



Posicionamiento Optimizado En Buscadores SECTOR BANCA

Análisis de competidores – Agosto 2007

Contenido del estudio

- ❖ El estudio de competidores pretende reflejar la posición absoluta de cada empresa analizada en el ámbito de su presencia en buscadores. Para ello se analizan los siguientes aspectos:
 - ❖ **Nivel de visibilidad:** posiciones obtenidas para las palabras clave genéricas de mercado en el principal buscador (Google). La valoración de las posiciones obtenidas con respecto a la importancia de la palabra clave posicionada nos proporcionará el denominado Ratio de Visibilidad.
 - ❖ **Parámetros críticos:** bajo este epígrafe se recoge el análisis de los parámetros principales relacionados con el posicionamiento en buscadores. Dichos parámetros incluyen: Popularidad, Saturación, PageRank y Ranking Alexa.
- ❖ A partir de los datos anteriores se construye la matriz de fortaleza y visibilidad de cada empresa en buscadores con el fin de descubrir aquellas mejor posicionadas y los motivos de dicho posicionamiento.
- ❖ Por último, todos los datos y opiniones vertidas en el presente estudio están siempre vinculadas al ámbito del posicionamiento en buscadores. En ningún caso, este informe pretende ser un estudio de situación real del mercado.

Contenido del estudio

COMPETIDORES SELECCIONADOS



<http://www.lacaixa.es>



<http://www.gruposantander.es>



<http://www.bancopopular.es>



<http://www.bbva.es>



<http://www.caixacatalunya.es>



<http://www.bancaja.es>



<http://www.cam.es>



<http://www.ingdirect.es>



<http://www.ebankinter.com>



<http://www.bancosabadell.com>



<http://www.banesto.es>



<http://www.cajamadrid.es>



<http://www.caixagalicia.es>

2. Estudio de competidores – Visibilidad

Posiciones y visibilidad en Google.es – Tabla de resultados (1 de 2)



| Palabras clave | La caixa | Banco Popular | Caja Madrid | BSCH | Caixa Cataluña | Bancaja | CAM | ING | Bankinter | Banco Sabadell | Caixa Galicia | Banesto | BBVA |
|--|----------|---------------|-------------|------|----------------|---------|-----|-----|-----------|----------------|---------------|---------|------|
| Servicios financieros | | | | | | | | | | | | | 8 |
| Productos financieros | | | | | | | | | | | | | |
| Productos Servicios Financieros | | | | | | | | | | | | | 2 |
| Bancos | | | | | | | | | | | | | 6 |
| Entidades Financieras | | | | | | | | | | | | | 3 |
| Bancos Entidades Financieras | | | | | | | | | | | | | 1 |
| Entidades Financieras Credito | | | | | | | | | | | | | 2 |
| Mercados Financieros | | | | | | | | | | | | | |
| Mercado Futuros | | | | | | | | | | | | | 20 |
| Renta Fija | | | 10 | | 7 | | | | | | | | |
| Renta Variable | | | 6 | | | | | | | | | | 19 |
| Mercado Derivados | | | | | | | | | | | | | |
| Invertir Futuros | | | | | | | | | | | | | 4 |
| Futuros Opciones | | | | | | | | | | | | | |
| Banca Electronica | | | 9 | | | | | | | | | | 4 |
| Servicio Banca Electronica | | | 10 | | | | 4 | | 15 | | 17 | | 7 |
| Banca Online | | | | 3 | 5 | | | | | | | | 14 |
| Soluciones Comercio Electronico | | | | | | | | | | | | | 8 |
| Comercio Electronico Pymes | | | | | | | | | | | | | 8 |
| Asesoramiento Comercio Electronico Pymes | | | | | | | | | | | | | 1 |
| Comercio Electronico Seguro | | | | | | | | | | | | | 1 |
| Avales | 2 | | 11 | | 10 | | | | 13 | | | 9 | |
| Seguros Exportacion | | | | | | 16 | 9 | | | | | | 2 |
| Comercio internacional | | | | | | | | | | | | | |
| Forfaiting | 1 | | | | | 7 | | | | | | | 8 |
| Credito Documentario | 17 | | | | | | | | | | | | 11 |
| Consultoria Comercio Exterior | | | | | | | | | | | | | 3 |
| Comercio exterior | | | | | | | | | | | | | |
| Confirming | 5 | | 9 | 4 | | | | | | | | | 8 |
| Factoring | 3 | | 14 | | | 19 | | | | | | | |
| Credito | | | 2 | 4 | | | | | | | | 3 | |
| Prestamo | 3 | | | 20 | | | | | | | | | |
| Financiacion | 6 | | | | 16 | 2 | | | | | | | 18 |
| Leasing Coches | | | | | | | | | | | | | 4 |
| Leasing Financiero | | | | | | | | | | | | | 4 |
| Leasing Vehiculos | | | | | 6 | | | | | | | | 1 |
| Creditos Hipotecarios | 3 | | | | | 10 | | | | | | | 4 |
| Creditos On Line | | | | | 13 | | | | | | | | 3 |
| Renting Coches | 6 | | | 3 | | 14 | | | | | | | 2 |
| Ofertas Renting | 3 | | | 5 | | | | | 7 | | | | 2 |
| Renting Vehiculos | 1 | | 8 | 15 | | 5 | | | | | | | 4 |
| Renting Vehiculo | 1 | | 11 | 4 | | 7 | | | 5 | | | | 10 |
| Renting | 3 | | | 1 | | 17 | | | 13 | | | | 5 |
| Inversiones Financieras | | | | | | | | | | | | | 16 |
| Inversiones Empresa | 7 | | | | | | | | | | | | |
| Asesoramiento Inversiones | | | 5 | | 3 | | | | | | | | 7 |
| Gestor Inversiones | | | | 1 | | | | | 19 | | | | 8 |
| Seguro Accidentes | 4 | | 5 | | | | | | 7 | | | | |
| Prestamos Divisas | 5 | | | | | | 10 | | 8 | | | | 7 |
| Cuenta Vivienda | | | 4 | | | 7 | | | | | | | |
| Cuenta Ahorro Vivienda | | 5 | | | | | | | | | | | 15 |
| Cuenta Corriente | | | 3 | 13 | | 7 | | | | | | | |
| Intereses Cuenta Corriente | | | 2 | 15 | | | | | | | | | 1 |
| Banco Cuenta Corriente | | | | 19 | | | | | | | | 16 | |
| Cuentas ahorro | 1 | 11 | 4 | | | | | | | | | | |

