



La venta y reventa de boletos de espectáculos en México

Lorena Vázquez Correa¹

Resumen

El documento analiza la venta de boletos de espectáculos, la reventa legal en línea y las nuevas plataformas que han surgido como competencia a los proveedores predominantes que operan en México. También se describe el marco normativo actual que regula la venta de boletos y la iniciativa legislativa que se presentó en el Congreso de la Unión en agosto de 2022 en esta materia. Por último, se abordan las legislaciones que se han producido en otros países en respuesta a las consecuencias de la monopolización del mercado de venta de boletos en línea.

Puntos principales

- En 2015 la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) comenzó una investigación sobre varias plataformas del sector del entretenimiento pertenecientes al Grupo CIE (Corporativo Interamericano de Espectáculos), al considerar que existían indicios de prácticas monopólicas en la industria del espectáculo y la venta de boletos.
- Para combatir la reventa ilegal y abrir el mercado del balotaje, las nuevas tecnologías han permitido la aparición de plataformas como Bolettos, Stubhub o Ticketbis, las cuales entraron a competir en los últimos años dentro de la industria del entretenimiento.
- Son reiteradas las quejas de las personas consumidoras hacia las plataformas de venta y reventa legal de boletos a través de internet y se concentran en la facilidad con la que los boletos llegan al mercado secundario al poco tiempo de salir a la venta en los canales primarios, ya que esto permite a los revendedores de boletos encarecer los costos de manera discrecional.
- En la Cámara de Diputados hay una iniciativa legislativa que propone establecer medidas contra el abuso por parte de empresas que comercializan boletos a través de medios electrónicos y digitales.

¹ Investigadora adscrita a la Dirección General de Análisis Legislativo del Instituto Belisario Domínguez del Senado de la República. Contacto: lorena.vazquez@senado.gob.mx

Introducción

El 10 de julio de 2022 la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) publicó en su cuenta oficial de Twitter una convocatoria para que las personas afectadas por la cancelación de eventos o negativas de reembolso, por parte de Ticketmaster, se sumaran a una la Acción Colectiva en contra de dicha empresa. La publicación de la convocatoria puso de manifiesto las pocas herramientas con las que cuentan las instituciones para defender los derechos de las personas consumidoras frente a los abusos de algunas empresas (Profeco 2022).

A ello se suman un conjunto de irregularidades como el acceso de algunas personas a grandes cantidades de boletos para reventa. Un caso notorio mediáticamente fue el de una *influencer* que mostró fotografías de 108 boletos para un festival musical con gran afluencia de asistentes. En su mensaje indicó que no se trataba de una reventa y que el festival le había proporcionado los boletos (Ochoa, 2022). Sin dar explicaciones sobre cómo fue posible el acceso a tal cantidad de boletos para una sola persona, la empresa se deslindó de cualquier relación con la *influencer* y la demandó penalmente por reventa ilegal de boletos (Ochoa, 2022).

La situación llamó la atención mediática, entre otras razones, porque durante la venta de boletos del mismo evento cientos de personas usuarias se quejaron a través de redes sociodigitales por la larga fila virtual que había en Ticketmaster para adquirir boletos para el festival (más de 40 mil personas), y a las dos horas posteriores al inicio de la preventa ya había mensajes sobre la imposibilidad de completar la compra porque los boletos estaban agotados, por lo que muchos interesados no lograron adquirir sus entradas (Montiel 2022).

Las quejas de los consumidores recayeron sobre la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), la cual había solicitado en 2017 un informe a Ticketmaster sobre cómo funciona su sistema de venta de boletos online, tratando así de averiguar por qué en tan poco tiempo su plataforma se queda sin boletos y, al mismo tiempo, aumenta el número de entradas disponibles en el mercado secundario (Arena Pública, 2017). Pese a ello, la situación continúa siendo habitual y sigue sin haber una respuesta institucional clara sobre el tema.

Además, las personas consumidoras han denunciado otras prácticas de Ticketmaster como las preventas exclusivas condicionadas al uso de una tarjeta bancaria determinada, el aumento de precios durante la venta de los espectáculos, cancelaciones de los boletos comprados por no imprimirlos antes de las fechas impuestas por la empresa, las comisiones por pago de servicios que en suma pueden rondar entre 20 y 25% y cargos no reembolsables por cancelación (Ochoa, 2022). Incluso en Estados Unidos de América la empresa referida implementó “precios dinámicos” lo que implica que los precios aumentan o disminuyen de acuerdo con la demanda de boletos, y esto ha derivado en precios exorbitantes (Stolworthy, 2022).

En México, el 17 de diciembre de 2015, la Comisión Federal de Competencia Económica (COFEC) comenzó una investigación sobre varias plataformas del sector del entretenimiento, especialmente, en relación con varios agentes económicos pertenecientes al Grupo CIE (Corporativo Interamericano de Espectáculos, la empresa del ramo de espectáculos más grande de América Latina), al considerar que existían indicios de que se estaban llevando a cabo prácticas monopólicas en lo relativo a la industria del

espectáculo y la venta de boletos. No obstante, la investigación no concluyó con un dictamen final. Con todo, en 2018 los agentes económicos investigados se comprometieron a suspender, suprimir o corregir la práctica llevada a cabo para restaurar la libre competencia económica en el sector en el que se operan (Cofece 2018).

