

Eventos masivos y protección al consumidor en Chile



FONDO CONCURSABLE
Para Asociaciones de Consumidores
Servicio Nacional del Consumidor

ODECU

ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Eventos masivos y protección al consumidor en Chile

Observatorio de Consumidores en Políticas Públicas

I. INTRODUCCIÓN

El mercado de eventos masivos en Chile representa un sector en constante crecimiento tras la caída que tuvo en la pandemia (Vergara, 2023), pero también presenta importantes desafíos en materia de protección al consumidor. Durante 2015, el SERNAC recibió 3.125 reclamos relacionados con espectáculos masivos, de los cuales un 93% se refieren a incumplimientos de las condiciones contratadas y ofrecidas. Del total de reclamos, un 60% fueron respondidos de forma desfavorable para los consumidores (SERNAC, 2016). Esta problemática se ha agudizado con el tiempo, por ejemplo, “durante el año 2022, el SERNAC recibió alrededor de 17 mil reclamos de parte de los consumidores por problemas relacionados con conciertos y más de 9.700 por inconvenientes en venta de entradas” (SERNAC, 2023).

En 2023, SERNAC ofició preventivamente a las productoras y ticketeras que organizaban conciertos masivos para el año señalado, atendiendo a la experiencia vivida por las y los consumidores en algunos de los eventos realizados del año pasado, como el de Daddy Yankee y de k-pop "Music Bank", en el primero, hubo serios incumplimientos en materia de seguridad, provocando importantes incidentes entre los asistentes, junto al hecho de que más de 4 mil personas entraron a la fuerza al estadio nacional (Contreras, 2022). Mientras que, en el segundo, el festival Music Bank en cual “acusaron desorganización y caos en el recinto” (LaTercera, 2022), y tuvo que ser suspendido por las intensas lluvias que se presentaron en ese día, poniendo en riesgo la seguridad de los asistentes como de los mismo artistas (SERNAC, 2024). En ambos casos el SERNAC llevó a cabo una demanda colectiva y un proceso voluntario colectivo contra las productoras de los eventos, respectivamente. Sin embargo, ambos procesos se encuentran detenidos y los consumidores no han recibido respuestas ante estas evidentes fallas por parte de las productoras responsables que ofrecieron el servicio.

Un ejemplo más actual es el de la cancelación de los shows de Shakira, programados originalmente para el 2 y 3 de marzo, donde miles de consumidores se vieron afectados por ello y no hubo ninguna compensación por parte de la productora tras el proceso voluntario

colectivo que se inició, ante lo cual SERNAC presentó una demanda colectiva en contra de los organizadores del evento, vale decir, Fénix Entertainment (cuya razón social es Patagonia Live SpA) y posteriormente, SERNAC volvió a officiar a la productora y a Puntoticket tras la nueva modificación de fechas que se hizo para los conciertos de Shakira(Contreras, 2025; SERNAC, 2025).

Estos ejemplos demuestran que los consumidores chilenos enfrentan sistemáticamente problemas como cláusulas contractuales abusivas por parte de productoras y ticketeras, falta de mecanismos efectivos de devolución ante cancelaciones, sobreventa de entradas, incumplimiento de condiciones publicitadas, problemas de seguridad en recintos, y estafas con entradas falsificadas. La legislación chilena no prohíbe la reventa de boletos para conciertos, tampoco regula cómo se debe llevar a cabo la transacción ni el precio al que se debe vender, situación que contrasta con países como Francia y Australia que han implementado leyes contra la reventa abusiva.

Este documento analiza la problemática actual del mercado de eventos masivos desde una perspectiva de derechos del consumidor, identificando las principales vulneraciones, el marco regulatorio existente y sus limitaciones, y las posibles soluciones desde el enfoque de protección al consumidor y estándares internacionales.

II. PRINCIPALES PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LOS CONSUMIDORES

2.1 Reventa de Entradas a Precios Abusivos

Uno de los problemas más graves que enfrentan los consumidores chilenos es la reventa de entradas a precios abusivos. La legislación chilena no prohíbe la reventa de boletos para conciertos –aunque sí existen más limitantes es en la venta de eventos deportivos, específicamente a revender sobre el precio indicado en el ticket (Contreras, 2022)– situación que ha permitido el surgimiento de plataformas especializadas en reventa como viagogo, Ticketbis y otras similares. En casos documentados, las entradas han llegado a venderse hasta un 400% más caras que su precio original en reventa, un ejemplo es que:

[E]n Puntoticket una entrada Cancha General (Weltita) para el concierto de Bad Bunny el próximo 9 de enero cuesta 86.250 pesos, [mientras que e]n una plataforma de reventa de entradas en línea, el mismo ticket cuesta \$405.000 (T13, 2025).