❖ La tabla de datos refleja las posiciones obtenidas por cada empresa analizada en el momento de ejecución del informe de revisión (16 de agosto de 2007)

2. Estudio de competidores – Visibilidad

Posiciones y visibilidad en Google.es – Tabla de resultados (2 de 2)

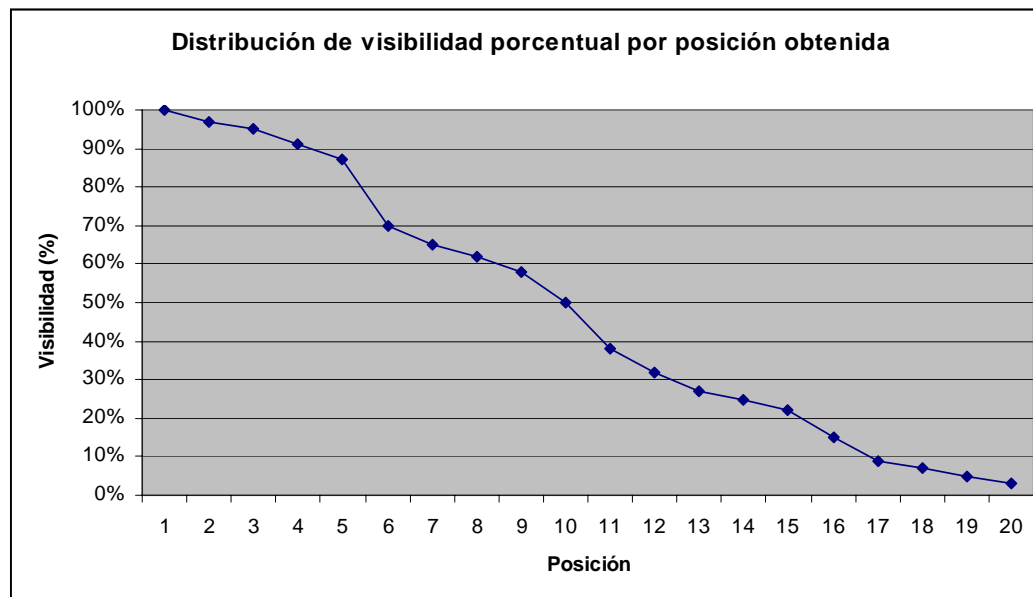


| Palabras clave | La caixa | Banco Popular | Caja Madrid | BSCH | Caixa Cataluña | Bancaja | CAM | ING | Bankinter | Banco Sabadell | Caixa Galicia | Banesto | BBVA |
|---------------------------|----------|---------------|-------------|------|----------------|---------|-----|-----|-----------|----------------|---------------|---------|------|
| Libreta Ahorro | 9 | | | | | 18 | | | | | | | 6 |
| Depositos Bancarios | | | | | | | | | | | | | 4 |
| Envio de dinero | 12 | | | | | | | | | | | | 3 |
| Bolsa Inversiones | 2 | | | | | | | | | | | | 10 |
| Fondos de inversion | 8 | | 17 | 17 | | 14 | | | | | | | |
| Inversion | | | | | | 9 | | | | | | | |
| Calculo Hipotecas | | | | | | | | | | | | | 14 |
| Vivienda Hipoteca | 8 | | | | | | | | | | | | |
| Calcular Hipoteca | 8 | | | | | | | | | | | | |
| Simuladores Hipotecas | | | | | | | | | 12 | | | | 15 |
| Subrogacion Hipotecas | 6 | | | | | | | | 11 | | 8 | | 1 |
| Hipoteca Joven | 1 | | | | | | | | 16 | | | | 4 |
| Hipotecas | | | | | | | | | | | 17 | | 3 |
| Planes Pensiones | 3 | | 8 | | | | | | | | | | 13 |
| Planes de pensiones | 3 | | 8 | | | | | | | | | | 10 |
| Contratar Plan Pensiones | | | 15 | | | | | | 6 | | | | 1 |
| Creditos Automovil | | | | | | | | | | | | | 3 |
| Prestamos Hipotecarios | 2 | | | | | 1 | | | | | | | |
| Prestamos Consumo | | | 1 | | | | | | | | 13 | | 9 |
| Prestamos Online | 7 | | | | | 11 | | | | | | | 5 |
| Prestamos Coche | 3 | | 19 | | | | | | | | | | 4 |
| Credito Prestamos | 17 | | | | | 8 | | | | | | | 6 |
| Prestamos Hipotecas | 3 | | | | | | 5 | | | | | | |
| Creditos para Coches | 4 | | 15 | | | | | | | | | | 1 |
| Creditos Bancarios | | | | 7 | | | | | | | | | 1 |
| Prestamos Bancarios | 3 | | | | | | | | | | | | 1 |
| Prestamos Creditos | 4 | | | | | 8 | | | | | | | 3 |
| Creditos Personales | 2 | | | | | | 4 | | | | 10 | | 17 |
| Prestamos Personales | 3 | | | | | | 16 | | | | 9 | | 1 |
| Creditos para Coche | 4 | | | | | | | | | | | | |
| Prestamos para Coches | 4 | | | | | | | | | | | | 3 |
| Plan de ahorro | 1 | | | | | | | | | | | | 3 |
| Ahorro | | | | | | | | | | | | | |
| Seguro Hogar | 9 | | 17 | | | | | | 12 | | | | |
| Seguros Coche | | | | | | | | | | | | | |
| Seguros Coches | | | | | | | | | | | | | |
| Seguros Vida | 9 | | | | | | | | 17 | | | | |
| Seguros Automovil | | | | | | | | | | | | | |
| Seguros | | | | | | | | | | | | | |
| Solicitud Tarjeta Credito | | | | | | | | | | | | 20 | 2 |
| Tarjeta Joven | | | 10 | | | | | | | | | | |
| Solicitar Tarjeta Credito | 12 | | 11 | | | | | | 6 | | | | 5 |
| Tarjeta Credito Visa | | | | | | | | | | | | | 1 |
| Tarjetas Credito | 3 | | 8 | | | 11 | | | | | | | 5 |
| Tarjetas Debito | 9 | | 12 | | | | | | | | | | |
| ViaT | | | 3 | | | | | | 5 | | | | |
| Telepeaje | | | | | | 4 | | | | | 3 | | 2 |
| Inversion warrants | | | | | | | | | | | | | 10 |
| Warrants | | | | | | | | | | | | | 8 |
| empleo finanzas | | | | | | | | | | | | | |
| trabajo finanzas/banca | | | | | | | | | | | | | 4 |
| buscar empleos banca | | | | | | | | | | | | | 3 |
| empleo banca | | | | | | | | | | | | | 3 |
| trabajo finanzas banca | | | | | | | | | | | | | 19 |
| oferta empleo banca | | | | | | | | | | | | | 8 |