En el marco de estas consideraciones, este documento analiza la venta de boletos de espectáculos, la reventa legal en línea y las nuevas plataformas que han surgido como competencia a los proveedores predominantes que operan en México. También se describe el marco legal actual que regula la venta de boletos y la iniciativa legislativa en materia de venta de boletos que se presentó en el Congreso de la Unión. Por último, se compara la legislación que se ha producido en otros países para tratar de dar respuesta al problema que suscita la monopolización del mercado de venta de boletos en línea.

I. Situación en México

Según el reporte *Entertainment and Media Outlook México 2016-2020*,² en 2016 la industria del entretenimiento y medios en México generó 22.8 mil millones de dólares, lo que equivale a un incremento del 5.1% en la Tasa de Crecimiento Anual Compuesto (TCAC)³, consolidándose como el segundo mercado más grande de América Latina *business to business* por detrás de Brasil, y demostrando que se trata de un mercado en continuo crecimiento (PricewaterhouseCoopers, 2017).

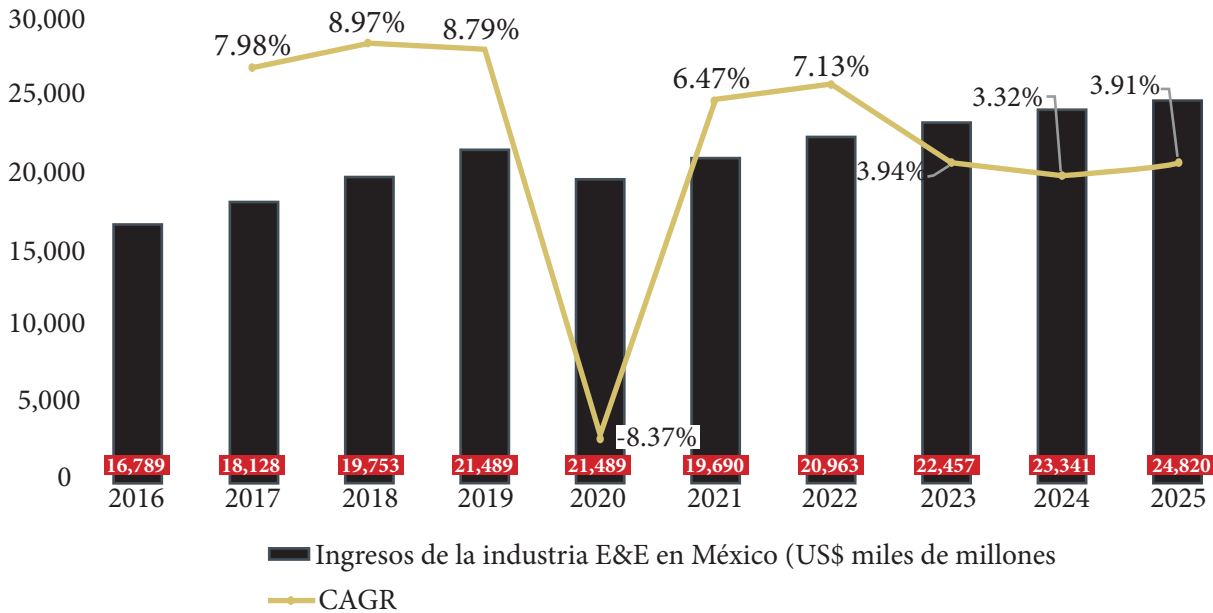
Para 2021, de acuerdo con el *Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025*, la industria de Entretenimiento y Medios a nivel global sufrió cambios significativos por motivo de la pandemia Covid-19, pero se preparaba para una recuperación acelerada. La caída de 80% en los ingresos de los cines, de 31.48% en publicidad exterior y de 77.90% de los eventos de música en vivo son ejemplos de cómo en 2020 la pandemia Covid-19 impactó en la oferta de ciertos productos y servicios de la industria. Sin embargo, el reporte proyectó un crecimiento de 6.47% para 2021 y 7.13% para 2022, lo que equivale a ingresos por más de 22 mil millones de dólares para el año en curso (mdd) (Gráfica 1).

En 2017 la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE) —corporativo empresarial dedicado al entretenimiento con gran presencia en América Latina, Europa y Estados Unidos—, el cual opera a través de plataformas como OCESA y Ticketmaster/E-ticket facturó 7,568.9 millones en la línea comercial del entretenimiento, 17.7% más respecto al año anterior (6,428.2 millones en 2016) y vendió más de cuatro millones de boletos a través de sus principales compañías (CIE, 2017, p.123). Sólo en el primer trimestre de 2018 ya habían reportado 2,341 millones de pesos, colocándose como la segunda empresa de espectáculos más importante del mundo, muy por delante de su principal competidor en el país, Zignia Live (Gutiérrez, 2018a). Así, el grupo CEI se erigió como uno de los principales corporativos en la industria del entretenimiento en México.