Esta práctica genera una barrera económica de acceso a la cultura y el entretenimiento, vulnerando el derecho de los consumidores a acceder a servicios a precios justos y razonables.

La tecnología ha facilitado las transacciones entre usuarios, pero también ha permitido la profesionalización de la reventa mediante el uso de bots y sistemas automatizados que compran masivamente entradas apenas salen a la venta, para luego revenderlas a precios

inflados. Esto genera una competencia desleal donde consumidores individuales que buscan asistir al evento compiten con sistemas automatizados diseñados para acaparar la oferta disponible.

El problema tributario también es relevante, ya que quienes se dedican profesionalmente a la reventa no declaran ni pagan impuestos por las ganancias obtenidas, generando una actividad económica informal que compite deslealmente con canales oficiales y perjudica la recaudación fiscal. Respecto a esto, se podría recurrir a la habitualidad de estas ventas, para poder aplicar impuestos (Contreras, 2022), pero demostrarlo ante el Servicio de Impuestos Internos para llevarlo a cabo, complica el panorama. Además, existen temas de derechos de imagen porque estas plataformas de reventa se muestran como asociadas a eventos que no les pertenecen, generando confusión entre los consumidores que creen estar comprando en canales oficiales cuando en realidad están comprando a revendedores, y por último, sufren el riesgo de encontrarse frente a estafas.

2.2 Cláusulas Abusivas en Contratos de Ticketeras

La Corte Suprema ha condenado a ticketeras como Ticketmaster por incluir cláusulas abusivas en los términos y condiciones de su página web y de los tickets de entrada. Entre las cláusulas declaradas nulas se encuentran aquellas donde la empresa se eximía de responsabilidad en caso de problemas, podía utilizar información personal de usuarios para diversos objetivos comerciales sin consentimiento, y se reservaba el derecho de modificar unilateralmente las condiciones del servicio sin informar previamente a los consumidores.

Las ticketeras suelen incluir en sus términos y condiciones cláusulas que ponen a cargo del consumidor los efectos de deficiencias, omisiones o errores administrativos que no le son imputables. Por ejemplo, establecen que una vez finalizado el proceso de compra no se realizarán cambios ni devoluciones bajo ninguna circunstancia, y agregan que no se obligan a que el sitio esté libre de errores. De conformidad al artículo 16, letra d), de la ley 19.496, esto se considera una cláusula abusiva porque exime al proveedor de responsabilidad por negligencia que le fuere imputable.

Otra cláusula frecuente es la que establece que el consumidor renuncia a participar en acciones colectivas o demandas de grupo contra la empresa, obligándolo a resolver cualquier controversia mediante arbitraje individual. Esta cláusula limita severamente el acceso a la justicia de los consumidores, especialmente considerando que los montos individuales en disputa suelen ser bajos (el valor de una entrada), lo que desincentiva las acciones individuales pero hace viable la acción colectiva.

2.3 Incumplimientos en las Condiciones Contratadas

Los consumidores se quejan frecuentemente de que la publicidad promete artistas, horarios o condiciones que luego no se cumplen, sin que exista compensación adecuada, en esta materia ha habido un aumento de 467% en 14 años:

La venta de entradas para espectáculos figura entre los productos con más reclamos entre 2011 y 2025, donde estos aumentaron de 2.462 a 14.005 hasta marzo de este año. En paralelo, de las 149 denuncias ingresadas al SERNAC, apenas en un 9% de los casos resueltos se conocen los montos indemnizados y consumidores beneficiados (Henríquez y Muñoz, 2025)

La mayoría de los reclamos son relacionados a problemas de la ejecución contractual: en casos de cancelación de eventos, los consumidores enfrentan serias dificultades para obtener devoluciones, además se encuentran vulnerables. Las empresas suelen devolver solo el valor nominal de la entrada, sin incluir los cargos por servicio que pueden representar hasta un 20% adicional del precio. Tampoco compensan gastos asociados como traslados, alojamiento o permisos laborales que muchos consumidores asumieron para asistir al evento, especialmente quienes viajan desde regiones o ciudades distantes.