❖ La tabla de datos refleja las posiciones obtenidas por cada empresa analizada en el momento de ejecución del informe de revisión (16 de agosto de 2007)

Ratio de Visibilidad Sectorial por empresa

- ❖ La tabla de posiciones anterior nos permite hacer una primera comparativa de situación entre todas las empresas.
- ❖ A partir de los datos de consultas estimadas para cada palabra clave, podemos obtener los ratios de visibilidad sectorial de cada empresa.
- ❖ Los datos de consultas estimadas pueden obtenerse en sistemas de Pago Por click como Google Adwords, Overture o Miva.
- ❖ El sistema de cálculo tiene en cuenta la posición absoluta obtenida en cada palabra clave así como la importancia relativa en términos de tráfico de cada palabra clave incluida en el estudio. La visibilidad de cada posición obtenida ha sido asignada siguiendo el siguiente gráfico de distribución porcentual:



Ratio de Visibilidad Sectorial por empresa

- ❖ La tabla de posiciones anterior nos permite hacer una primera comparativa de situación entre todas las empresas.
- ❖ A partir de los datos de consultas estimadas para cada palabra clave, podemos obtener los ratios de visibilidad sectorial de cada empresa.
- ❖ Los datos de consultas estimadas pueden obtenerse en sistemas de Pago Por click como Google Adwords, Overture o Miva.
- ❖ El sistema de cálculo tiene en cuenta la posición absoluta obtenida en cada palabra clave así como la importancia relativa en términos de tráfico de cada palabra clave incluida en el estudio.

 BBVA

Ratio de visibilidad sectorial BBVA: 39,11%

 "la Caixa"

Ratio de visibilidad sectorial La Caixa: 35,8%

 bancaja

Ratio de visibilidad sectorial Bancaja: 19,85%

 CAJA MADRID

Ratio de visibilidad sectorial Caja Madrid: 18,28 %

 CAIXA CATALUNYA

Ratio de visibilidad sectorial Caixa Cataluña: 18%

Ratio de Visibilidad Sectorial por empresa (b)



