

Nueva campaña para vigilar que los gastos de gestión por la compra online de entradas para espectáculos se ajustan a la normativa

Consumo recuerda que los gastos de gestión deben estar incluidos en el precio que se anuncia en el canal de venta, y debe ser una cantidad fija que no deberá variar en función del precio.

Madrid, 08 de agosto de 2024. El Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 –a través de la Dirección General de Consumo- ha difundido una nota informativa dirigida a usuarios, empresas y autoridades de consumo autonómicas en la que se recuerda cómo deben aplicarse los recargos que las empresas cobran a las personas consumidoras por la compra online de entradas para espectáculos como festivales de música o conciertos. En ella se explican los requisitos que deben cumplir para que estos recargos sean acordes con la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y, por lo tanto, se protejan los derechos de las personas consumidoras.

En concreto, los requisitos que deben cumplir los gastos de gestión y otros recargos adicionales cobrados en la compra de entradas por Internet son los siguientes:

- ✓ Deben cobrarse por servicios que reciben los consumidores. No se pueden cobrar al consumidor recargos por servicios que recibe exclusivamente la empresa promotora del evento. Para ello, es importante detallar de forma desglosada los gastos y gestiones que se cobran por cada una de las compras o servicios contratados.
- ✓ Deben incluirse de forma desglosada en el precio final que se muestra al consumidor. Deberán aparecer también los impuestos de cada servicio cada vez que se publicite el precio en el canal de venta. El consumidor no está obligado a pagar aquellos costes que no aparezcan en la información que se le facilite.
- ✓ Los costes adicionales por la compra de entradas y servicios para un evento deberán ser los mismos para todos los consumidores. No podrán variar dependiendo de su precio, ni podrán ser un porcentaje sobre el precio.
- ✓ Los costes adicionales no podrán ser superiores a los que se cobran cuando el consumidor adquiere las entradas de forma presencial, salvo que la diferencia sea por servicios adicionales ofrecidos al consumidor cuando compra online.
- ✓ En las entradas nominativas, está prohibido cobrar gastos adicionales por la corrección de erratas ortográficas o tipográficas en el nombre, cuando se haya contratado online.
- ✓ Está prohibido aplicar costes adicionales por acciones que recaen en el consumidor, como la impresión de la entrada, o su recepción y almacenaje en un dispositivo móvil.
- ✓ Los recargos por la recepción postal de la entrada no deben ser desproporcionados al valor de impresión y envío.

La nota informativa enviada se suma a la campaña nacional de vigilancia del mercado -activa hasta el 31 de diciembre de 2024- en la que participan cuatro Comunidades Autónomas (Islas Baleares, Castilla La Mancha, Región de Murcia y la Comunidad Valenciana), y cuya información centraliza la Dirección General de Consumo. Con ella se quiere verificar el cumplimiento de la normativa vigente por parte de los operadores de comercio electrónico y plataformas online dedicadas a la compra y venta de entradas para espectáculos y eventos musicales. Con este objetivo se realizarán –entre otras medidas- más de 30 controles de inspección para verificar si se están respetando los derechos de las personas consumidoras. En caso de detectar irregularidades, las autoridades de Consumo emprenderán las actuaciones necesarias, incluida su potestad sancionadora, para la corrección de cualquier práctica que suponga un incumplimiento de la normativa de consumo.

Fuente de información: [Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030](#)