

2^{OS} PREMIOS LUPO DE ORO y HOJALATA A LA CALIDAD BANCARIA

Convocados por Asistencia Bancaria 2001 SL.



PATROCINADOS POR



Telf: 91 604 84 17
Telf: 91 604 82 36

Julio Antonio Aranda Roncero
Abogado

Telf: 91 693 46 24
arandaabogado@ozu.es



Telf: 91 614 88 52
916148852@telefonica.net



Telf: 699 295 579
kikemaga@gmail.com



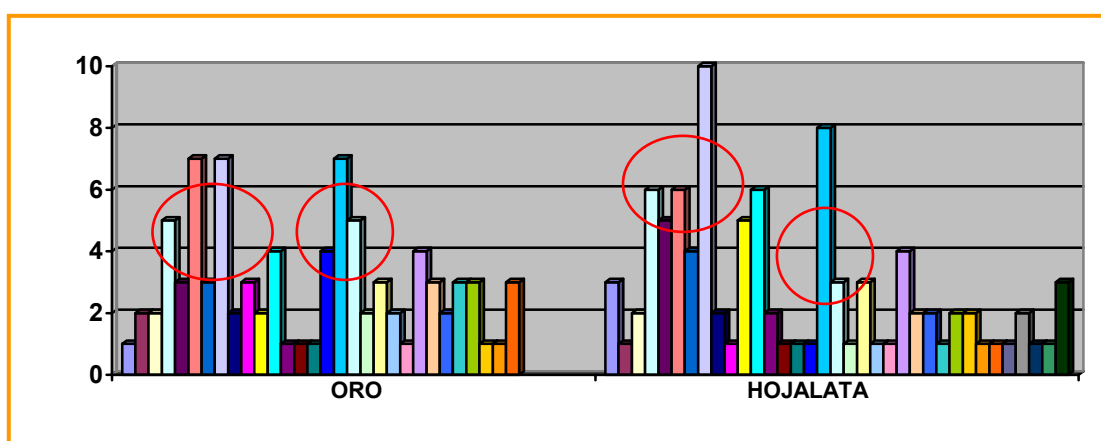
Telf: 91 431 89 88
asesores@monjeasociados.com



[Asistencia Bancaria 2001, SL.](#), firma dedicada a la optimización de las relaciones bancarias entre sus Clientes y las Entidades Financieras convocó a fecha de 1 de Abril de 2005 junto a los Profesionales que conforman el portal www.quenotetanguen.com y motivados por la satisfactoria acogida de la primera edición, la Segunda Edición de los Premios "[Lupo de Oro](#)" y "[Lupo de Hojalata](#)" a la Calidad Bancaria, en la atención y servicios prestados por parte de las Entidades a su clientela.

Dicha convocatoria, cuyo plazo de participación finalizó el 30 de Junio del presente año, ha aportado datos de notable interés, tanto a nivel del perfil de los participantes, y, por lo tanto, de los usuarios reales de las diferentes entidades bancarias, como a nivel de la valoración que éstos hacen de dichas entidades.

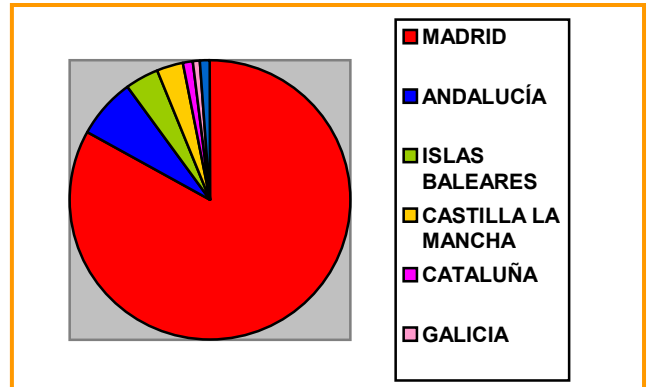
Una vez analizados los datos correspondientes a la [participación total](#), cabría destacar, en primer lugar la distribución por edades de la misma. Como puede observarse en la [GRÁFICA 1](#), las [edades](#) de los participantes oscilan entre los [17](#) y los [75 años](#), destacando, especialmente, dos rangos, el que engloba a los sujetos con edades comprendidas entre los [24](#) y los [28 años](#) y el formado por los participantes de entre [41](#) y [44 años](#) de edad.



