

Cinco instituciones captan 75.3% de los recursos del sistema

Persiste alta concentración en el mercado financiero

México • Oscar Granados

La concentración en el sector financiero continúa siendo elevada en el mercado doméstico, a pesar de que en los últimos años se ha integrado a esta actividad un número importante de instituciones en el rubro bancario,

sector asegurador y afianzador.

De acuerdo con el cuarto Informe de gobierno, las cinco instituciones bancarias más grandes en términos de activos (BBVA-Bancomer, Banamex, Santander, Banorte y HSBC) concentraron 75.3 por ciento de los recursos del sistema.

En 2009, destacó el Informe, la

concentración llegaba a 77.5 por ciento, lo cual implicó una reducción de 2.2 puntos porcentuales en los últimos doce meses.

"Al cierre de junio de 2010 se encontraban en operación un total de 41 instituciones de banca múltiple, es decir, sólo un banco menos que los registrados en junio de 2009",

agregó el Informe entregado al Congreso de la Unión.

En el sector asegurador se integraron 98 entidades al cierre de junio de 2010; las cinco empresas más grandes (Metlife México, Grupo Nacional Provincial, Axa Seguros, Seguros BBVA Bancomer y Seguros Monterrey) concentran 47.1 por ciento del mercado, en términos de prima directa; cifra menor en 6.6 puntos porcentuales a lo observado en igual mes del año anterior.

Para el cierre del sexto mes de este año, el sector afianzador contaba con 14 entidades en operación, de las cuales cinco (Fianzas Monterrey, Afianzadora Aserta, Afianzadora Sofimex, Fianzas Guardiania Inbursa

y Afianzadora Insurgentes) absorbían 76.7 por ciento del mercado, en términos de prima directa, lo cual resulta 1.8 puntos porcentuales más respecto al mismo periodo de 2009.

Según el gobierno federal es necesario democratizar el sistema financiero sin poner en riesgo su solvencia, fortaleciendo el papel del sector como detonador del crecimiento, la equidad y el desarrollo de la economía nacional.

Para ello, se promueve la competencia en el sector financiero a través de la entrada de nuevos participantes, la promoción de una mayor diversidad de productos, vehículos y servicios. ■ M