² El informe *Entertainment and Media Outlook México 2016-2020* de la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) analiza el sector del entretenimiento y su evolución para los próximos años tomando como referencia 12 categorías entre las que destacan: la televisión, el cine, la música y la publicación de libros.

³ Término utilizado para cotejar las tasas de crecimiento de dos inversiones durante un periodo determinado de tiempo mediante la comparación de medidas como el ingreso, el nivel de producción, el número de usuarios registrados, etcétera.

Gráfica 1. Industria de Entretenimiento y Medios en México con un crecimiento acelerado



Fuente: tomada de Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025 de PwC, Omdia, World Association of Newspapers and News Publishers, European Audio Visual Observatory.
 Nota de la fuente: 2020 incluye los últimos datos disponibles. Los valores de 2021-2025 son proyecciones.

En 2022, después del efecto de la pandemia, Fitch Ratings subió la calificación nacional de largo plazo de la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), S.A. de C.V. El alza de la calificación refleja la expectativa de una normalización de las operaciones más pronta de lo anticipado debido a la posición de liquidez fuerte y estructura de capital sólida de la compañía. Tras la venta de 11% del segmento de entretenimiento (OCESA) y 51% del segmento de eventos especiales privados, la escala de negocios e ingresos consolidados de CIE disminuyó, pero CIE mantiene 49% de participación en OCESA y continuará organizando eventos especiales para el sector público, como la Fórmula 1 en México, al menos hasta 2023 (Fitch Ratings, 2022).

II.1 Investigaciones de COFECE sobre prácticas de monopolio

El 17 de diciembre de 2015, la COFECE —órgano autónomo que tiene por objeto garantizar la libre competencia y competencia económica—, comenzó una investigación sobre varias plataformas del sector del entretenimiento, especialmente, en relación con algunos agentes económicos pertenecientes al Grupo CIE. La investigación descubrió que varias de estas plataformas habían firmado contratos de exclusividad en los que incluían cláusulas que desplazaban, dificultaban o impedían el acceso al mercado de otros participantes, a la vez que establecían ventajas exclusivas en favor del Grupo CIE en lo relativo al servicio de boletaje (La Voz de Michoacán, 2018).

Sin embargo, la investigación no concluyó con un dictamen final. Estas plataformas ni siquiera fueron sancionadas porque el artículo 100 de la Ley Federal de Competencia Económica abre la posibilidad de acogerse al beneficio de dispensa antes de que se emita el dictamen final de la investigación llevada a cabo por la COFECE, siempre y cuando los agentes económicos investigados se comprometan a suspender, suprimir o corregir la práctica llevada a cabo, para así restaurar la libre competencia económica en el sector en el que se operan.⁴

De este modo, las principales empresas relacionadas con la industria del entretenimiento se anticiparon al cese de la investigación (COFECE, 2018) y establecieron un plan de compromisos en el que se acordaron al menos dos aspectos principales:⁵

1. La supresión de las cláusulas de exclusividad de los contratos vigentes firmados por parte del CIE con otras empresas. Además, el Grupo CIE se abstendría de incluir dichas cláusulas en los contratos venideros durante los próximos 10 años, de modo que tendría que participar y competir frente a otras plataformas la prestación de servicios de boletaje.
2. La prohibición de acumulación de derechos sobre inmuebles de terceras partes con una capacidad superior a los 15 mil espectadores dentro de la Ciudad de México durante los próximos cinco años.

El Pleno de la COFECE aceptó los compromisos presentados por las empresas y emitió un comunicado el 24 de octubre de 2018 explicando las causas del proceso y los compromisos acordados por las partes, dando por concluida la investigación. Además, para verificar su desempeño, exigió el cumplimiento de varias medidas como, por ejemplo, la publicación oficial por parte de estas plataformas de la renuncia a contraer contratos futuros con cláusulas de exclusividad. En caso de incumplimiento, estos agentes serían sancionados con multas que podrían alcanzar hasta el 8% de sus ingresos (COFECE, 2018).

Asimismo, la entonces presidenta de la COFECE, Alejandra Palacios, señalaba en entrevista para *El Economista* que, si alguna empresa pretende ofrecer sus servicios a un recinto que no sea propiedad de CIE y su ofrecimiento le es denegado por existir un acuerdo de exclusividad con Ticketmaster, puede denunciarlo ante la COFECE, la cual responderá con las pertinentes sanciones, aunque la empresa “también tendrá que competir con Ticketmaster” en el mercado de venta de boletos (Gutiérrez, 2018c).

Pese a que las medidas adoptadas por la COFECE pretendían facilitar la elección del servicio por parte de operadores y organizadores de eventos, estos acuerdos suscitaban dudas entre el resto de los proveedores, puesto que los compromisos presentados por las plataformas no parecían suponer una solución real a la apertura del mercado y la entrada de nuevos competidores (Coto, 2018). Entre las principales razones se pueden mencionar, por un lado, que dichas empresas no están obligadas a permitir la venta de boletos por parte de terceros dentro de sus inmuebles. En el caso del Grupo CIE, la empresa es propietaria

⁴ Más adelante en el texto se aborda el marco legal sobre prácticas monopólicas en México.