Ratio de visibilidad sectorial BSCH: 17,51 %



Ratio de visibilidad sectorial Banesto: 13,53 %



Ratio de visibilidad sectorial Caixa Galicia: 3,80 %



Ratio de visibilidad sectorial Bankinter: 0 %



Ratio de visibilidad sectorial Banco Popular: 0 %



Ratio de visibilidad sectorial Caja de Ahorros del Mediterráneo: 0 %

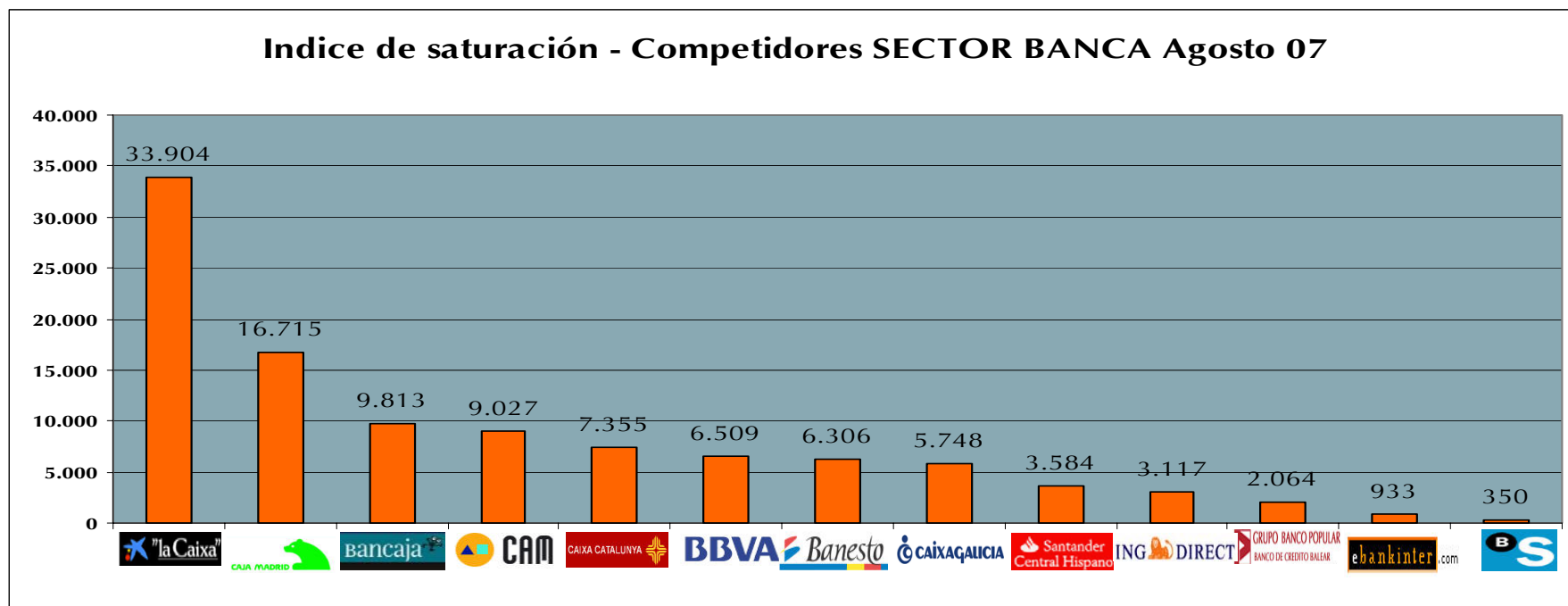


Ratio de visibilidad sectorial ING Direct: 0 %



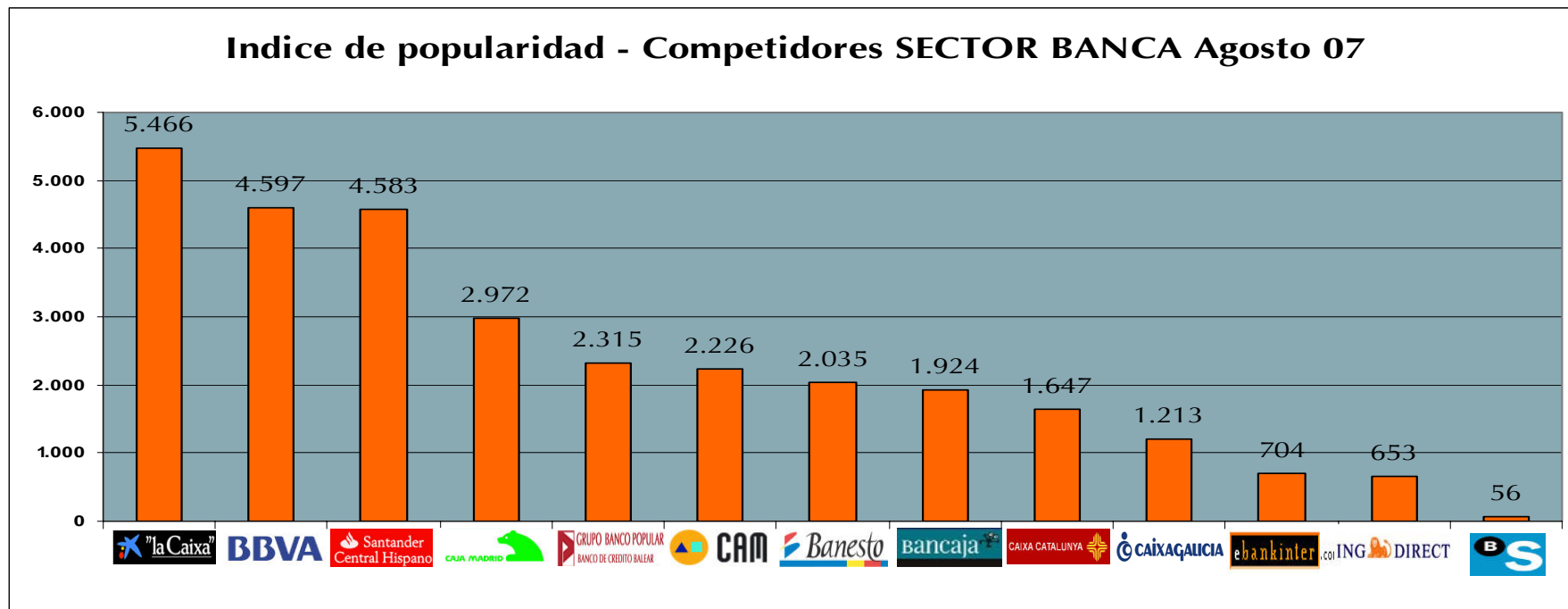
Ratio de visibilidad sectorial Banco Sabadell: 0 %

