

## **METODOLOGÍA DE ANÁLISIS**

El informe "Servicio de Benchmarking. Banca on line en España" analiza, con datos del tercer trimestre de 2002, el estado de la oferta de productos y servicios de banca por Internet para particulares. La cobertura del estudio está compuesto por 40 entidades seleccionadas en base a dos criterios: balance de la entidad y relevancia del modelo de negocio on line

El análisis realizado se ha basado en la medición de alrededor de 300 variables por entidad, considerando en todo momento criterios objetivos. Para ello se ha formado un equipo de trabajo de especialistas en la materia compuesto por expertos consultores en e-Finance y Consultores de Arquitectura de Información.

Para realizar el análisis se han agrupado las variables analizadas en dos grandes grupos:

### **ANÁLISIS DE PRODUCTOS BANCA ON LINE.**

Se analizan 10 productos bancarios en función de 5 criterios básicos:

- 1- Tipo y alcance de las consultas que se pueden realizar,
- 2- Información disponible
- 3- Asesoramiento/ Formación
- 4- Nivel de Transaccionalidad ofrecido
- 5- Gama de productos contratables on line.

El análisis de dichos criterios permite obtener los siguientes resultados en términos agregados e individualizados por cada una de las entidades objeto de este estudio:

- 1- Valoración por criterios: fortaleza y debilidades de los productos por cada uno de los criterios analizados.
- 2- Valoración individual por productos: conocer el grado de desarrollo de cada producto en la red.

Como resultado final se obtiene el **Ranking de Productos**. Cada entidad obtiene una puntuación resultado de calcular la media de la puntuación conseguida por cada uno de los diez productos analizados. La clasificación de esas puntuaciones para cada una de las 40 entidades da como resultado el Ranking de Entidades.

### **ANÁLISIS DEL SERVICIO DE BANCA ON LINE.**

Se valora el Servicio de Banca On Line ofrecido por cada entidad. Para ello se han seleccionado cuatro criterios con diferentes pesos cada uno en función de su importancia para el usuario final:

- 1- Oferta de Servicios (Ponderación 10%): valora la oferta de servicios adicionales y complementarios a los puramente bancarios.
- 2- Asesoramiento (Ponderación 30%): para valorar el nivel de asesoramiento que las entidades financieras ofrecen a sus clientes se han clasificado en tres grandes

bloques de los que se valoran todo tipo de herramientas, simuladores, optimizadores o cualquier otro tipo de elemento que facilite la toma de decisiones.

- a. Asesoramiento Financiero
  - b. Asesoramiento Fiscal
  - c. Asesoramiento al cliente.
- 3- Transaccionalidad (Ponderación 40%): se trata del criterio con más peso de todos, ya que es lo que permite al usuario la realización de operaciones bancarias en la red. Para valorar la transaccionalidad se han establecido dos grandes bloques.
- a. Transaccionalidad de cada producto bancario analizado
  - b. Seguridad inherente a las operaciones.
- 4- Usabilidad (Ponderación 20%): valora la solidez de la arquitectura de contenidos, la facilidad de uso y la navegabilidad en general. Para ello se han establecido cuatro grandes categorías.
- a. Navegabilidad
  - b. Accesos Directos
  - c. Lenguaje
  - d. Elementos de Ayuda

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 40 entidades da como resultado el **Rating de Entidades**.