GRÁFICA 1: Estadísticas por edades (representadas en años)

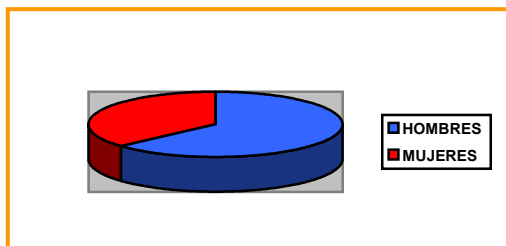
Otro aspecto muestral a mencionar es el origen geográfico de los participantes.

A este respecto, la Comunidad Autónoma de Madrid destaca con un 83.8%, un 10% más que en la edición anterior, frente al 7% correspondiente a Andalucía. El resto de Comunidades Autónomas representadas se muestran en la GRÁFICA 2.



GRÁFICA 2: Comunidades Autónomas

Para finalizar el repaso inicial a las cuestiones relativas a la participación, en términos generales, habría que hacer referencia, a diferencia de la equiparada



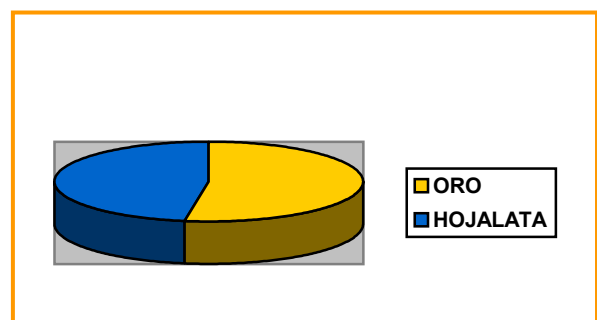
distribución de los participantes en lo que a género se refiere obtenida en la Primera Edición, al incremento de la participación masculina que, con un 63.2% aumenta un 10% respecto al año anterior.

En cuanto a las categorías de votación, un 52.4% de los participantes optaron por premiar la

calidad de sus entidades bancarias, aportando su voto a la categoría Lupo de Oro, mientras que el 47.6% restante se inclinó por los premios Lupo de Hojalata (GRÁFICA 4).

El 52.4% de los votos dirigidos a la categoría Lupo de Oro, englobó a 36 entidades, quedando la clasificación final del modo que se muestra en la FIGURA 1.

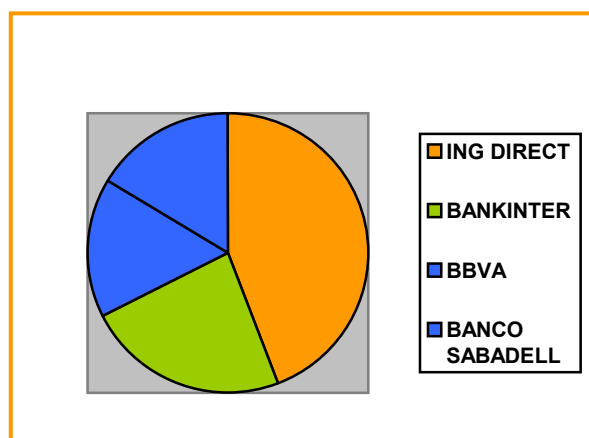
Si se observa la tabla, la entidad que ocupa la primera posición es ING DIRECT con un 19.6% de los votos destinados a la categoría Oro y un 10.3% de los votos del total de participantes. Si bien en la pasada edición de los premios la primera