⁵ Los compromisos fueron presentados de manera conjunta por las plataformas que fueron objeto de la investigación: Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), OCESA Entretenimiento (OCESA), Venta de Boletos por Computadora (VBC), ETK Boletos (ETK), Operadora de Centros de Espectáculos (Operadora) e Inmobiliaria de Centros de Espectáculos (ICESA).

de alguno de los inmuebles con mayor capacidad en la Ciudad de México.⁶ Por otro lado, a pesar de que el dictamen señala que no puedan operar en inmuebles con capacidad para más de 15 mil personas, no se les prohíbe la construcción de nuevos inmuebles propios para la celebración de eventos y lugares de entretenimiento.

II.2 Reventa legal de boletos

Otro asunto a discusión es el de la reventa legal e ilegal de boletos. El fraude y la falsificación de boletos, así como la reventa callejera de los mismos, son parte del mercado informal. Incluso la reventa callejera es considerada una falta administrativa y puede dar lugar a multas o arrestos temporales. Por ejemplo, la Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México (2019) en el artículo 28 señala que la venta de boletos de espectáculos públicos con precios superiores a los autorizados se considera una infracción contra la seguridad ciudadana que puede dar lugar a multas que van desde 11 hasta 40 Unidades de Medida, arresto de 13 a 36 horas o trabajo comunitario de 6 hasta 18 horas.

Para combatir la reventa ilegal y abrir el mercado del balotaje, las nuevas tecnologías han permitido la aparición de plataformas como Boletos, Stubhub o Ticketbis, que han entrado a competir en los últimos años dentro de la industria del entretenimiento, funcionando como intermediarios para proveer a las personas consumidoras de una venta segura y fiable, convirtiéndose, así, en una reventa legal de boletos a gran escala.

Concretamente, las compañías Stubhub y Ticketbis —ambas propiedades de eBay—, han logrado en los últimos años encontrar un lugar en la industria del entretenimiento a través de la reventa legal de boletos, gracias a que un alto porcentaje de las entradas para espectáculos y eventos deportivos —desde Stubhub hablan de hasta 40% de los boletos (Gutiérrez, 2017)— terminan vendiéndose en el mercado secundario.

En el caso de Stubhub, ésta cobra una comisión de 10% a la persona vendedora, mientras que aplica una comisión de 15% con costo sobre la transacción final al comprador. Por su parte, Ticketbis es una plataforma española de reventa legal de boletos por internet que entró a competir frente a OCESA y Ticketmaster a partir de 2011. Ticketbis permite la venta legal y segura de boletos en el mercado secundario cobrando una comisión de 25% por cada transacción, la cual recae en el comprador del boleto. Además, para evitar la venta de boletos falsificados no se le deposita el dinero al vendedor (a) hasta que la persona compradora haya entrado al evento (Villafranco, 2016).

Ahora bien, la aparición de estas plataformas que operan dentro del mercado secundario trae consigo ciertos problemas que afectan a las personas consumidoras y que están ligadas, a su vez, con el funcionamiento del mercado primario. Uno de los problemas más sonados es el colapso habitual que sufre la página de Ticketmaster cuando se trata de la venta de boletería de grandes eventos. Hay incidentes

⁶ Algunos recintos operados por OCESA de manera directa o a través de subsidiarias en Ciudad de México son: Foro Sol, Palacio de los Deportes, Autódromo “Hermanos Rodríguez”, Auditorio Plaza Condesa, Teatro Metropolitano, Teatro Telcel, Teatro de los Insurgentes, Teatro Libanés, Auditorio Citibanamex (Nuevo León), Arena VFG (Jalisco), Arena Acrópolis (Puebla), Coliseo de Mérida (Yucatán) y Estadio 3 de marzo (Jalisco).

documentados desde hace años. Por ejemplo, en diciembre de 2018 durante la compra de boletos para el partido de vuelta de la final entre el Cruz Azul Fútbol Club y el Club América, los boletos fueron vendidos en su totalidad en cuestión de minutos del sistema de Ticketmaster —la única plataforma para conseguir boletos para este evento— y aparecieron de inmediato en la página de StubHub, donde el precio en la reventa por boleto se había disparado, oscilando entre los 2,500 y los 20 mil pesos (La Opinión, 2018).

Por estas razones, las quejas de las personas consumidoras hacia estas nuevas plataformas de reventa legal a través de internet se concentran en la facilidad con la que los boletos llegan al mercado secundario tras salir a la venta en los canales primarios, ya que esto permite a los revendedores de boletos hacer negocio de manera legal a costa del comprador (a). A pesar de que plataformas como Ticketbis aseguran estar pensadas para combatir la reventa ilegal, no se cuenta con datos confiables para saber cuál es la cantidad de revendedores que utilizan estas aplicaciones para “legalizar” sus actos y lucrar con la plataforma (Villafranco, 2016).

II. Marco normativo

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala que “quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes”, y señala en qué casos concretos no se trata de un monopolio. Por ejemplo, las asociaciones de trabajadores (CPEUM, art. 28).