Algunas empresas productoras de eventos comercializan un espectáculo sin contar con los permisos que deben otorgar las autoridades respectivas, lo que pone en riesgo la realización del evento y deja a los consumidores sin protección efectiva. Cuando estos eventos son cancelados por falta de permisos, las empresas argumentan que se trata de un "caso fortuito" o "fuerza mayor" para eximirse de responsabilidad, cuando en realidad se trata de negligencia empresarial que debería ser plenamente imputable.

2.4 Sobreventa y Problemas de Acceso

La sobreventa de entradas, aunque no está permitida legalmente, ha sido documentada en diversos casos donde la cantidad de tickets vendidos supera la capacidad autorizada de los recintos. Esto genera problemas de seguridad y también implica un incumplimiento directo de las condiciones contratadas por los consumidores que pagan por ubicaciones específicas que luego no pueden acceder debido a la saturación del recinto.

Los problemas de acceso incluyen medidas insuficientes para controlar el ingreso a zonas diferenciadas, permitiendo que consumidores que pagaron por zonas generales accedan a zonas VIP, lo que constituye un incumplimiento contractual para quienes pagaron un precio superior por una ubicación exclusiva con mejores servicios. Las empresas organizadoras suelen no tener personal de seguridad suficiente o sistemas de control efectivos para garantizar que cada consumidor acceda únicamente a la zona por la cual pagó.

Otro problema frecuente es la venta de entradas con "visibilidad restringida" o "sin visibilidad" que no se informan claramente al momento de la compra, y que los consumidores solo descubren al llegar al evento. Estas ubicaciones se venden al mismo precio que ubicaciones con visibilidad completa, lo que constituye una práctica engañosa y un incumplimiento de la obligación de información veraz y oportuna.

2.5 Estafas y Entradas Falsificadas

El mercado informal de reventas ha facilitado la proliferación de estafas mediante entradas falsificadas o duplicadas. Los consumidores que compran entradas a través de redes sociales, grupos de WhatsApp, Facebook o plataformas no oficiales enfrentan el riesgo de adquirir tickets falsos que solo descubren son inválidos al momento de intentar ingresar al evento, sin posibilidad de recuperar su dinero ni de acceder al espectáculo.

Las ticketeras oficiales no siempre implementan medidas de seguridad suficientes para prevenir la falsificación, como códigos QR únicos, verificación en tiempo real o sistemas de transferencia oficial de entradas entre usuarios, donde si bien no son responsables de este tipo de estafas, si podrían prevenir y proteger a los consumidores de sus servicios. Esta falta de medidas de seguridad facilita tanto la falsificación como la reventa no autorizada, perjudicando a los consumidores que actúan de buena fe.

III. MARCO REGULATORIO ACTUAL Y SUS LIMITACIONES

3.1 Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley 19.496)

La Ley 19.496 establece obligaciones generales para los proveedores de bienes y servicios, lo cual incluye a las empresas de eventos masivos. El artículo 12 señala que todo proveedor estará obligado a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio. El artículo 23 específicamente establece que comete infracción el proveedor que, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad o seguridad del servicio.

Así también, el artículo 16 prohíbe las cláusulas abusivas, definiendo estas como aquellas que en contratos de adhesión otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato, o de suspender unilateralmente su ejecución. Sin embargo, la aplicación práctica de estas normas en el sector de eventos masivos ha mostrado limitaciones importantes, ya que el 60% de los reclamos son respondidos de forma desfavorable para los consumidores, pues si bien el SERNAC puede iniciar procesos voluntarios colectivos, las empresas pueden decidir si responder o no y si se llega a demanda colectiva la experiencia ha demostrado que los tiempo de espera son muy largos.

La Ley del Consumidor establece en su artículo 3° bis que los consumidores tienen derecho a la reparación e indemnización adecuada y oportuna de todos los daños materiales y morales en caso de incumplimiento. Sin embargo, en la práctica las empresas de eventos masivos rara vez compensan más allá de la devolución del valor nominal de la entrada, sin considerar daños adicionales como gastos de traslado, alojamiento o el daño moral por la frustración de expectativas legítimas.