Análisis de parámetros críticos relacionados con el posicionamiento



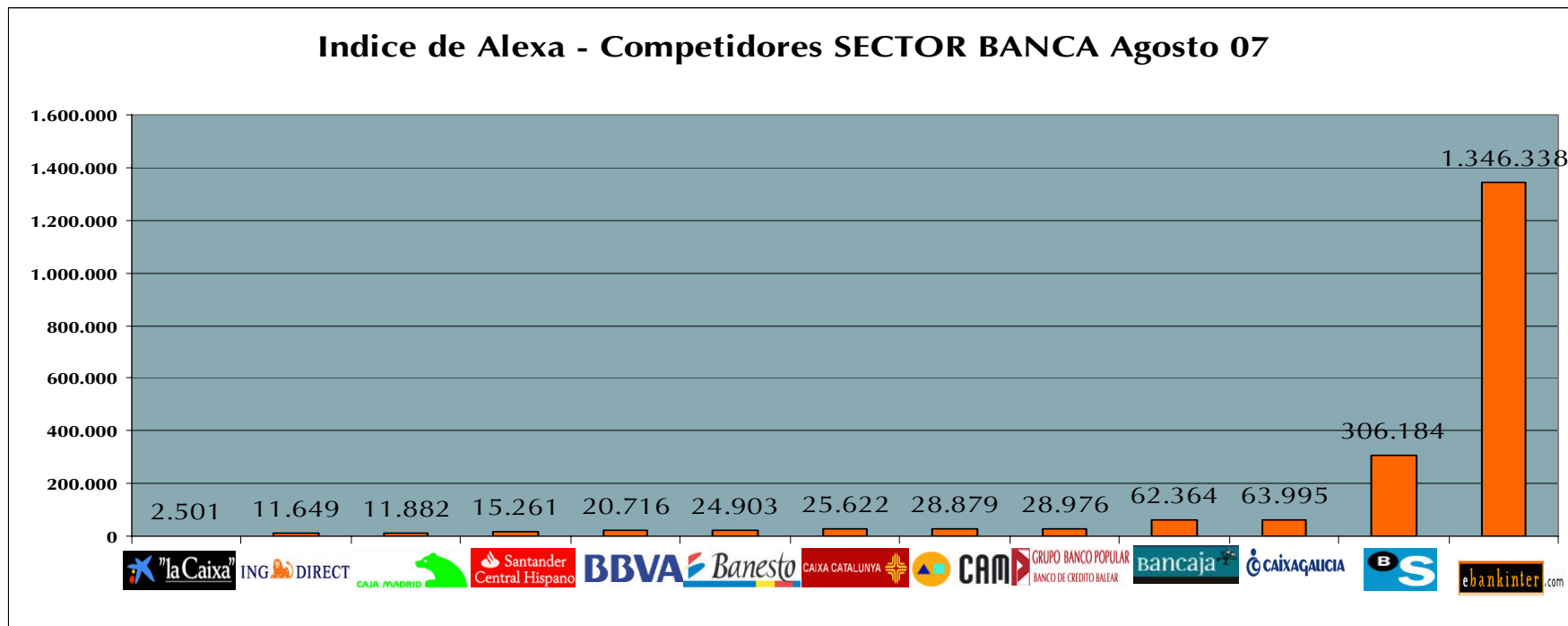
- ❖ La saturación se define como el número de páginas indexadas de un website concreto por un buscador. Cuanto mayor sea la saturación de un website, mayor será la visibilidad del mismo en buscadores.
- ❖ En el índice de saturación La Caixa continúa en cabeza aunque en este estudio ha bajado 923 páginas indexadas. Los bancos que han descendido su índice de saturación han sido La Caixa, Caja Madrid y Bankinter. Los demás bancos han aumentado su índice o se han mantenido. El banco que más ha mejorado respecto al estudio anterior ha sido ING Direct, que en Abril contaba con 178 páginas indexadas y actualmente tiene 3.117.