GRÁFICA 4: Estadística Categoría

POSICIÓN	ENTIDAD	% VOTOS DEL TOTAL	% VOTOS DE LA CATEGORÍA
1	ING DIRECT, N.V. S.E.	10.3%	19.6%
2	BANKINTER, S.A.	5.4%	10.3%
3	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.	3.8%	7.2%
3	BANCO DE SABADELL, S.A.	3.8%	7.2%
4	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE SEGOVIA	2.7%	5.2%
5	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE MADRID	2.2%	4.1%
5	BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO, S.A.	2.2%	4.1%
5	AHORROGESTION HIPOTECARIO S.A. (E.F.C.) E.F.C.	2.2%	4.1%
6	CAJA AH. VALENCIA, CASTELLON Y ALICANTE, BANCAJA	1.6%	3.1%
7	BANCO PASTOR, S.A.	1.1%	2.1%
7	CAJA DE AHORROS Y PENSIONES DE BARCELONA	1.1%	2.1%
7	BBVA BANCO DE FINANCIACION, S.A.	1.1%	2.1%
7	SANTANDER CENTRAL HISPANO INVESTMENT, S.A.	1.1%	2.1%
7	BANCO ESPAÑOL DE CREDITO, S.A.	1.1%	2.1%
7	PATAGON BANK, S.A.	1.1%	2.1%
8	BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A.	0.5%	1%
8	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE CORDOBA	0.5%	1%
8	BANCO DE ANDALUCIA, S.A.	0.5%	1%
8	BARCLAYS BANK, S.A.	0.5%	1%
8	CAJA R. DE CIUDAD REAL, S.C.C.	0.5%	1%
8	CAJA R. DE TOLEDO, S.C.C.	0.5%	1%
8	CAJA R. DE ZAMORA, C.C.	0.5%	1%
8	BANESTO FACTORING, S.A., E.F.C.	0.5%	1%
8	CREDIT LYONNAIS, S.A. S.E.	0.5%	1%
8	CAJA DE AHORROS DE GALICIA	0.5%	1%
8	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE GIPUZKOA Y SAN SEBASTIAN	0.5%	1%
8	SOCIETE GENERALE, S.E.	0.5%	1%
8	CAJA DE AHORROS DE LA RIOJA	0.5%	1%
8	COLONYA - CAIXA D'ESTALVIS DE POLLENSA	0.5%	1%
8	BANCO DE CREDITO BALEAR, S.A.	0.5%	1%
8	CAIXA D'ESTALVIS DE CATALUNYA	0.5%	1%
8	B8ANCO ARABE ESPAÑOL, S.A.	0.5%	1%
8	BANCO DE MADRID, S.A.	0.5%	1%
8	CAJA DE AHORRO PROVINCIAL DE GUADALAJARA	0.5%	1%
8	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE ZARAGOZA, ARAGON Y RIOJA	0.5%	1%
8	BANCO ALICANTINO DE COMERCIO, S.A.	0.5%	1%

FIGURA 1: Clasificación Categoría Lupo de Oro



entidad y la segunda estaban sólo separadas por un 1,3%, en esta Segunda Edición, **Bankinter, S.A.**, ocupante de la segunda posición cuenta con un 10.3% de los votos de la categoría y un 5.4% del total, lo que indica una mayor distancia entre las dos primeras posiciones que en la edición anterior.

La tercera posición se encuentra

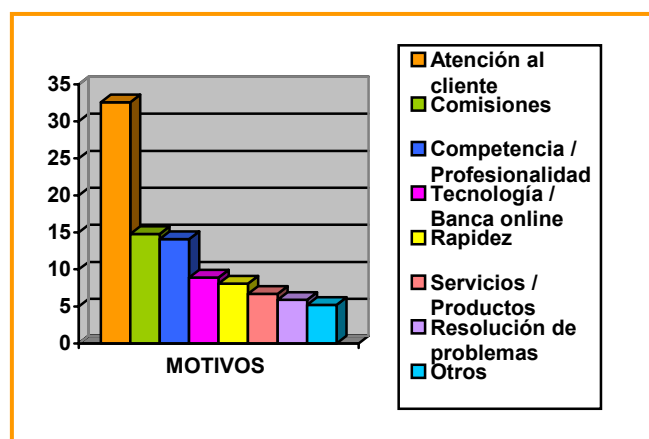
GRÁFICA 5: Podium Categoría Oro

ocupada por el **Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.** ganador de la pasada edición, y el **Banco de Sabadell, S.A.**, ambos con un 3.8% de los votos totales y un 7.2% de los destinados a la categoría Oro.

El resto de las 32 entidades se repartió los votos en pequeños porcentajes carentes de significación estadísticas, por lo que no se incluyen en la GRÁFICA 5, que muestra la distribución de votos entre las entidades anteriormente mencionadas.

En cuanto a los **motivos** aducidos por los participantes a la hora de justificar sus votos, se han agrupado en las categorías utilizadas en la pasada edición para facilitar el análisis y la comparativa de datos, aunque se han tenido que añadir categorías como la calidad de la tecnología y la banca online y eliminar otras como la calidad en la publicidad y la información en función de las votaciones obtenidas (GRÁFICA 6).

