

Nuevos estudios sobre el cobro de los productos y servicios bancarios.

La ABM cumple el ofrecimiento de realizar estudios independientes sobre el costo de los servicios bancarios.

- A finales de 2006 se solicitaron los servicios de dos empresas de gran prestigio internacional.
- Capgemini es la consultora que realiza desde 2003 el famoso “World Retail Banking Report”. La difusión de estos informes despertaron inmediatamente el interés por extender esta metodología al caso mexicano. Esta empresa realizó el estudio comparativo de nuestras canastas de servicios a nivel global.
- Deloitte, la firma de servicios profesionales más grande de México y con una amplia experiencia en el sector financiero, ha recopilado y analizado la información de un grupo representativo de bancos y productos para evaluar la tendencia de sus precios en los últimos años.

Ambos estudios constatan que el nivel de competencia en la banca mexicana se ha intensificado y que los resultados esperados de la mayor competencia se están presentando.

- Hay una mayor oferta de productos y servicios, con más atributos. Se ofrecen cada vez a menores precios y, simultáneamente, aumenta la actividad (en saldos promedio y número de contratos)
- Avalan que el aumento de los ingresos por comisiones en la banca se explican por una mayor actividad (bancarización) y no por el aumento de las comisiones.



Es importante complementar esta nueva evidencia con más investigación para alcanzar un mejor entendimiento sobre el sistema bancario del país, así como de los hábitos y patrones de consumo de la población.

- Con estos esfuerzos se da un paso importante en el entendimiento de la oferta y demanda de los productos y servicios bancarios en México.
- Con las mejores prácticas y metodologías disponibles a nivel global contamos con información uniforme, sistemática y congruente para hacer análisis tanto en comparación internacional como su evolución en el tiempo.

La ABM se encuentra permanentemente dispuesta a cooperar con autoridades, legisladores, académicos y demás interesados para seguir avanzando en el entendimiento de estos temas.

- Como un primer compromiso, -y cuya importancia quedó evidenciada en los estudios-, la ABM redoblará sus esfuerzos para que junto con autoridades y Congreso se fortalezca la transparencia, información y comparabilidad de los productos y servicios que ofrece la banca, lo que intensificará aún más el ambiente de competencia en beneficios de sus clientes y usuarios.