Análisis de parámetros críticos relacionados con el posicionamiento



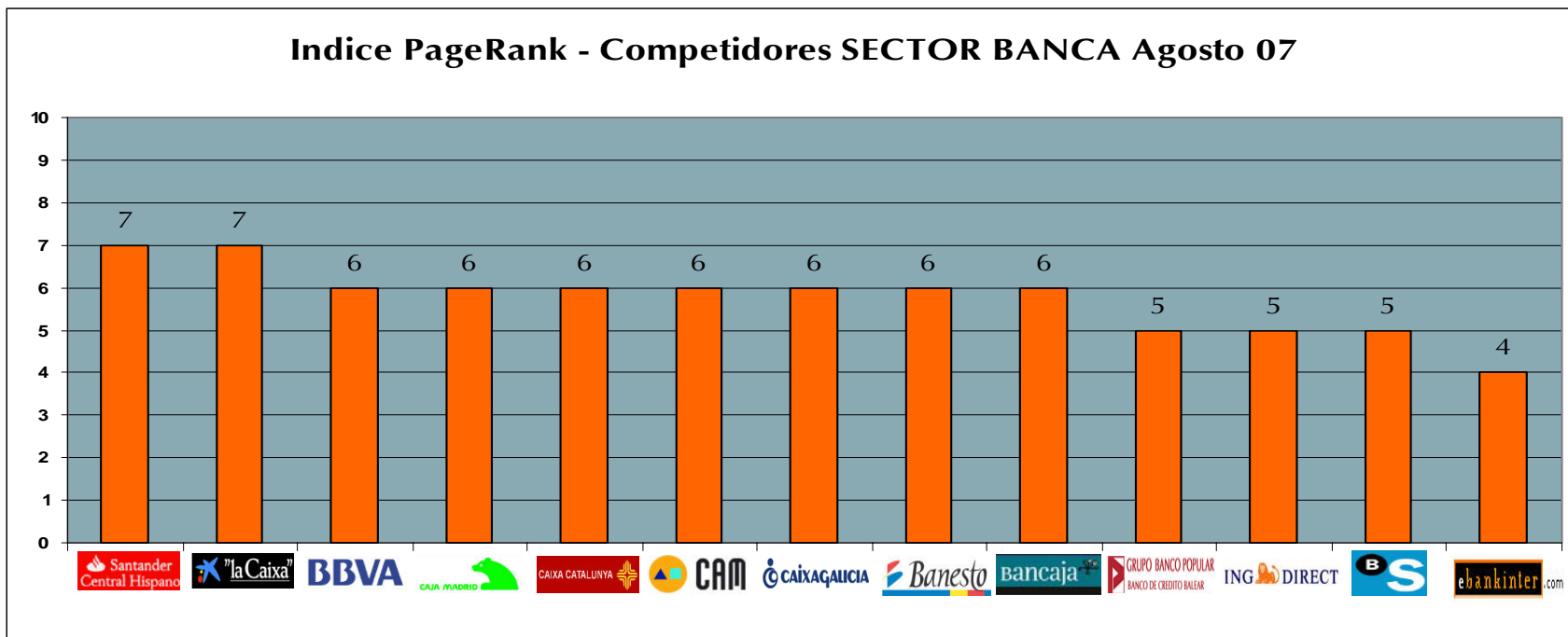
- ❖ La popularidad de un website se define como el volumen de páginas web externas que enlazan a dicho website. Cuantos más enlaces tenga un website mayor será su popularidad.
- ❖ En el índice de popularidad La Caixa sigue siendo la más popular del sector, siguiéndole BBVA y BSCH. La Caixa, BBVA, BSCH y Caja Madrid han descendido su índice considerablemente respecto al último estudio haciendo que el conjunto de los bancos se igualen en popularidad. Los demás bancos han aumentado sus enlaces externos a excepción de Banesto y Banco Sabadell que también han descendido sus índices de popularidad.

Análisis de parámetros críticos relacionados con el posicionamiento



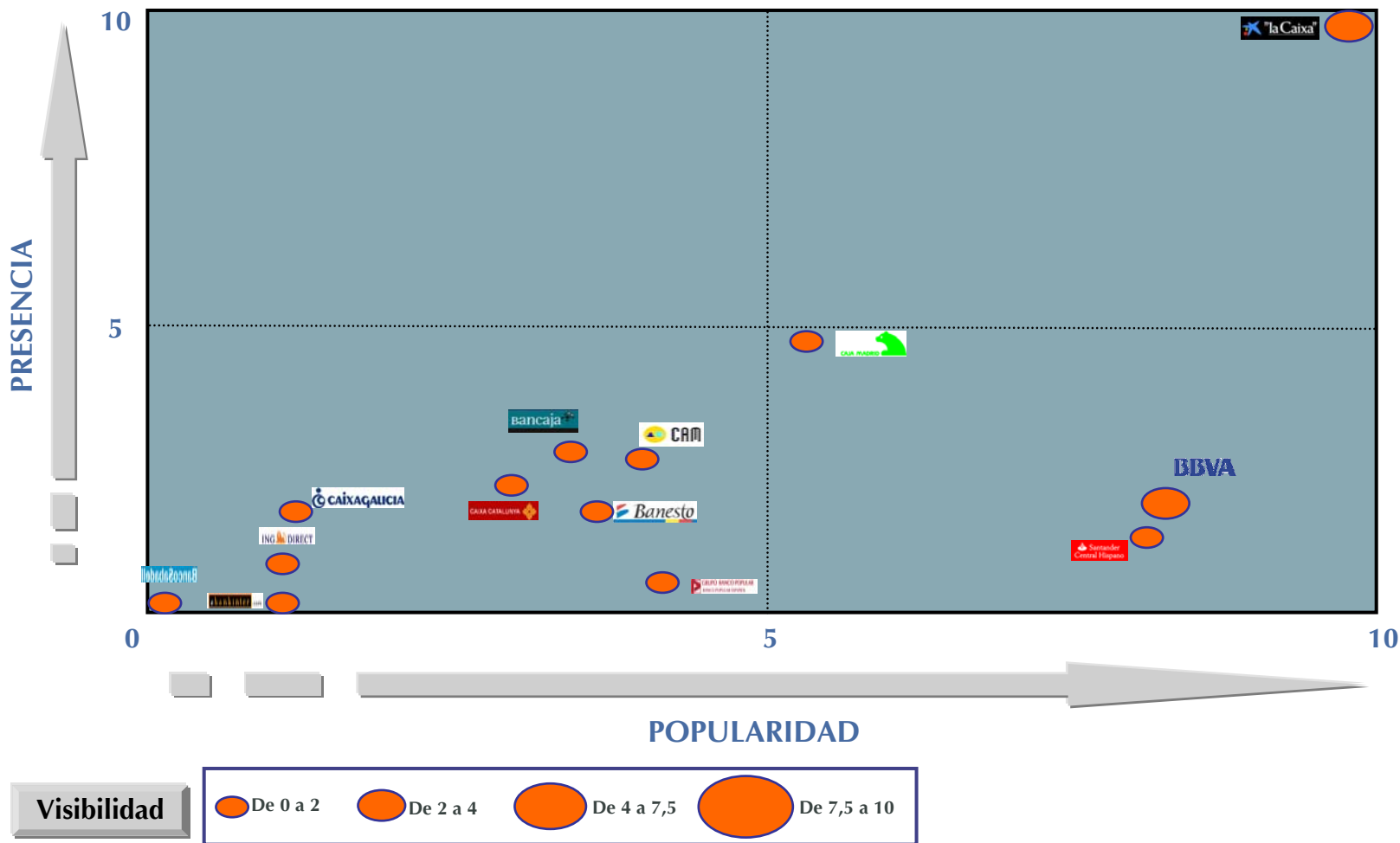
- ❖ Alexa proporciona información de tráfico de sitios web. Entre dicha información figura un ranking de sitios organizado por el volumen de visitas estimadas que reciben. En dicho ranking el número 1 sería el sitio web que más tráfico recibe en Internet (actualmente es yahoo.com)
- ❖ Una vez más La Caixa es el mejor banco del sector, esta vez en el índice de Alexa. Todos los bancos han aumentado su índice a excepción de Caja Madrid que además ha perdido un puesto colocándose tercero. ING Direct ha mejorado su índice y se ha situado en la segunda posición, BBVA se ha mantenido en quinto lugar y el Banco Popular ha descendido hasta el noveno puesto. El Banco Sabadell y Bankinter continúan con los peores índices del sector muy distanciados de sus competidores.