3.2 Ausencia de Regulación Específica para Reventa

A diferencia de otros países, Chile carece de regulación específica sobre reventa de entradas para eventos culturales. La legislación solo sanciona la venta por sobre el precio que indica la entrada en el caso de eventos deportivos, debido a motivos de seguridad vinculados al fútbol, aunque en la práctica es algo que pocas veces se aplica. Esta laguna legal permite que proliferen plataformas de reventa que operan en un limbo jurídico, sin fiscalización efectiva y sin garantías para los consumidores.

La ausencia de regulación sobre límites de precio en la reventa, cantidad máxima de entradas por comprador, o requisitos de transparencia sobre el origen de las entradas en reventa, deja a los consumidores sin protección frente a prácticas abusivas. Tampoco existe obligación de que las plataformas de reventa verifiquen la autenticidad de las entradas que intermedian, trasladando todo el riesgo al consumidor final.

Países como Francia han prohibido la reventa de entradas por encima del precio facial, mientras que Australia ha implementado sistemas de transferencia oficial de entradas que eliminan el mercado negro. España estableció un límite del 30% sobre el precio original para la reventa. Reino Unido prohibió el uso de bots para compra masiva de entradas. Chile no cuenta con ninguna de estas regulaciones, dejando el mercado completamente desregulado.

3.3 Limitaciones del SERNAC

Si bien el SERNAC ha interpuesto demandas colectivas contra empresas de eventos por diversos incumplimientos, su actuación es reactiva y limitada. El servicio carece de facultades fiscalizadoras preventivas que le permitan exigir a las empresas cumplir con estándares mínimos antes de comercializar entradas. Tampoco tiene facultades normativas para establecer reglas específicas para la industria de eventos masivos, como protocolos obligatorios de devolución, requisitos de información mínima al consumidor, o estándares de seguridad.

Las demandas colectivas que ha presentado el SERNAC contra ticketeras y productoras han establecido jurisprudencia importante sobre cláusulas abusivas y obligaciones de

información, pero el proceso judicial es largo (puede tardar 3-5 años) y no previene los abusos, solo los sanciona retrospectivamente. Durante este tiempo, miles de consumidores siguen siendo perjudicados por las mismas prácticas.

El SERNAC tampoco cuenta con recursos suficientes para fiscalizar proactivamente el cumplimiento de las condiciones publicitadas en eventos masivos. No tiene capacidad de enviar fiscalizadores a verificar que los eventos se realicen según lo ofrecido, que las condiciones de seguridad sean adecuadas, o que las zonas diferenciadas efectivamente ofrezcan lo prometido. Su actuación se limita a recibir reclamos posteriores al evento, cuando el daño ya está consumado y es difícil de revertir.

3.4 Vacíos en Regulación Municipal y de Seguridad

Los eventos masivos requieren permisos municipales y autorizaciones de diversas autoridades (Carabineros, Bomberos, autoridad sanitaria), pero no existe un sistema integrado que garantice que todos los permisos estén otorgados antes de que se inicie la venta de entradas. Esto permite que empresas vendan tickets para eventos que aún no tienen todos los permisos, trasladando el riesgo a los consumidores.

Tampoco existe fiscalización efectiva sobre el cumplimiento de las condiciones de seguridad durante los eventos. Los recintos suelen no contar con personal suficiente, salidas de emergencia obstruidas, planes de evacuación inadecuados, o medidas insuficientes para controlar el aforo. Estos problemas solo se detectan cuando ocurren incidentes graves, sin que exista prevención efectiva que proteja a los consumidores-asistentes.

IV. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EVENTOS MASIVOS

4.1 Derecho a la Información Veraz y Oportuna

Los consumidores tienen derecho a recibir información veraz, oportuna y completa sobre las características esenciales del evento. Esto incluye fecha, hora, lugar, artistas confirmados, ubicación exacta del asiento o zona, servicios incluidos, condiciones de acceso, restricciones, y política de devolución. La información debe proporcionarse antes de la compra, en términos claros y comprensibles.

