

# • ESPAÑA 2003

11

**La eBanca**

Anexo

## ■ NOTA TÉCNICA DEL ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS DE LA BANCA *ON-LINE*

La relación de las entidades analizadas es la siguiente:

1	Activo Bank	14	Banesto	27	Deutsche Bank
2	Banca Pueyo	15	Bankinter	28	Evolve Bank
3	Bancaja	16	Bankoia Credit Agricole	29	IberCaja
4	Banco Atlántico	17	Barclays	30	ING Direct
5	Banco Espíritu Santo	18	BBK	31	Inversis
6	Banco Echeverría	19	BBVA	32	la Caixa
7	Banco Gallego	20	BSCH	33	Patagon
8	Banco Guipuzcoano	21	Caixa Catalunya	34	Unicaja
9	Banco Herrero	22	Caixa Galicia	35	Uno-e
10	Banco Pastor	23	Caja España	36	Banco Popular
11	Banco Popular-e	24	Caja Madrid	37	Banesto
12	Banco Sabadell	25	CAM		
13	Banco Zaragozano	26	Citibank		

Los resultados presentados han seguido las metodologías de los análisis que siguen. Las variables seleccionadas y recogidas a través de la observación directa de los *websites* de las entidades identificadas que componen la muestra responden a dos objetivos: (1) el análisis y evaluación de los servicios ofrecidos *on-line* por cada una de ellas y (2) el análisis y evaluación del rango de servicios bancarios y financieros ofertados por las entidades que operan *on-line* o bien utilizan internet como canal de venta complementario.

A continuación se detallan las variables observadas a lo largo del mes de Diciembre de 2002.

### Datos generales:

1. **Numero de consulta:** Número de la página web consultada (control numérico).

2. **Fecha:** Fecha en que la página ha sido evaluada.

3. **URL.**

4. **Organización:** Nombre de la entidad bancaria.

4.1 **Entidad:** Banco o Caja de Ahorro.

4.2 **Tipo:** Oficina virtual o banco *on-line*.

5. **Catálogos de productos:** se evalúan los servicios ofrecidos / mencionados en la web, en dos niveles: **Información:** si apenas informa o hace publicidad de sus productos y **Transacción:** si permite al usuario efectuar transacciones a partir de la web.

6. **Enlaces con otros:** cuando la página tiene *links* con otras.

7. **Otros servicios:** otras informaciones que el banco dispone al usuario en la web. También evaluaremos si el banco posee contadores o estadísticos y si puede suscribirse para recibir *newsletters*/boletines.

**8. Atención al cliente:** que recursos el banco ofrece al usuario para comunicarse. Cuando la página posee correo electrónico para cualquier consulta, trataremos de verificar la velocidad y medio de respuesta.

**9. Diseño de la Web:** evaluación de la calidad de la página.

#### 9.1 Calidad Gráfica

- Resolución en la pantalla y visualización de imágenes.
- Legibilidad del texto, contraste y jerarquización de los servicios.
- Uniformidad en estilo, tipografía y colores entre las páginas.
- Uso de animaciones.

#### 9.2 Página principal

- Idioma.
- Opciones de búsqueda, información jerarquizada, fácil visualización de contenido dentro de los temas principales.

#### 9.3 Navegabilidad

- Claridad y coherencia de las cabeceras
- Ayuda *on-line*, FAQ, Mapa del Sitio.
- Búsquedas.
- Facilidades en cambios de parámetros de la búsqueda.

#### 9.4 Calidad Técnica

- Tamaño de los ficheros.
- Tiempo de descarga de las aplicaciones.
- Vínculos no encontrados o defectuosos.
- Necesidades técnicas requeridas y browsers de html requeridos.

### Análisis de productos de banca *on-line*

Para la elaboración del ranking por entidades de la gama de productos ofertados *on-line* se han observado las siguientes variables:

- **Consulta:** de acuerdo con la posibilidad de consulta de los productos ofrecidos por la entidad. Las páginas que ofrecían información sobre los productos han sido valoradas con 1 punto en cada uno de los productos.
- **Transaccionalidad:** si además de consulta contempla la posibilidad de que los productos ofrecidos por la entidad sean manejados *on-line* y si la transacción navega en ambiente seguro, han recibido puntos adicionales.
- **Información:** la que sea adicional a los servicios, es decir (1) enlace con la Bolsa de Valores, (2) Información Corporativa de la entidad, (3) Relación de Tarifas practicadas por la entidad, y (4) Relación de la Red de Oficinas.
- **Asesoramiento:** los servicios disponibles que tienen el carácter de prestar alguna tipo de asesoría al internauta. Las variables consideradas son: (1) Área legal y/o Asesoría fiscal, (2) Análisis de Mercado, (3)

Recomendaciones, (4) Teléfono, (5) Dirección de correo electrónico, y (6) Simuladores.

De la puntuación obtenida se ha calculado, para cada criterio, el porcentaje que alcanzan con relación al máximo que podrían obtener. Los resultados de cada una de las variables anteriormente mencionadas en las 35 entidades identificadas es la base para la elaboración final del Ranking de Entidades por Productos.

### **Análisis de los servicios**

En la valoración de los servicios *on-line* prestados por las entidades analizadas se ha realizado teniendo en cuenta los criterios que a continuación se indican, cada uno de ellos ponderado en función de su importancia para el usuario final:

**(a) Información** (ponderación 10%): la que sea adicional a los servicios, es decir (1) enlace con la Bolsa de valores; (2) información corporativa de la entidad; (3) relación de tarifas aplicadas por la entidad, y (4) relación de la red de oficinas.

**(b) Asesoramiento** (ponderación 30%): los servicios disponibles destinados a prestar asesoría y ayuda al usuario *on-line*. Las variables consideradas son: (1) área legal y/o asesoría fiscal; (2) análisis de mercado; (3) recomendaciones; (4) simuladores; (5) teléfono; (6) dirección de correo electrónico, y (7) velocidad de respuesta inferior a 7 días, ya que a cada uno se ha enviado un correo con petición de información.

**(c) Transaccionalidad** (ponderación 40%): si además de consulta contempla la posibilidad de que los productos ofrecidos por la entidad sean manejados *on-line* y si la transacción navega en ambiente seguro.

**(d) Usabilidad** (ponderación 20%): valora la solidez de la arquitectura de contenidos, la facilidad de uso y la navegabilidad en general. Las variables utilizadas han sido las que están contempladas en *Diseño de la web* del análisis individual.

La media ponderada de cada uno de los cuatro criterios analizados da como resultado una puntuación del servicio de banca *on-line* para cada una de las entidades objeto del estudio. La clasificación de esas puntuaciones para cada una de las entidades da como resultado el **Ranking de Entidades**.