Análisis de parámetros críticos relacionados con el posicionamiento



- ❖ El PageRank o PR es un indicador elaborado por Google que mide sobre una escala logarítmica de 10, la popularidad en la red de un website. El valor 10 es el máximo de popularidad que Google puede otorgar a un sitio web.
- ❖ En este estudio el índice de PageRank no ha sufrido demasiadas variaciones respecto al anterior. Por un lado BBVA ha descendido un punto contando ahora con 7. Por otro lado Bancaja y Bankinter han conseguido un punto teniendo actualmente 6 y Banco Sabadell contando ahora con 5 y anteriormente con 4.

Mapa de Fortaleza en Buscadores de las empresas analizadas



Mapa de Fortaleza en Buscadores - Valoración Final de las empresas analizadas

- ❖ Se ha producido un descenso generalizado en la visibilidad de todos los bancos.
- ❖ Los mejores bancos del sector son BBVA y La Caixa que cuentan con una visibilidad del 39,11% y 35,8% respectivamente. Ambos bancos han aumentado sus índices de presencia y popularidad respecto al último estudio.
- ❖ Bancaja ha superado en este estudio a Caja Madrid colocándose en tercer lugar en visibilidad, actualmente cuenta con el 19,85%, seguido de Caja Madrid con 18,28%. En los índices de presencia y popularidad ambos bancos han descendido sus índices respecto al último estudio. Caixa Cataluña se ha mantenido en visibilidad (18%) pero ha mejorado sus índices de presencia y popularidad.
- ❖ A continuación se encuentra BSCH que en este estudio ha disminuido su visibilidad a 17,5% colocándose en sexto lugar frente al cuarto del estudio anterior, también su ha descendido sus índices de presencia y popularidad. Banesto tiene de visibilidad 13,53 %, obtienen buena visibilidad pero está muy alejado de La Caixa. En cuanto a los índices de presencia y popularidad ha disminuido en ambos respecto a estudios anteriores.
- ❖ Caixa Galicia obtiene una visibilidad muy baja en los buscadores en este estudio y se encuentra en la zona media-baja del sector en los índices de presencia y popularidad.
- ❖ Banco Popular, CAM, ING Direct, Bankinter y Banco Sabadell son prácticamente invisibles en los buscadores.
- ❖ Como valoración final las empresas del sector banca no han cambiado mucho respecto al estudio anterior.

Comentarios



BBVA



- ❖ La Caixa se pone en segundo lugar en el indicador de visibilidad con un 35,8%. Ha empeorado dicho indicador en un 0,9% respecto al último estudio.
- ❖ Se ha mantenido en presencia y ha aumentado en popularidad
- ❖ Continúa con un indicador de PageRank de 7 y aumenta en el indicador de Alexa.
- ❖ Si aumenta su indicador de saturación puede recuperar la visibilidad perdida en un corto espacio de tiempo e incluso superar a BBVA en un corto-medio espacio de tiempo debido a los buenos indicadores de popularidad, alexa y pagerank.
- ❖ **Competidor estrella.**

- ❖ Nuevamente ha mejorado su indicador de visibilidad y actualmente obtiene un 39,11%, siendo líder en el sector. Dicha mejora es del 5% respecto al último estudio
- ❖ Sin embargo ha descendido en los índices de saturación, popularidad, Alexa y Page Rank. Aun así BBVA destaca entre sus competidores.
- ❖ Se ha situado como el mejor banco en el indicador de visibilidad pero debe mejorar todos sus indicadores para seguir aumentando dicho indicador, si mejora los indicadores va a aumentar su visibilidad en un corto espacio de tiempo y puede alejarse de sus competidores.
- ❖ **Competidor estrella.**

- ❖ Cuenta con un 18,2% de visibilidad en los buscadores, actualmente pasa a ser cuarto. Ha disminuido un 7% respecto al estudio anterior.
- ❖ Caja Madrid en este estudio ha disminuido en saturación pero se ha mantenido el segundo del sector. En el índice de popularidad también ha disminuido pero ante el descenso de algunos bancos, Caja Madrid ha subido al segundo puesto.
- ❖ En el índice de Alexa ocurre lo mismo, ha disminuido pero ha subido de puesto. Caja Madrid en PageRank se ha mantenido con el mismo índice de estudios anteriores (6).
- ❖ Debe mejorar todos sus indicadores para poder aumentar el indicador de visibilidad.
- ❖ **Competidor estrella.**