En lo relativo al monopolio de la venta y reventa de boletos en México y a los derechos por parte de los consumidores hay dos leyes principales, de ámbito nacional, que conciernen el tema en cuestión: la Ley Federal de Competencia Económica y la Ley Federal de Protección al Consumidor. La primera define en el artículo 54 las prácticas monopólicas como cualquier acto, contrato, convenio, procedimiento o combinación llevados a cabo por uno o más agentes económicos que tengan un poder sustancial dentro del mercado en el que se realiza la práctica, desplazando indebidamente a otros competidores e impidiéndoles su acceso al mismo, de modo que establezca ventajas exclusivas en favor de uno o varios de estos agentes.

La Ley Federal de Competencia Económica fue expedida el 23 de mayo de 2014. Dicha Ley es reglamentaria del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y como indica en su artículo segundo “tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre competencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios [...]”. La norma en comento no hace una referencia explícita al sistema de venta/reventa de boletería, pero sí define en qué casos una o varias asociaciones o sociedades cooperativas están dando lugar a ciertas prácticas monopólicas (Libro Segundo “De las conductas anticompetitivas”, artículos del 52 al 56).

Además, el artículo 12 establece que será la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) el órgano encargado de combatir la existencia de monopolios, prácticas monopólicas concentraciones y demás restricciones al funcionamiento de los mercados. Sin embargo, la existencia del beneficio de dispensa por parte del agente económico sujeto a la investigación establecida en el artículo 100, ha contribuido a que las principales plataformas de venta los boletos en México queden exentas de cualquier tipo de sanción o multa por causa de prácticas monopólicas.

Por su parte, la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que “el objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores” (artículo 1), y hace hincapié en que la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) debe hacer respetar los precios máximos establecidos por la Ley Federal de Competencia Económica (artículo 8). No obstante, la normativa no alude a cuestiones como la variación del precio por parte de los intermediarios a través de plataformas de reventa legal de boletos.

El Código Penal Federal es claro en cuanto a la falsificación de boletos, ya que en el artículo 242 establece que “se impondrán prisión de tres meses a tres años y multa de veinte mil pesos: al que falsifique llaves, el sello de un particular [...] o un boleto o ficha de un espectáculo público”. Sin embargo, tampoco aborda el tema de la reventa ilegal de boletos.

En la legislación de las entidades federativas se encuentran algunos ejemplos ambiguos sobre la regulación de la reventa de boletos. Por ejemplo, la Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México (2019) sanciona con multas que van desde 11 hasta 40 Unidades de Medida, arresto de 13 a 36 horas o trabajo comunitario de 6 hasta 18 horas a quien venda boletos de espectáculos públicos con precios superiores a los autorizados. No obstante, las posibles sanciones no evitan que la reventa en eventos cuyos boletos tienen mucha demanda alcancen precios excesivos que perjudican a las personas consumidoras.

El Código Municipal de Aguascalientes es más conciso respecto a la problemática porque tipifica en su artículo 1561 la reventa y el sobreprecio del costo autorizado al boletaje como una “infracción grave” y establece distintas acciones tanto para personas como para empresas que participen en la reventa de boletos. Para ello señala que los particulares recibirán “la sanción de seis a treinta veces de salario mínimo por realizar reventa de boletos de espectáculos” (artículo 1589.II), y establece “la sanción de veinte a setecientas cincuenta veces de salario mínimo a las empresas que operen en lugares al público o espectáculos que propicien la reventa” (artículo 1589.IV). En Guadalajara, Jalisco el Reglamento para Espectáculos impone tanto al infractor como a la empresa responsables de la reventa “multas según la gravedad del hecho, además de la recogida y cancelación de los boletos que se encuentren vendiéndose fuera de los locales no autorizados” (artículo 63).

III. Iniciativas legislativas en materia de venta de boletos

Las iniciativas legislativas que abordan el tema de la venta de boletos son principalmente de dos ámbitos: espectáculos y vuelos comerciales (SIL, 2022). Sobre la venta y reventa legal de boletos de espectáculos el diputado Leobardo Alcántara Martínez, del grupo parlamentario del PT, propuso modificar la Ley Federal de Protección al Consumidor para establecer medidas contra el abuso por parte de empresas que comercializan boletos a través de medios electrónicos y digitales. Entre otras disposiciones, la iniciativa propone que las empresas o proveedores que comercializan boletos para espectáculos deberán cumplir con los siguientes requerimientos (SIL, 2022):

- a. Abstenerse de instrumentar promociones o condiciones que limiten el derecho de los consumidores a acceder de forma igualitaria a la compra de boletos.
- b. Establecer protocolos para prevenir el acaparamiento y reventa de boletos.

- c. Los cargos por servicio, impresión u otras comisiones deben ser desglosados de manera clara y estos no podrán ser mayores al 5% del costo del boleto.
- d. Instrumentar políticas de reembolso prontas y expeditas que no excedan un lapso de 30 días naturales. En el caso de la cancelación o cambio de fecha de un evento por causas imputables al proveedor, por desastres naturales o de otra índole el reembolso del boleto debe realizarse de manera íntegra incluyendo las comisiones que hayan sido cobradas.
- e. Una vez que haya sido realizado el cobro de un boleto el proveedor o la empresa no podrán establecer plazos para la entrega o expedición de los boletos.

