

# Hyundai se corona como la Marca del Año en Internet en España



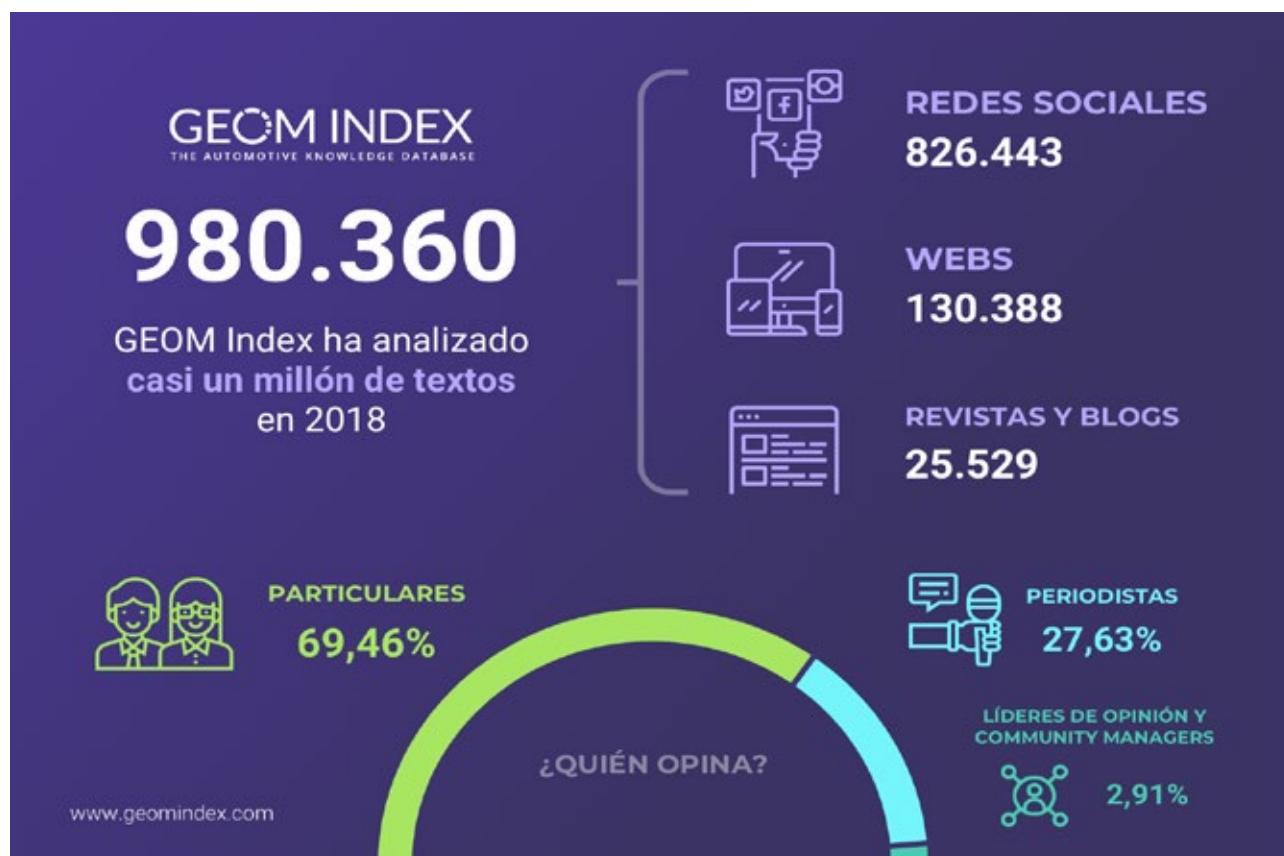
*La firma generalista logra por primera vez el galardón anual que la reconoce como el fabricante del automóvil más valorado por los internautas, según la consultora GEOM Index*

*BMW se sitúa como la segunda mejor firma en la red y la mejor entre las premium, mientras que Toyota cierra el podio de honor en 2018*

Madrid, 3 de enero de 2019

El fabricante generalista **Hyundai** se convirtió en 2018 en la **marca más valorada por los internautas españoles según GEOM Index**, el índice de referencia para el mercado automovilístico español que tiene en cuenta tanto la opinión de los usuarios en la red como la notoriedad que alcanzan los fabricantes. Hyundai se corona como **Marca del Año de España en Internet**, un galardón que alcanza **por primera vez** en el ranking de la consultora española, que lleva en marcha desde 2013. La segunda posición y la primera entre las firmas premium fue para BMW, vencedora global en 2017, que ha vuelto a cosechar otra excelente temporada. La marca nipona Toyota cerró el podio de los mejores fabricantes según los usuarios de la red en España.