Así, el motivo más mencionado fue la corrección y personalización de la **Atención al cliente** (32.6%) al igual que en la primera edición de los premios, seguido por las **Bajas comisiones**, en un 14.8% de los casos, y por la **Competencia y Profesionalidad**.



GRÁFICA 6: Motivos Lupo de Oro

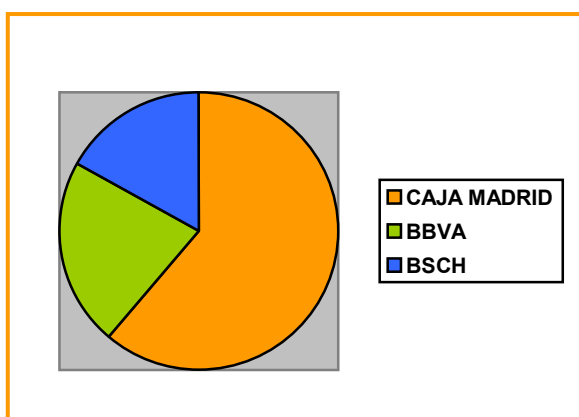
Resulta interesante, además, el incremento de las votaciones motivadas por la calidad de la **tecnología** y por el nivel en **banca directa** tanto por vía telefónica como a través de la Red, ya que a pasado de apenas mencionarse a copar el **8.9%** de los motivos dados.

Por otra parte, en lo que a la categoría **Lupo de Hojalata** se refiere, la primera posición está ocupada, como se observa en la **FIGURA 2** y por segundo año consecutivo, por la **Caja de Ahorros y M.P. de Madrid** con un **28.4%** de los votos de su categoría y un **13.5%** del total.

POSICIÓN	ENTIDAD	% VOTOS DEL TOTAL	% VOTOS DE LA CATEGORÍA
1	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE MADRID	13.5%	28.4%
2	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.	4.9%	10.2%
3	BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO, S.A.	3.8%	7.9%
4	CAIXA D'ESTALVIS DE CATALUNYA	2.7%	5.7%
5	BANCO ESPAÑOL DE CREDITO, S.A.	1.6%	3.4%
5	BANESTO BANCO DE EMISIONES, S.A.	1.6%	3.4%
5	BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A.	1.6%	3.4%
6	HISPAMER SERVICIOS FINANCIEROS, E.F.C., S.A.	1.1%	2.3%
6	CAJA DE AHORROS Y PENSIONES DE BARCELONA	1.1%	2.3%
6	SANTANDER CENTRAL HISPANO INVESTMENT, S.A.	1.1%	2.3%
6	COFIDIS HISPANIA EFC, S.A.	1.1%	2.3%
6	BANCO ATLANTICO, S.A.	1.1%	2.3%
6	BARCLAYS BANK, S.A.	1.1%	2.3%
6	BANCO PASTOR, S.A.	1.1%	2.3%
7	CAJA DE AHORROS DE LA INMACULADA DE ARAGÓN	0.5%	1.1%
7	M.P.C.A. RONDA, CADIZ, ALMERIA, MALAGA Y ANTEQUERA	0.5%	1.1%
7	CAJA DE AHORROS Y MP. DE CORDOBA	0.5%	1.1%
7	CAJA R. INTERMEDITERRANEA, S.C.C.	0.5%	1.1%
7	PATAGON BANK, S.A.	0.5%	1.1%
7	BANCO URQUIJO, S.A.	0.5%	1.1%
7	BANCA MARCH, S.A.	0.5%	1.1%
7	CAJA ESPAÑA DE INVERSIONES, CAJA DE AHORROS Y M.P.	0.5%	1.1%
7	ING DIRECT, N.V. S. E.	0.5%	1.1%
7	ALTAE BANCO, S.A.	0.5%	1.1%
7	CAJA DE AHORRO Y M.P. DE ZARAGOZA, ARAGON Y RIOJA	0.5%	1.1%

