a la competencia para conductores noveles.

En definitiva, las claves del sector son:

- Un producto amplio y con precios competitivos
- Un márketing inteligente que maximice las inversiones
- Independencia y asesoramiento profesional
- Posicionamiento web

OTRAS PUBLICACIONES

Otras publicaciones de Aseguring:

- "Evolución del sector Asegurador hasta 2008" – Enero 2010.

Próximas publicaciones de Aseguring:

- "Comparativa de precios de las principales aseguradoras" – Junio 2010.

Declaraciones de Albert Guerra (Responsable de Aseguring): *"El mercado de los agregadores mantiene en la actualidad una dura competencia que encarece considerablemente los costes y por tanto es importantísimo posicionarse bien antes de fin de año. Con este estudio podemos ver que existen tres comparadores líderes del mercado, Arpem, Asesor y Rastreator. Además observamos que existe un grupo grande de entre cinco o seis comparadores, entre el que se posiciona Aseguring, que quieren luchar por un trozo del pastel. El resto, auguro que desaparecerán en menos de dos años. Aseguring se plantea llegar a posicionarse entre los cinco mayores comparadores a través de una estrategia de marketing y distribución innovadora, así como una fuerte apuesta por un producto competitivo."*

**Para más información acerca de los estudios y publicaciones de [Aseguring](http://blog.aseguring.com/), pueden contactar con Albert Guerra, 608 46 86 12 o entrar en: <http://blog.aseguring.com/>*

PERFIL 2 (TODO RIESGO)

	Arpem	Asesor Seguros	Aseguring	Experto Seguros	Elmejorsegurocoche	Lapoliza.com	Lossegurosdecoches	Rastreator	Segurosbroker	Tarifas24
Ineas	491	544							508	554
fenix	737	716	761					1525	695	715
direct	743					1759		1725	745	835
click	488	469								
LDA	517	573								
Fiatc										
Zurich		778	807	911						
Allianz		1028	862	771	805		869		1185	772
AXA		637	499	499	530					499
Catalana										
Caser						1922	1888		957	
Pelayo	1014	545	545	545	545		1025		591	545
Bilbao										
Mapfre		673	654	654	654	1524		1605	653	654
Reale	699	752	749	749	749				752	749
Vitalicio	798	699	699	699						699
Liberty						1306			733	
Lagun Aro	915	1061	1151	1061				1242		1061
Groupama		691	690	690	690				753	690
MMT	628	680	680	680	680			1296		680
SOVAG										
Inter hannover										
Helvetia										
Amic										
Balumba	579							709		
Mutualidad Levante										
MUSSAP										
Génesis	580	593								
Regal	600	614								
Internauto	617									
Mutua Madrileña	1163									

PERFIL 2 (TERCEROS BÁSICO)

	Arpem	Asesor Seguros	Aseguring	Experto	Elmejorsegurocoche	Lapoliza.com	Lossegurosdecoches	Rastreator	Segurosbroker	Tarifas24
Ineas	250	264							249	268
fenix	239	260	248					536	250	260
direct	347					758		733	337	368
click	175	168								
LDA										
Fiatc										
Zurich		332	332	374						
Allianz				281						
AXA				206	216					
Catalana										
Caser		292		522		622	593		340	522
Pelayo	394	206	206	206	206		342		217	206
Bilbao										
Mapfre		234	233	233	233	678		610	234	233
Reale	292	329	325	325					322	325
Vitalicio	308	282	282	282						282
Liberty						508			272	
Lagun Aro	256	297	311	291	291			478		291
Groupama		252		251	251				278	251
MMT	159	212	211	211	211			385		211
SOVAG										
Inter hannover										
Helvetia										
Amic		310		310	310	324				310
Balumba	242							283		
Mutualidad Levante	239									
MUSSAP	426									
Génesis	254	258								
Regal	260	265								
Mutua Madrileña	488									

*Fuente propia