La iniciativa permanece pendiente de dictaminación en la comisión de Economía, Comercio y Competitividad de la Cámara de Diputados (corte al 23 de septiembre de 2022) (Cuadro 1).

Cuadro 1. Iniciativa sobre protección a las personas consumidoras de boletos de espectáculos

Denominación del asunto	Fecha de presentación	Presentada por (partido político)	Turnado a	Estatus
Adiciona una fracción XIII Bis al artículo 24 y adiciona el artículo 76 Bis 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor	10 agosto 2022	Leobardo Alcántara Martínez (PT)	Economía, Comercio y Competitividad de la Cámara de Diputados	Pendiente en comisión de Cámara de origen

Fuente: SIL (2022).

IV. La venta y reventa de boletos a nivel internacional

La monopolización del mercado de venta y reventa de boletos para espectáculos y eventos no es exclusiva de México. En 2018 uno de los casos más sonados fue el cierre de Seatwave, plataforma de reventa legal propiedad de Ticketmaster que operaba en Europa. En un comunicado la empresa anunció el cierre de su plataforma tras las numerosas críticas y denuncias que se habían generado por el hecho de que la plataforma de venta de boletos contaba con un sistema de reventa que ofrecía estos mismos a precios. Al respecto la multinacional expresó: “hemos oído vuestras peticiones y os hemos escuchado: las webs de mercado secundario ya no os convencen y sabemos que estáis cansados de ver cómo otras personas compran entradas solo para venderlas y obtener un beneficio económico” (Ticketmaster, 2018).

La propuesta por parte de Ticketmaster fue el lanzamiento en 2019 de una nueva plataforma de reventa en la que los precios fuesen iguales o menores al precio que se pagó por ellos. De este modo, a diferencia del funcionamiento de plataformas como Stubhub o Ticketbis, se pretende que los revendedores ilegales no puedan lucrar con la plataforma al no poder fijar el costo del boleto por encima del precio de compra.

La operatividad de las empresas de reventa online dentro de los países de Europa —como Ticketbis o Seatwave— fue analizada en investigaciones académicas al actuar de manera legalmente dudosa, amparándose en el vacío legal existente en los países (Pacheco, 2016:81).⁷ Las críticas de los consumidores se han centrado en la inexistencia de garantías legales y en la libertad para el establecimiento de los precios respecto del original.

En España la reventa callejera o ambulante de boletos es ilegal, y al infractor, además de decomisarse los boletos, se le podrá imponer una multa que va desde 601 hasta 30 mil euros, al considerarse una infracción grave; aunque las respuestas según cada Comunidad Autónoma son distintas porque se trata de una competencia trasferida por el Estado (Real Decreto 2816, 1982, artículo 67.2). Sin embargo, existe un vacío legal en cuanto a la venta de boletos a través de internet (al igual que ocurre en México); y lo mismo ocurre en el caso de la reventa legal a través de plataformas en el mercado secundario.

En Francia y Bélgica la reventa especulativa de boletos con carácter lucrativo está prohibida, no sólo en la calle sino también a través de internet. En el caso francés, la reventa se encuentra tipificada como infracción penal y se castiga con multas elevadas (Navarro, 2018).

En Estados Unidos de América las plataformas de reventa legal que operan dentro del mercado secundario gozan de mayor comodidad gracias a que una gran parte de las entradas que salen a la venta no lo hacen directamente a través del mercado primario, sino que van directamente a revendedores autorizados por los propios promotores y organizadores de los eventos (Gutiérrez, 2018b). En este caso, la reventa de boletos vía online se ha convertido en una práctica habitual que opera dentro del mercado sin grandes oposiciones, tanto a nivel federal como estatal.

En América Latina la regulación en este ámbito también parece escasear. En Colombia, TicketShop —propiedad de Comercializadora de Franquicias S.A.— fue duramente criticada por dudosas actuaciones en la venta en línea de boletos para eventos futbolísticos y la posible desviación de boletos al mercado secundario (Archila, 2017). Por ello, se propusieron medidas por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) como el sorteo de los boletos con opción a compra entre los interesados al evento, la limitación del número de boletos que puede adquirir cada particular o, incluso, la impresión del nombre del comprador en el propio boleto.

Argentina ha tomado medidas más drásticas de carácter legal en cuanto a la reventa ilegal de entradas para recitales y eventos futbolísticos a través de cualquier medio. La Ley número 5174 que modifica el artículo 91 del Código Contraconvencional de la Ciudad de Buenos Aires sanciona con multas de 2 mil a 30 mil pesos, y diez días de arresto, a todo aquel que trate de lucrar con la reventa de entradas de carácter artístico o deportivo. Sin embargo, la legislación no trata el tema del uso de plataformas de reventa legal, sino que las sanciones caen sobre los particulares (Clarín, 2014).