GEOM Index ha analizado en 2018 casi un millón de textos (980.360) procedentes de las principales páginas web españolas, blogs y foros dedicadas al mundo del motor, y también de los perfiles que tienen las marcas, los medios de comunicación, los periodistas y las personas influyentes en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube). Tras el procesamiento de los datos, Hyundai ha logrado en 2018 el mejor coeficiente de opiniones positivas de los internautas españoles, combinado con una gran capacidad para generar comentarios o menciones en la red.



Hyundai se ha situado como la marca más valorada por los internautas españoles en 2018 con 78.87 puntos. La firma generalista sucede en este reconocimiento anual avalado por GEOM Index a BMW (2017) Porsche (2016), Ford (2015), BMW (2014) y Audi (2013).

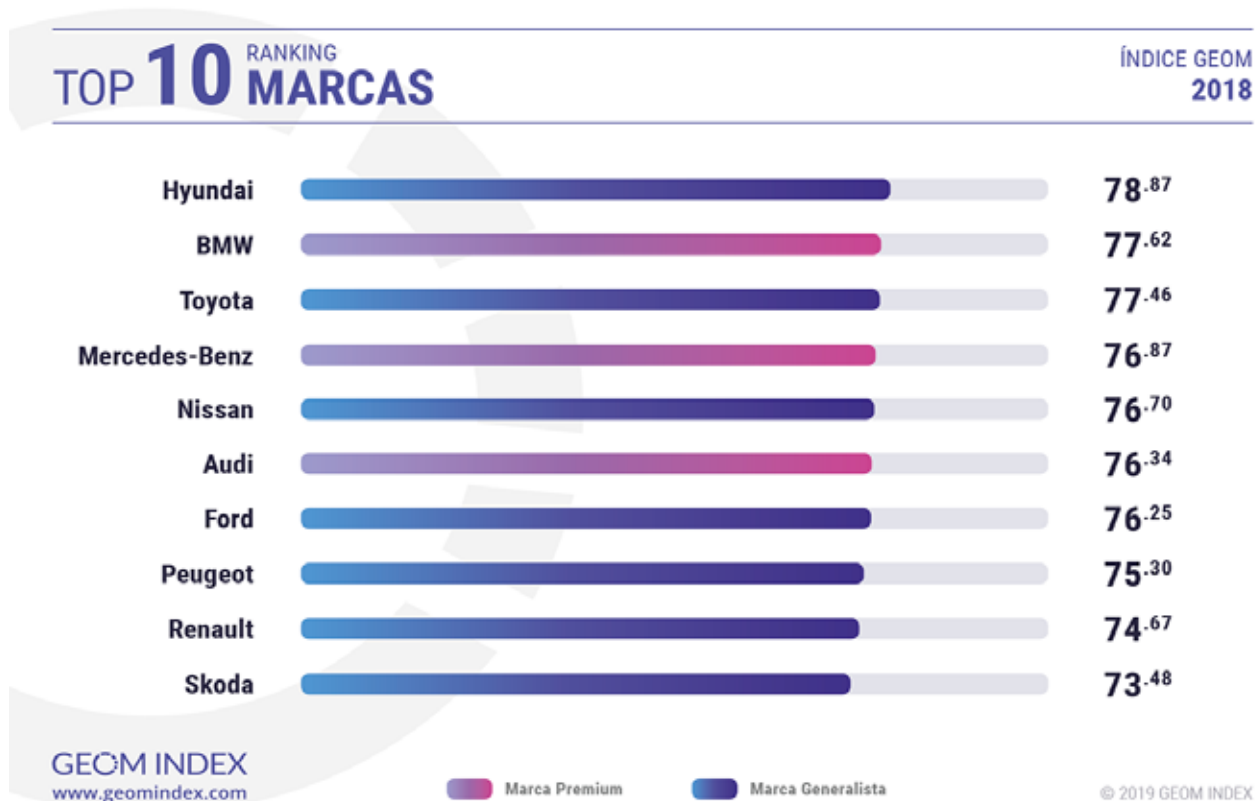
La firma de origen surcoreano, con importantes lanzamientos este año como el Kona eléctrico o el Nexo, ha logrado las mejores valoraciones en taxonomías como conducción (con 83% de opiniones positivas), confort (79%) o intención de compra (78%). Los modelos que más menciones lograron en la red fueron, por este orden, el Kona eléctrico, seguido del Kona convencional, el i30N, el Santa Fe o el Tucson.

La segunda posición del GEOM Index de 2018 fue para BMW con 77.62 puntos, a poco más de un punto del primer puesto. Tras alzarse con el galardón en 2017, la firma alemana ha mantenido un sensacional rendimiento durante el pasado año para situarse de nuevo en las posiciones de honor. Además, BMW se convierte en la firma premium más valorada por los internautas españoles.

