

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO QUE ADICIONA EL ARTÍCULO 57-BIS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, A CARGO DEL DIP. GERMÁN ERNESTO RALIS CUMPLIDO (MC).

El proponente, Germán Ernesto Ralis Cumplido, diputado Integrante del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, y 72 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y 55, fracción II, 56, 62 y demás relativos del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, somete a consideración de esta soberanía la presente **iniciativa con proyecto de decreto que adiciona el artículo 57-Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor**, al tenor de la siguiente:

Exposición de motivos

La preventa es la comercialización de un producto o servicio en una etapa previa a su venta de forma general. Existen diferentes beneficios y riesgos al momento de adquirir algún bien a través de una preventa; si bien una preventa en bienes inmuebles puede significar el esperar un largo tiempo para poder habitar el inmueble adquirido, por el lado positivo representa la adquisición del bien a un precio más competitivo que una vez terminado el inmueble.

En México las preventas más populares son para la compra de entradas a eventos de toda índole, destacando eventos deportivos y de entretenimiento, como lo son los conciertos. A estas preventas se puede acceder a través de ser tarjetahabiente de cierta institución bancaria, ya que es la forma en que los bancos premian a sus clientes, sin embargo, hay eventos que resultan demasiado populares y de gran demanda en el país y donde la totalidad de los boletos son comprados y agotados en la preventa, resultando así una práctica monopólica relativa e injusta que afecta la competencia y el libre derecho de adquisición.

Gracias a su proximidad con el principal proveedor de entretenimiento en el mundo, Estados Unidos, México es un mercado vital a nivel mundial, pues resulta parada obligatoria para cualquier evento de talla internacional,¹ lo cual nos habla de la importancia del mercado y de su regulación, así del cómo la preventa influye en la práctica de un delito, la reventa.

Y es que, si bien es cierto que en México la venta en línea tiene cada vez mayor aceptación, y a través de ella la venta de boletos alcanza un 90 por ciento, se asegura que solo el 60 por ciento de entradas para cualquier espectáculo son vendidas a través del mercado primario, es decir, a través de las empresas que ofrecen el servicio, siendo el 40 por ciento vendidos a través del mercado secundario, la reventa. Es decir, son personas que compran una gran cantidad de boletos y que lo explotan como un negocio, dando como resultado el incremento de los boletos de manera exorbitante y pasando en cuestión de minutos de la compra legal, a la reventa ilegal.²

El sistema de la reventa en México es una mafia bien organizada, donde si bien existen acciones puestas en práctica para disminuir su éxito, como lo es el establecimiento de un máximo en la compra de boletos, este candado no ha sido el suficiente para detener la mafia que opera detrás de los revendedores en nuestro país, además de que la reventa resulta ser solamente una falta administrativa que no inhibe su realización.³

Es decir, la preventa, por un lado, delimita y condiciona la compra a un cierto número de personas, desarrolla una competencia injusta entre los bancos, pues se busca la aperturación de una cuenta sólo con la finalidad de no ser marginado ante la oportunidad de asistir a un evento;⁴ y, por último, promueve la reventa, ya que el sistema detrás

de la reventa está tan bien organizado que aprovecha la exclusividad de una preventa para la compra máxima de entradas.

La preventa ya es calificada por muchas personas como una práctica anticompetitiva, discriminatoria⁵ y ventajosa ante otras formas de compra que también deberían ser válidas, como es el acudir a taquillas y el tener la libertad de poder usar otra forma de pago.

De hecho, la segmentación para ser beneficiario de una preventa es tal que para algunos eventos incluso la misma preventa está condicionada a otros aspectos independientes del tener una cuenta con la institución bancaria, sino que ésta dependerá del tipo de cuenta, estilo de vida, monto de los ingresos, historial crediticio, servicios adquiridos con la institución bancaria, así como otras cuestiones que representan un bloqueo entre el público interesado por un evento.

Y es que podemos concluir que la escena musical en nuestro país se encuentra mal por donde la mires; por un lado, tenemos entradas a eventos que se venden a través de un sistema de práctica monopólica relativa, donde la compra de éstos se lleva a cabo con meses de antelación con precios totalmente inaccesibles para la mayoría de los mexicanos, a través de un canal de comercialización ineficiente, pues no es extraño que las páginas web se encuentren sobresaturadas al punto de ni siquiera permitir terminar la compra, y al mismo tiempo con personas que hacen fila en taquilla durante horas con la promesa muchas veces en falso de adquirir un boleto; mientras que por el otro lado encontramos a artistas locales a quienes les es imposible encontrar una remuneración en lo que hacen, cayendo así en la desmotivación, abandono, y para nosotros, en la pérdida de un talento.⁶

Alentemos la competencia justa y eliminemos privilegios que afectan la igualdad entre las personas, es necesario que el incentivo para ser tarjetahabiente de un banco sea la calidad y seguridad en su servicio, y no la condicionante para obtener las entradas a un evento.

Considerandos

El artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que el proveedor de cualquier bien, producto o servicio no podrá condicionar la compra de éste bajo ninguna particularidad.