Las empresas deben informar claramente si una entrada tiene "visibilidad restringida" o limitaciones de cualquier tipo, y estas entradas deberían venderse a un precio diferenciado inferior. También deben informar sobre todos los costos asociados (cargos por servicio, envío, seguros opcionales) antes de finalizar la compra, sin cargos sorpresa en el último paso del proceso.

4.2 Derecho a la Seguridad en el Consumo

Los consumidores tienen derecho a que los servicios no representen riesgos para su salud o seguridad. Las empresas organizadoras deben garantizar condiciones adecuadas de seguridad en los recintos, incluyendo aforo controlado, salidas de emergencia despejadas, personal de seguridad capacitado, planes de evacuación, y medidas para prevenir accidentes.

Este derecho incluye también la seguridad en las transacciones, mediante sistemas de pago seguros, protección de datos personales, y garantías contra fraude. Las ticketeras deben implementar medidas tecnológicas que prevengan la falsificación de entradas y faciliten la verificación de autenticidad por parte de los consumidores.

4.3 Derecho a no ser Discriminado Arbitrariamente

La Ley del Consumidor prohíbe la discriminación arbitraria por parte de los proveedores. En el contexto de eventos masivos, esto significa que las empresas no pueden negar la venta de entradas o imponer condiciones diferenciadas basadas en características personales no relacionadas con el servicio. Sin embargo, la práctica de venta mediante sistemas que favorecen a quienes tienen acceso a tecnología superior (preventas exclusivas, accesos preferenciales mediante tarjetas bancarias específicas) genera discriminación de facto contra consumidores de menores ingresos o sin acceso a ciertos servicios financieros.

4.4 Derecho a Retracto y Devolución

Aunque el artículo 3° bis de la Ley del Consumidor establece un derecho de retracto de 10 días para compras realizadas por internet, las empresas de eventos masivos suelen excluir las entradas de este derecho mediante cláusulas contractuales. La jurisprudencia ha validado parcialmente estas exclusiones para eventos con fecha determinada, pero esto deja a los consumidores sin protección cuando cambian sus circunstancias personales o cuando descubren información engañosa después de la compra.

En casos de cancelación o modificación sustancial del evento por parte del organizador, los consumidores tienen derecho a devolución completa del precio pagado, incluyendo cargos por servicio. Sin embargo, las empresas frecuentemente se niegan a devolver estos cargos, argumentando que corresponden a servicios ya prestados (procesamiento del pago, emisión del ticket electrónico), lo que constituye un enriquecimiento injustificado a costa del consumidor.

4.5 Derecho a Reparación Integral

Cuando el evento no se realiza según lo contratado, los consumidores tienen derecho a reparación que incluya no solo la devolución del precio sino también indemnización por daños adicionales. Esto abarca gastos de traslado, alojamiento, y daño moral por la frustración de expectativas legítimas. Sin embargo, las empresas rara vez reconocen estos daños adicionales sin un proceso judicial, y los tribunales han sido inconsistentes en su reconocimiento.

V. EXPERIENCIA COMPARADA INTERNACIONAL

5.1 Francia: Prohibición de Reventa con Sobreprecio

Francia prohibió en 2012 la reventa de entradas para eventos culturales y deportivos por encima del precio facial. La ley establece multas de hasta 15.000 euros para personas naturales y 75.000 euros para empresas que violen esta prohibición. El sistema permite la reventa al precio original o inferior a través de plataformas oficiales autorizadas, garantizando que los consumidores tengan acceso a entradas a precios justos.

5.2 Reino Unido: Prohibición de Bots y Transparencia

El Reino Unido aprobó en 2018 una ley que prohíbe el uso de software automatizado (bots) para compra masiva de entradas. La ley también exige que las plataformas de reventa informen claramente si el vendedor es un revendedor profesional o un consumidor individual, el precio original de la entrada, y cualquier restricción de transferibilidad. Las multas por incumplimiento pueden alcanzar las 5.000 libras.

5.3 Australia: Sistema de Transferencia Oficial

Australia implementó sistemas de transferencia oficial de entradas que permiten a los consumidores revender sus tickets a través de plataformas autorizadas, con verificación de autenticidad y límites de precio. Algunos estados establecieron toques del 10% sobre el precio original para la reventa, y exigen que las plataformas de reventa garanticen la autenticidad de las entradas o reembolsen al comprador en caso de fraude.

