



Un duopolio de película

La compra de Cinemark por parte de Cinemex pone al descubierto la debilidad de la Comisión Federal de Competencia Económica.

Por Andrew Paxman

Recuerdo bien la algarabía cuando Cinemark de México abrió su primer cine capitalino en 1995, en el Centro Nacional de las Artes. Hubo una gran fiesta, con invitados del mundo de los negocios y estrellas del cine mexicano. El edificio donde se ubicó el complejo hacía alarde de su diseño impresionantemente vanguardista. El complejo tenía 10 salas lujosas para elegir, equipadas con butacas inusualmente cómodas y con lo último en equipos de sonido digital.

La segunda parte de la década de los 90 fue una época emocionante para cinéfilos. El cine nacional estaba en un periodo de estancamiento, pero el sector de las salas de exhibición se encontraba en pleno ascenso. Cinemark ingresó como el bebé del Tratado de Libre Comercio (TLCAN). Respaldado por una corporación con sede en Texas, inauguró salas de cines desde Tijuana hasta Tuxtla.

Su rival en el concepto multiplex era Cinemex, creado por dos mexicanos y un estadounidense egresados de la maestría de administración de negocios de Harvard. El gigante nacional, Organización Ramírez, respondió rápidamente: modernizó sus viejas salas y construyó otras nuevas bajo el nombre de Cinépolis. Cada empresa motivaba a su competencia a ofrecer mejores y mayores servicios.

Ahora la recién constituida Comisión Federal de Competencia Económica (CFCE), que sustituyó a la CFC, ha dado el visto bueno para la fusión de Cinemex y Cinemark. Al revertir la negativa del organismo anterior, la CFCE concluyó que Cinemark, con apenas un 8% de participación de mercado, es muy pequeña para competir eficazmente, y que al fusionarse con Cinemex (32%) ofrecería una competencia más sólida contra Cinépolis (con casi un 60% de participación).

Esta decisión es un error y una decepción. Primero, ignora cómo la competencia entre las salas exhibidoras es, en gran medida, una rivalidad local. La participación de mercado de Cinemark es mayor en la

Ciudad de México, con 10 complejos. Lo mismo sucede en la mayoría de las 17 ciudades donde tiene presencia, con una fuerza especial en Hermosillo, Tijuana y Querétaro.

La decisión ignora también los sobrados recursos de Cinemark: su empresa matriz es el segundo exhibidor más grande del mundo. Aun así, en los últimos años ha construido pocas salas nuevas y algunas de las existentes están un tanto descuidadas, con escaleras mecánicas que no funcionan y calles alledañas a sus complejos llenas de baches.

La fusión es una mala noticia para los consumidores. En distintas áreas, Cinemark y Cinemex construyeron complejos uno cerca del otro. México tiene un exceso de salas de cine. Es casi seguro que una empresa fusionada cerrará. Las consecuencias inevitables serán los precios más altos de las entradas, productos y del acceso al estacionamiento.

Cuando nació la CFCE el gobierno anunció que tendría más herramientas para actuar que las que tenía la CFC. No obstante, está demostrando ser una institución más débil.

Tampoco se hace nada por frenar la concentración de la riqueza en el país. Desde 2009, Cinemex ha pertenecido al magnate minero Germán Larrea, dueño de Grupo México, quien, de acuerdo con registros públicos, ha logrado acumular una fortuna de más de 16 billones de dólares.

Es posible que la CFCE esté reservando su artillería para una pelea individual contra Larrea. Después de todo, en años recientes, el sector minero también ha sido testigo de una concentración de la propiedad. Pero la CFCE debería sentirse con el suficiente poder como para enfrentar a distintas prácticas monopólicas a la vez, desde distintos frentes. De lo contrario, el remplazo de la CFC habrá demostrado ser una reforma apenas cosmética. ■

La falta de competencia provocará el alza de precios en las entradas y productos.

El autor es doctor en Historia por la Universidad de Texas, autor del libro *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. Actualmente, elabora una biografía del empresario Carlos Slim.

Comentarios: opinion@expansion.com.mx