Los modelos de BMW con más menciones en la red durante el pasado año fueron las series más deportivas, como el M5 y el M2, seguido del SUV X2. La firma alemana destacó especialmente en las taxonomías de tecnología e I+D, donde obtuvo un altísimo porcentaje de opiniones positivas, algo más moderado en otras áreas como confort o conducción.

La tercera posición del ranking GEOM Index fue para otra marca generalista, en este caso la nipona Toyota, que consiguió 77.46 puntos de valoración, a menos de dos décimas de la segunda plaza. El éxito de Toyota está ligado, sin duda, a la apuesta por motorizaciones híbridas en su gama, un aspecto que los internautas destacaron especialmente en la taxonomía de conducción.

El rendimiento de Toyota en la red fue muy bueno, como lo demuestra su posición en el podio final; la firma japonesa obtuvo buenas valoraciones en ocho de las nueve taxonomías principales del índice, mientras que otras marcas han obtenido un balance más desequilibrado. El Toyota C-HR y el Prius fueron los modelos con más menciones.



los internautas, que propiciaron una valoración final de 76.87 puntos. En el ranking global la firma alemana se situó en la cuarta plaza, en otro especialmente importante en el que ha combinado lanzamientos de modelos convencionales como el Clase A con el estreno de su gama electrificada como el EQ C.

La quinta plaza de la lista de la consultora española fue para Nissan, que además cerró el podio de las mejores marcas generalistas del año. El fabricante nipón sumó 76.70 puntos de valoración en un año marcado por la consolidación de modelo Leaf, uno de los eléctricos más vendidos en el mundo y que más comentarios ha generado en internet.

Audi se situó en el sexta plaza general del ranking GEOM Index y la tercera entre aquellas marcas que compiten en el subsegmento de las firmas premium. El fabricante alemán obtuvo una valoración final de 76.34 puntos, en un año en el que su gama SUV ha sido la gran protagonista a juicio de los comentarios de los internautas españoles.

Las siguientes posiciones del ranking y hasta completar las diez primeras posiciones fueron para marcas generalistas que han realizado importantes lanzamientos en 2018. Es el caso de la estadounidense Ford, en la séptima posición general y con 76.25 puntos de valoración, que tuvo uno de los rendimientos más altos en las webs especializadas. Sin embargo, en redes sociales a la marca del óvalo le faltó el impulso que sí tuvieron algunas de las firmas rivales.

En la octava plaza se situó Peugeot con 75.30 puntos. La firma francesa le debe buena parte del éxito anual a modelos tan diferentes como el 508, una berlina que ha gozado de excelentes críticas, la furgoneta Rifter e incluso a un prototipo, el Peugeot E-Legend, que adelanta el futuro eléctrico y autónomo que quiere desarrollar la marca.

Renault fue el fabricante que ocupó la novena posición en el ranking GEOM Index con una valoración de 74.67 puntos. En el caso de la marca gala, los principales protagonistas de su gama en la red fueron el Megane RS, el Megane convencional o el eléctrico ZOE.

El top 10 de 2018 lo cerró Skoda con 73.48 puntos, en plena renovación completa de su gama de turismo y SUV. El Kodiaq y su versión RS, el Karoq o el nuevo Scala se han convertido en algunos de los modelos más reconocidos en la red en estos últimos meses.

## GEOM Index roza el millón de textos procesados

La consultora GEOM Index ha desarrollado tecnología propia basada en inteligencia artificial y el denominado «deep learning». Los avanzados algoritmos de extracción y procesamiento analizaron durante todo el año 2018 un total de 980.360 textos de las principales páginas web españolas, blogs y foros dedicadas al mundo del motor, y también de los perfiles que las marcas, los medios de comunicación, los periodistas y las personas influyentes tienen en las redes sociales. El 58,6 % de estos textos contenían menciones a las marcas y modelos.

A partir de estos comentarios, la consultora es capaz de determinar la valoración que los usuarios le dan a las diferentes marcas y sus modelos, y la notoriedad que tiene cada fabricante en internet, gracias a su potente herramienta de procesamiento semántico-lingüístico.

## Sobre geom

GEOM es la única consultora especializada en el sector automovilístico que procesa tanto las opiniones de calidad de los internautas como la presencia de las marcas en internet, para determinar el valor de los fabricantes y sus productos. GEOM Index es el índice de referencia elaborado por GEOM y mide tanto la notoriedad alcanzada en la red como la valoración que los usuarios españoles dan a las firmas automovilistas y sus coches.

GEOM ha dado un paso más allá al elaborar su propio índice de comportamiento de las marcas automovilísticas en internet. La consultora pondera la valoración que los usuarios le dan a las marcas de coches y sus modelos a través de sus comentarios, y la notoriedad de los fabricantes y su poder para generar menciones y opiniones en la red sobre sus productos. Así pues el índice GEOM es capaz de medir con detalle la eficiencia de las marcas y los modelos en internet.