5.4 España: Límite del 30% en Reventa

España estableció en 2021 un límite del 30% sobre el precio original para la reventa de entradas, aunque la norma ha enfrentado desafíos de implementación. La legislación también requiere que los organizadores implementen medidas técnicas razonables para prevenir la compra masiva mediante bots, y que las plataformas de reventa informen claramente sobre el precio original.

VI. PROPUESTAS DE SOLUCIÓN DESDE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

6.1 Regulación de la Reventa de Entradas

Es necesario establecer una regulación específica que limite la reventa de entradas a un porcentaje razonable sobre el precio original (por ejemplo, 20-30%), prohibiendo la reventa profesional especulativa. La legislación debería obligar a las plataformas de reventa a verificar la autenticidad de las entradas, informar claramente el precio original, y garantizar la devolución del dinero si la entrada resulta ser falsa o inválida.

Se debe prohibir expresamente el uso de bots y sistemas automatizados para compra masiva de entradas, estableciendo sanciones significativas para quienes utilicen estas herramientas. Las ticketeras oficiales deberían implementar sistemas anti-bot y limitar la cantidad de entradas por transacción y por persona, con verificación de identidad efectiva.

6.2 Eliminación de Cláusulas Abusivas

El SERNAC debería establecer mediante normativa específica qué cláusulas son consideradas abusivas en contratos de venta de entradas, incluyendo aquellas que eximen de responsabilidad al proveedor, limitan el derecho de retracto más allá de lo razonable, permiten modificaciones unilaterales, o impiden acciones colectivas. Estas cláusulas deberían ser nulas de pleno derecho.

Las ticketeras deberían estar obligadas a utilizar contratos con términos y condiciones aprobados por el SERNAC, garantizando un estándar mínimo de protección para todos los consumidores. Los términos deben estar redactados en lenguaje claro y accesible, sin letra pequeña ni remisiones a documentos externos.

6.3 Protocolo Obligatorio de Devolución

Debería establecerse un protocolo obligatorio de devolución que regule todas las situaciones posibles: cancelación total del evento, modificación sustancial (cambio de artista principal, cambio de fecha), reprogramación, y cancelación por parte del consumidor con anticipación razonable. El protocolo debe especificar plazos máximos de devolución (por ejemplo, 10 días hábiles) y establecer que la devolución incluye el valor total pagado, incluyendo cargos por servicio.

En casos de cancelación o modificación sustancial, los consumidores deberían tener derecho a optar entre la devolución completa o asistir al evento modificado/reprogramado. Si eligen la devolución, esta debe ser automática y sin necesidad de iniciar procedimientos de reclamo. Las empresas deberían estar obligadas a contactar activamente a cada comprador informando las opciones disponibles.

6.4 Fortalecimiento de Facultades del SERNAC

El SERNAC debería contar con facultades fiscalizadoras preventivas que le permitan exigir a las empresas cumplir con estándares mínimos antes de comercializar entradas. Esto incluye verificar que cuentan con todos los permisos necesarios, que tienen pólizas de seguro adecuadas, y que sus términos y condiciones cumplen con la legislación de protección al consumidor.

Se debería establecer un registro obligatorio de empresas organizadoras de eventos masivos y ticketeras, con requisitos de solvencia y seriedad. Las empresas deberían presentar garantías financieras que aseguren la devolución del dinero a los consumidores en caso de cancelación o incumplimiento.

6.5 Sistema Integrado de Información

Debería crearse un sistema público de información donde los consumidores puedan verificar si un evento cuenta con todos los permisos necesarios antes de comprar entradas. Este sistema debería integrar información de municipalidades, Carabineros, Bomberos y autoridad sanitaria, permitiendo a los consumidores tomar decisiones informadas.

Las ticketeras deberían estar obligadas a publicar en su sitio web el número de entradas disponibles en cada zona, actualizado en tiempo real, para que los consumidores sepan si están comprando para un evento próximo a agotarse (lo que podría justificar mayor urgencia) o si aún hay amplia disponibilidad. Esta transparencia reduciría la presión artificial de escasez que muchas veces genera compras apresuradas.