⁷ Por ejemplo, el trabajo de Nieves Pacheco Jiménez, “La Web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad”, perteneciente al Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento) del Ministerio de Economía y Competitividad, otorgada al Grupo de investigación y Centro de investigación CESCO, Mantenimiento y consolidación de una estructura de investigación dedicada al Derecho de consumo, de la UCLM, ref. DER2014-56016-P.

Consideraciones finales

El texto documentó múltiples y reiteradas quejas de personas consumidoras de eventos de espectáculos en relación con los servicios de venta y reventa legal de boletaje, así como las medidas legales e institucionales aplicables en el tema en México, algunas entidades federativas y varios países de Europa, Estados Unidos de América y América Latina. Se argumentó que hay un vacío legal e institucional para la protección de los derechos de las personas consumidoras de eventos de espectáculos frente a los abusos de algunas empresas.

En la Cámara de Diputados hay iniciativas que buscan regular la venta de boletos de espectáculos y de aerolíneas con un enfoque de protección a los derechos de consumidores. En materia de boletos de espectáculos una iniciativa propone modificar la Ley Federal de Protección al Consumidor para establecer medidas contra el abuso por parte de empresas que comercializan boletos a través de medios electrónicos y digitales.

En perspectiva comparada con otros países el documento analizó la importancia de un marco legal adecuado a las circunstancias actuales, que abarque la regulación de la reventa legal de boletos para que las nuevas plataformas que operan en el mercado secundario no puedan lucrar a expensas de los derechos las personas consumidoras.

Referencias

- Archila, E. J. (2017, 23 de septiembre). ¿Cómo impedir la reventa de boletas? *Asuntos Legales*. Recuperado de: <https://bit.ly/3d3tTz5>.
- Arena Pública. (2017, 25 de agosto). ¿Ticketmaster es un monopolio? La autoridad parece no tener prisa en resolverlo. *Arena Pública*. Recuperado de: <https://bit.ly/2qxMg6u>.
- Clarín. (2014, 27 de noviembre). Habrá penas más duras para los que revendan entradas. *Clarín*. Recuperado de: <https://bit.ly/3BrzyIt>.
- Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE). (2017, 31 de diciembre). *Reporte Anual de cuentas*. Recuperado de: <https://bit.ly/3RtPGPb>.
- Coto, D. (2018, 25 de octubre). OCESA y CIE ya no podrán monopolizar el mercado de espectáculos en México. ¿Hay oportunidades de negocio en esto? *Negocios Inteligentes*. Recuperado de: <https://bit.ly/2W9j15L>.
- Fitch Ratings. (2022). Fitch Sube Calificación de CIE a ‘AA-(mex)’; Perspectiva Estable. Disponible en <https://bit.ly/3Rzo0c2>.
- Global Entertainment & Media Outlook (2021). Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025 de PwC, Omdia, World Association of Newspapers and News Publishers, European Audio Visual Observatory. Disponible en <https://pwc.to/3B2j5JB>.
- Gutiérrez, V. (2018a, 23 de mayo). Luis Miguel, el arma secreta de CIE. *El Economista*. Recuperado de: <https://bit.ly/3B1IK6i>.
- _____. (2018b, 26 de julio). Los fans ganan con la “reventa legal”. *El Economista*. <https://bit.ly/3Bmx799>.
- _____. (2018c, 29 de octubre). Cofece logró corregir falla en mercado de boletos: Alejandra Palacios. *El Economista*. Recuperado de: <https://bit.ly/2Jh7Fr0>.
- _____. (2017, 26 de febrero). Buscan parar reventa ilegal de boletos. *El Economista*. Recuperado de: <https://bit.ly/3DbDdM0>.
- Hernández, F. (2017, 15 de noviembre). La venta de boletos de espectáculos: Profeco, Cofece y diputados. *Arena Pública*. Recuperado de: <https://bit.ly/3AWVLga>.

- La Opinión. (2018, 11 de diciembre). Escándalo: reventa legal e ilegal en México acapara la final Cruz Azul - América. *La Opinión*. Recuperado de: <https://bit.ly/3RNA20R>.
- La Voz de Michoacán. (2018, 24 de octubre). Entrarán a regular venta de agendas dedicadas a boletos de espectáculos. *La Voz de Michoacán*. Recuperado de: <https://bit.ly/3B5dGRJ>.
- Montiel, Alejandra (2022). Corona Capital 2022 deja a cientos de usuarios molestos en la preventa, disponible en <https://bit.ly/3KYjEIO>.
- Navarro, F. (2018, 30 de octubre). Cultura apuesta por una legislación nacional contra la reventa de entradas. *El País*. Recuperado de: <https://bit.ly/3xdUb8z>.
- Pacheco, M. N. (2016). La web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 17, pp. 76-84.
- PricewaterhouseCoopers. (2017). Entertainment and Media Outlook México 2016-2020. Recuperado de: <https://pwc.to/2OQosWK>.
- Real Decreto 2816 por el que se aprueba el Reglamento de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas. Boletín Oficial del Estado, Madrid, España, 6 de noviembre de 1982. Recuperado de: <https://bit.ly/3eAY5IE>.
- Reglamento para Espectáculos del Municipio de Guadalajara. Gaceta Municipal, Guadalajara (Jalisco), Estados Unidos de México, 13 de febrero de 2003. Recuperado de: <https://bit.ly/3U7lSdc>.
- Ticketmaster. (2018, 13 de agosto). Cerramos las puertas de Seatwave. *Ticketmaster*. Recuperado de: <https://bit.ly/3eBdHWd>.
- Villafranco, G. (2016, 5 de abril). La empresa que promueve la reventa legal de boletos. *Forbes*. Recuperado de: <https://bit.ly/3RxpOSF>.
- SIL. (2022). Sistema de información legislativa. Iniciativas de la LXV Legislatura. Secretaría de Gobernación. Recuperado de: <https://bit.ly/3L1tOIT>.
- Stolworthy, J. (2022, 25 de julio). Ticketmaster responde a la polémica sobre los “precios dinámicos” para el concierto de Bruce Springsteen. Independent en Español. Recuperado de: <https://bit.ly/3d0PKHm>.