7	BANCO ESPIRITO SANTO, S.A.	0.5%	1.1%
7	CAJA DE AHORROS DE CATILLA LA MANCHA	0.5%	1.1%
7	BANCO DE ANDALUCÍA, S.A.	0.5%	1.1%
7	BANCO DEPOSITARIO BBVA, S.A.	0.5%	1.1%
7	TELEFONICA FACTORING, E.F.C., S.A.	0.5%	1.1%
7	CAJA DE AHORROS DE GALICIA	0.5%	1.1%
7	CAJA DE AHORROS Y M.P. DE NAVARRA	0.5%	1.1%
7	UNO-E BANK, S.A.	0.5%	1.1%

FIGURA 2: Clasificación Categoría Lupo de Hojalata



clasificación en la

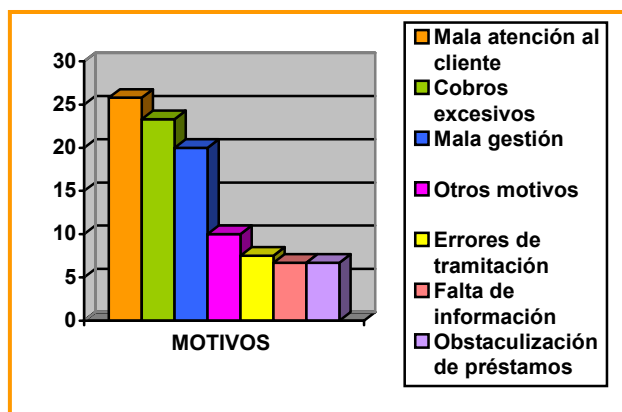
GRÁFICA 7: Podium Categoría Hojalata

No obstante, la diferencia que separa al vencedor de la entidad ocupante de la segunda posición, el **Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.** (10.2% de su categoría y 4.9% del total), es significativamente mayor al 9.3% que separaba dichas posiciones en la categoría Oro, es decir, que la

categoría Hojalata estuvo menos reñida.

La tercera posición la ocupa el **Banco Santander Central Hispano, S.A.** cerrando con su 7.9% de las votaciones de su categoría y un 3.8% de las totales, el mismo podium en lo que a la categoría Hojalata se refiere, que en la primera edición de estos premios, solo que alternando la segunda y tercera posición.

Del mismo modo, al analizar los motivos que los participantes aportan para justificar sus votos en la categoría **Lupo de Hojalata** se observa que, al igual que ocurría en la categoría Oro, la Atención al cliente ocupa la primera posición, aunque, como es obvio, con



GRÁFICA 8: Motivos Lupo de Hojalata

una formulación negativa, es decir, el motivo mencionado con mayor frecuencia (25.8%) es la Deficiente atención recibida de los empleados de las distintas entidades.

La segunda plaza la ocupan, con un porcentaje muy cercano a la primera posición (23.3%), los excesivos cobros, principalmente en lo que a las comisiones por servicios y a los intereses se refiere. La Mala Gestión (20%) es el tercer motivo más nombrado, cerrando así, como ocurriera con las tres entidades más votadas en esta categoría, el mismo triángulo que encabezó las motivaciones de los internautas que participaron en la pasada edición de los premios.

Tanto los motivos mencionados como el resto de los mismos aparecen representados en la GRÁFICA 8.

A la vista de los datos analizados, se confirma que las pretensiones de esta Segunda Edición de los Premios Lupo a la Calidad Bancaria, se han visto satisfechas, ya que se entendía que, al emitir el usuario, libremente y por Internet su voto, éste indicaría fielmente sus razones para nominar, en cada una de las categorías, a la Entidad correspondiente, y así ha ocurrido.

Queremos agradecer la generosa participación de los internautas que emitieron sus votos a través del portal <http://www.quenotetanguen.com>, pues han aportado una gran cantidad de información sobre sus valoraciones, las de los usuarios, pieza fundamental del engranaje financiero.

Asimismo, queremos agradecer el continuo aliento y apoyo de los usuarios del portal <http://www.quenotetanguen.com>, por el progresivo aumento de las consultas que nos realizan y la utilización de nuestros servicios gratuitos, así como de los Patrocinadores de los Premios, ya que su confianza en esta experiencia nos anima a pensar en realizar una Tercera Edición en 2006 con el objetivo de ayudar a que las Entidades Financieras, siempre que quieran escuchar la voz de sus usuarios, conozcan sus defectos y se esmeren por prestar una Calidad Bancaria acorde con las necesidades de sus usuarios y con la que, se les presupone, pueden dar.