De acuerdo con la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE), las prácticas monopólicas relativas se definen si, entre las acciones llevadas a cabo por los agentes económicos involucrados, siendo estos competidores o no competidores entre sí, se adecuan a alguna de las siguientes conductas especificadas dentro de la ley:⁷

- Segmentación de mercados a través de exclusividades
- Restricción vertical de precios
- Compras o ventas atadas
- Exclusividades
- Negativa de trato
- Boicot
- Depredación de precios
- Descuentos por lealtad o transacciones condicionadas

- Subsidios cruzados
- Discriminación de precios
- Elevación de los costos de un rival
- Negativa de trato de un insumo esencial
- Estrechamiento de márgenes de insumos esenciales

Empresas como Súperboletos, Mexticket.com, Smarticket y Ticketmaster, las cuales se dedican a la organización y venta de boletos para eventos de espectáculos, culturales, deportivos entre otros, utilizan la preventa para beneficiar a un sector de clientes haciendo convenios con algunas instituciones financieras, sin importar el dar un trato diferente a sus clientes potenciales.⁸

Ticketmaster en su página web brinda como referencia que la forma de realizar los pagos de los boletos se puede realizar mediante tarjetas de crédito y débito, así como en efectivo, lo cual resulta falso cuando se considera que existen eventos a los cuales sólo se puede asistir si el boleto es comprado de manera electrónica y mediante una preventa con cierta institución bancaria.⁹

En un estudio realizado entre el 2015 y 2016 por la Asociación Mexicana de Internet AC y ComScore, los boletos comprados en línea ocuparon del 35 por ciento al 37 por ciento, dejándolos en el tercer lugar de los productos más comprados en línea. Una de las formas de pago más utilizadas fueron las tarjetas de crédito y débito con un 56 por ciento, quedado por debajo de PayPal, una manera de adquirir un producto mediante un código que te es asignado para pagar.¹⁰

El aumento en los precios para conciertos es innegable. De acuerdo con un estudio realizado en el 2010 estos incrementos han sido desde un 7 por ciento hasta mil 150 por ciento del valor.¹¹

La reventa se ha convertido en un monstruo que **afecta a la industria del espectáculo y al consumidor**, pero que se encuentra normalizada al grado de encontrar en las redes sociales un canal de comercialización válido, como es el caso del revendedor que se promociona como “El Oso de la Guerrero”.¹²

Decreto

Por lo anteriormente expuesto, se somete a su consideración la presente **iniciativa con proyecto de decreto que adiciona el artículo 57-Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.**

Único. Se adiciona el artículo 57-Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor para quedar como sigue:

Artículo 57 Bis. La venta anticipada o preventa de boletos llevada a cabo a través de cualquier medio o forma de pago, para el acceso a espectáculos de cualquier índole, no podrá rebasar el 30% del total de los boletos disponibles para el evento; asimismo, en la venta anticipada o preventa se podrá adquirir todo tipo de localidad sin excepción.

En caso de incumplimiento del presente artículo, el infractor se hará acreedor al pago de una multa del 10% del costo total del evento.

Transitorio

Único. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Notas

1 “¿La reventa se hará legal?”. *El Economista* . 19 de mayo de 2016.

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2016/05/19/re-venta-se-hara-legal>

2 “Buscan parar reventa ilegal de boletos”. *El Economista*. 27 de febrero de 2017.

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2017/02/27/bu-scan-parar-reventa-ilegal-boletos>

3 “¿La reventa se hará legal?”. *El Economista* . 19 de mayo de 2016.

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2016/05/19/re-venta-se-hara-legal>

4 “¿Cuándo sí y cuando no comprar boletos en preventa?”. *Milenio*. Miriam Castro. 23 de junio de 2015.

http://www.milenio.com/negocios/compras_preventa-boletos _preventa_0_541745973.html

5 “Preventa: una práctica que trunca sueños”. *El Economista* . Raúl Delgado y Gloria Aragón. 10 de octubre de 2010.

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2010/10/10/preventa-practica -que-trunca-suenos>

6 “OCESA: la prostitución de la música”. Proceso. 3 de agosto de 2012.

<http://www.proceso.com.mx/315963/ocesa-la-prostitucion-de-la-musica>

7 Cofece. “Prácticas Monopólicas Relativas”.

<https://www.cofece.mx/cofeco/index.php/cofeco/que-hacemos/practicas-mon opolicas-relativas>

8 Ticketmaster.

http://www.ticketmaster.com.mx/h/faq.html?tm_link=tm_hom eA_i_faqs

9 Ídem.

10 “14 datos sobre el comercio electrónico en México”. *El Economista* . Rodrigo Riquelme. 19 de noviembre de 2016.

<http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/11/19/14-datos-sobre-comerci o-electronico-mexico>

11 “Preventa: una práctica que trunca sueños”. *El Economista* . Raúl Delgado y Gloria Aragón. 10 de octubre del 2010.

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2010/10/10/pr eventa-practica-que-trunca-suenos>

12 “El Oso de la Guerrero”, un revendedor de boletos para espectáculos que se volvió popular en las redes sociales”. UnoNoticias. 21 de octubre de 2015.

<https://www.facebook.com/UnoTVNoticias/videos/vb.1487863 88488561/1084029071630950/?type=2&theater>

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro el 28 de septiembre de 2017.

Diputado Germán Ernesto Ralis Cumplido (rúbrica)