Comentarios



- ❖ En el banco BSCH la visibilidad se ha visto reducida de un 21% a un 17,5% en este último estudio.
- ❖ Por otro lado, en el índice de saturación se ha mantenido.
- ❖ Ha aumentado sus índices de popularidad y de Alexa respecto al estudio anterior.
- ❖ En cuanto al índice PageRank se mantiene con 7.
- ❖ Pese al descenso en su indicador de visibilidad esta mejorando respecto a los últimos estudios.
- ❖ **Competidor con potencial.**



- ❖ En el último estudio se ve una ligera mejora en el índice de visibilidad. Actualmente cuenta con una visibilidad de 13,5%.
- ❖ En los índices de saturación y PageRank, Banesto se ha mantenido como anteriormente.
- ❖ Por otro lado ha mejorado en el índice de Alexa y ha mejorado su posición.
- ❖ En el índice de popularidad Banesto ha empeorado situándose detrás de Bancaja.
- ❖ Continúa con los problemas de accesibilidad en su portal como detalla el indicador de saturación, hasta que no solucione estos problemas no puede competir dentro del sector.
- ❖ **Competidor con potencial.**



- ❖ Bancaja ha pasado del quinto puesto al tercer puesto con un índice de visibilidad de 19,8%.
- ❖ Ha mejorado en el índice de saturación aunque haya retrocedido de puesto.
- ❖ Por otro lado ha mejorado en el índice de popularidad colocándose delante de Banesto.
- ❖ En el índice de Alexa y PageRank también ha mejorado sus resultados estando en la media del sector.
- ❖ Ha mejorado sus indicadores y gracias a esto ha mejorado su visibilidad, si continúa con esta evolución puede competir con los demás bancos en un corto-medio espacio de tiempo.
- ❖ **Competidor importante.**

Comentarios

CAIXA CATALUNYA



- ❖ Caixa Catalunya cuenta con una visibilidad de 18%, se ha mantenido en sus resultados respecto al estudio anterior.
- ❖ En el índice de saturación ha mejorado en el último estudio contando actualmente con 6.015 páginas indexadas. En el índice de popularidad y en el de Alexa Caixa Catalunya ha mejorado considerablemente hasta poder subir varios puestos.
- ❖ Por otro lado en PageRank Caixa Catalunya obtiene 6 puntos, manteniéndose respecto al estudio anterior.
- ❖ Si continúa mejorando sus indicadores y la accesibilidad de su portal puede comenzar a mejorar su visibilidad dentro del sector en un corto plazo de tiempo.
- ❖ **Competidor importante.**

BancoSabadell

- ❖ Banco Sabadell continúa siendo casi invisible en los buscadores.
- ❖ En casi todos sus indicadores se encuentran en las últimas posiciones del sector.
- ❖ No muestra ningún interés por el Posicionamiento en Buscadores y tardaría un largo periodo de tiempo en poder competir dentro del sector.
- ❖ **Competidor poco importante.**



- ❖ El Banco CAM tiene una visibilidad del 0%, es decir, es casi invisible para los buscadores.
- ❖ Se mantiene en PageRank (6) y en Alexa ha mejorado en el tráfico de sitios web.
- ❖ Presenta un muy buen indicador de saturación y en este estudio ha mejorado en popularidad.
- ❖ Continúa con los mismos problemas de accesibilidad y navegación en su portal.
- ❖ **Competidor poco importante.**

Comentarios



- ❖ Es prácticamente invisible en los buscadores.
- ❖ Ha mejorado sus indicadores de saturación y popularidad pero continúan siendo muy bajos dentro del sector.
- ❖ Sigue con el mismo PageRank que en el último estudio, 5. Y en el índice de Alexa ha empeorado su resultado.
- ❖ No muestra ningún interés por el Posicionamiento en Buscadores y tardaría un largo periodo de tiempo en poder competir dentro del sector.
- ❖ **Competidor poco importante.**



- ❖ Es prácticamente invisible en los buscadores.
- ❖ Todos sus indicadores se encuentran en las últimas posiciones del sector.
- ❖ No muestra ningún interés por el Posicionamiento en Buscadores y tardaría un largo periodo de tiempo en poder competir dentro del sector.
- ❖ **Competidor poco importante.**



- ❖ Es prácticamente invisible en los buscadores pero se ha observado que ha sufrido una leve mejora en visibilidad pasando de un 3% a un 3,8%.
- ❖ Sus indicadores de saturación y popularidad se encuentran en la zona media-baja del sector.
- ❖ Obtiene un buen PageRank, 6, pero su indicador de Alexa se encuentra en las últimas posiciones del sector.
- ❖ Para poder competir dentro del sector debería rediseñar las estructuras de navegación de su portal y mejorar los indicadores de saturación, popularidad y alexa.
- ❖ **Competidor poco importante.**

Comentarios



- ❖ Sigue siendo prácticamente invisible en los buscadores.
- ❖ Ha descendido su indicador de saturación pero en popularidad ha mejorado aumentando ligeramente su resultado.
- ❖ Su indicador de Alexa es el peor del sector y su PageRank es el mismo que en estudios anteriores, 5.
- ❖ No muestra ningún interés por el Posicionamiento en Buscadores.
- ❖ **Competidor poco importante.**



**Posicionamiento optimizado en
buscadores**

ADESIS Netlife

Edificio America II – La Florida

C/. Proción, 7 Planta baja "G"

28023 - Madrid

Tel. (+34) 917 102 423

Fax. (+34) 913 729 783

info@adesis.com www.adesis.com