Documentos consultados

Código Municipal de Aguascalientes. Cuarta sección del Periódico Oficial del Estado, Aguascalientes, Estados Unidos Mexicanos, 12 de noviembre de 2007. Recuperado de: <https://bit.ly/2ymJh1S>.

Código Penal Federal. Diario Oficial de la Federación, Ciudad de México, Estados Unidos Mexicanos, 14 de agosto de 1931. Recuperado de: <https://bit.ly/2ODIhMc>.

Comisión Federal de Competencia Económica. (2018, 24 de octubre). *Versión pública de la resolución emitida por el Peno de la Comisión Federal de Competencia Económica dentro del expediente IO-005-2015*. Recuperado de: <https://bit.ly/2TOW0GN>.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación, Querétaro, Estados Unidos Mexicanos, 5 de febrero de 1917. Recuperado de: <https://bit.ly/3L1IUPp>.

Iniciativa con proyecto de decreto por el que, se adiciona una fracción XIII Bis. al artículo 24; y se adiciona el artículo 76 Bis. 2, ambas de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Presentada por el diputado Leobardo Alcántara Martínez. Sistema de Información Legislativa. 10 de agosto de 2022.

Ley de Cultura Cívica del Distrito Federal. Gaceta Oficial del Distrito Federal, Ciudad de México, Estados Unidos Mexicanos, 18 de diciembre de 2014. Recuperado de: <https://bit.ly/3eDnllx>.

Ley Federal de Competencia Económica. Diario Oficial de la Federación, Ciudad de México, Estados Unidos Mexicanos, 24 de enero de 2017. Recuperado de: <https://bit.ly/2GTAuX0>.

Ley Federal de Protección al Consumidor. Diario Oficial de la Federación, Ciudad de México, Estados Unidos Mexicanos, 26 de abril de 2018. Recuperado de: <https://bit.ly/2w4VUh3>. Iniciativa con proyecto de decreto por el que, se adiciona una fracción XIII Bis. al artículo 24; y se adiciona el artículo 76 Bis. 2, ambas de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Presentada por el diputado Leobardo Alcántara Martínez. Sistema de Información Legislativa. 10 de agosto de 2022.

Ley P 1.472. Código Contravencional de la Ciudad. Ciudad de Buenos Aires. Boletín Oficial, 28 de octubre de 2004. Recuperado de <https://bit.ly/3eyxiWY>.

MIRADA LEGISLATIVA 223

La venta y reventa de boletos de espectáculos en México

Autora: Lorena Vázquez Correa

Cómo citar este documento:

Vázquez Correa, L. (2022). La venta y reventa de boletos de espectáculos en México. *Mirada Legislativa* No. 223. Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República, Ciudad de México, 14p.

Mirada Legislativa, es un trabajo académico cuyo objetivo es apoyar el trabajo parlamentario.

Números anteriores de la serie:

<http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/>

Este análisis se encuentra disponible en la página de internet
del Instituto Belisario Domínguez:
<http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/1871>

Para informes sobre el presente documento, por favor comunicarse
a la Dirección General de Análisis Legislativo, al teléfono (55) 5722-4800 extensión 4831

INSTITUTO BELISARIO DOMÍNGUEZ, SENADO DE LA REPÚBLICA
Donceles 14, Colonia Centro, alcaldía Cuauhtémoc, 06020 México, Ciudad de México
Distribución gratuita. Impreso en México.



El Instituto Belisario Domínguez es un órgano especializado encargado de realizar investigaciones estratégicas sobre el desarrollo nacional, estudios derivados de la agenda legislativa y análisis de la coyuntura en campos correspondientes a los ámbitos de competencia del Senado con el fin de contribuir a la deliberación y la toma de decisiones legislativas, así como de apoyar el ejercicio de sus facultades de supervisión y control, de definición del proyecto nacional y de promoción de la cultura cívica y ciudadana.

El desarrollo de las funciones y actividades del Instituto se sujeta a los principios rectores de relevancia, objetividad, imparcialidad, oportunidad y eficiencia.