Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, con el objeto de regular las comisiones que cobran las empresas que venden boletos para espectáculos

Boletín N°11376-03

Fundamentos:

- EL negocio de las empresas que comercializan entradas para espectáculos artísticos, culturales o deportivos – también denominadas ticketeras -ha experimentado una explosión en los últimos años. Concretamente, se calcula que el negocio ha aumentado en un 400% desde que dicho sistema hizo arribo a nuestro país.

- De acuerdo a los propios agentes del mercado de los tickets, anualmente se vende una cifra cercana a los doce millones de boletos, lo que si bien sorprende, no debe extrañarnos del todo si se considera que un 90% de los boletos que se venden en nuestro país se gestionan a través de este sistema.

- En términos generales, el negocio de las “ticketeras” importa cobros por servicios que incluyen las plataformas web y la presencia concreta por medio de puntos de venta. Estos cargos constituyen un porcentaje del valor de la entrada, que al menos en nuestro país fluctúa entre el 5 al 18%. Este “cargo por servicio” no es fijo, y por el contrario, se define en base a una

negociación entre la productora y la empresa que gestiona la venta de boletos.

- A nivel mundial, existen países que al igual que nuestro país, tienen valores de “cargo por servicio” que varían y se determinan por medio de una negociación privada. Sin embargo, muchos otros como Australia, Inglaterra, España y Estados Unidos la comisión de le empresa ticketera no se determina en base a un porcentaje del valor del boleto. De hecho, muchas empresas que operan en dichos países, están presentes en nuestro mercado, pero con un sistema que a ratos parece abusivo e injustificado.

- Igualmente, los altos precios y en ocasiones el cobro del cargo integro cuando incluso el consumidor se acerca presencialmente a adquirir los boletos, permite cuestionar si en efecto se da cumplimiento al Principio de la justificación del cobro. De acuerdo a dicho principio, los cargos solo pueden tener su justificación en el fin previamente informado.

- En base a lo anterior, no puede cobrarse un precio que carezca de causa o justificación; como por ejemplo los cargos por envío, cuando estos se adquieren presencialmente. Más aun, podría señalarse que si se cobra un valor en exceso, respecto de dicho exceso no concurriría causa o justificación. En efecto, si el servicio es uno, no parece entendible que este varié en razón del valor del boleto. A título de ejemplo, con ocasión del último concierto del grupo de rock Rolling Stones, el boleto más barato canceló por concepto de “cargo por servicio” $5.850, mientras que el más caro debió agregar a su pago $75.000.

Por lo anterior, venimos en presentar el siguiente:

PROYECTO DE LEY

Artículo único.- Incorpórase al párrafo 4° del Título III de la ley 19.496, Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores**,** un artículo 43 bis del siguiente tenor:

“Artículo 43 bis.- Las empresas que comercialicen entradas, boletos o tickets para eventos artísticos, culturales o deportivos; no podrán realizar cobros por servicio que superen el 10% del valor de la respectiva entrada, boleto o ticket.

Igualmente, cualquiera sea el valor de la entrada, boleto o ticket, en caso alguno el cobro por servicio podrá superar una suma equivalente a media unidad de fomento.”.