6.6 Educación y Empoderamiento del Consumidor

Se deben desarrollar campañas educativas que informen a los consumidores sobre sus derechos al comprar entradas para eventos, cómo identificar plataformas oficiales versus reventa, cómo detectar entradas falsas, y cómo proceder ante incumplimientos. Esta educación debe dirigirse especialmente a jóvenes, que son el segmento más afectado por fraudes y abusos en este mercado.

Las asociaciones de consumidores deberían recibir financiamiento para ejercer acciones de interés colectivo contra empresas que sistemáticamente vulneran derechos, generando precedentes jurisprudenciales que fortalezcan la protección de todos los consumidores.

VII. CONCLUSIONES

El mercado de eventos masivos en Chile presenta graves deficiencias desde la perspectiva de protección al consumidor, caracterizándose por prácticas abusivas sistemáticas, ausencia de regulación específica, y debilidad institucional para fiscalizar y sancionar incumplimientos. Los consumidores chilenos enfrentan reventa especulativa sin límites, cláusulas contractuales abusivas, incumplimientos frecuentes de las condiciones ofrecidas, y enormes dificultades para obtener reparación cuando sus derechos son vulnerados.

La legislación actual, basada principalmente en normas generales de la Ley del Consumidor, ha demostrado ser insuficiente para abordar las características específicas de esta industria. La ausencia de regulación sobre reventa, los vacíos normativos sobre devoluciones, y las limitadas facultades del SERNAC dejan a los consumidores en situación de vulnerabilidad frente a empresas que operan en un mercado altamente concentrado y con escasos incentivos para mejorar sus prácticas.

La experiencia internacional demuestra que es posible establecer marcos regulatorios que equilibren los intereses legítimos de la industria con la protección efectiva de los derechos de los consumidores. Regulaciones sobre límites de reventa, prohibición de bots, protocolos obligatorios de devolución, y fortalecimiento de la fiscalización han mostrado resultados positivos en países comparables, reduciendo abusos y mejorando la experiencia de los consumidores sin afectar negativamente el desarrollo de la industria cultural.

Es urgente que Chile avance hacia una regulación moderna del mercado de eventos masivos que ponga en el centro los derechos de los consumidores, estableciendo reglas claras, fiscalización efectiva, y mecanismos expeditos de reparación. Esto requiere voluntad política para enfrentar intereses empresariales poderosos que se benefician del actual vacío regulatorio, así como recursos adecuados para que las instituciones de protección al consumidor puedan cumplir efectivamente su mandato.

Sernac no tiene las facultades para imponer sanciones a este tipo de empresas, pero sí puede iniciar demandas o juicios colectivos y Procedimientos Voluntarios Colectivos (PVC) si el caso lo requiere.

REFERENCIAS

- Contreras, E. (25 febrero, 2022). ¿Es legal en Chile la reventa de entradas para conciertos? Abogado advierte a fans y despeja mitos. Biobio chile.
- Contreras, E. (28 septiembre, 2022). Desastre total: show de despedida de Daddy Yankee puso en riesgo a decenas de miles de personas. Biobio Chile.
- Contreras, E. (19 noviembre, 2025). Sernac oficia a productora Fénix y Puntoticket por cambios en concierto de Shakira en Chile. Biobio Chile
- Corte Suprema de Chile. (2018). Sentencia sobre cláusulas abusivas en contratos de ticketeras. Rol N° 25.943-2017
- Henríquez, A. y Muñoz, J. (29 de agosto, 2025). Las historias detrás del aumento de reclamos por shows masivos: denuncias a Sernac aumentaron 467% e institución llama a productoras a mejorar sus estándares. The clinic.
- La Tercera (14 noviembre, 2022). Productora habla sobre caótico y frustrado festival Music Bank: "Agradecemos profundamente el enorme esfuerzo". La Tercera.
- Ley N° 19.496. (1997). Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- SERNAC. (2016). Estudio sobre eventos masivos y protección al consumidor en Chile. Servicio Nacional del Consumidor.
- SERNAC. (2023). El SERNAC ofició a productoras y ticketeras por conciertos 2023. Servicio Nacional del Consumidor.
- SERNAC (2024). SERNAC busca llegar a acuerdo en proceso conciliatorio con Noix Dreamers por festival K-pop "Music Bank". Servicio Nacional del Consumidor.
- SERNAC (2025). Ad portas de un nuevo concierto de Shakira: SERNAC oficia a Fénix Entertainment y Punto Ticket por cambios unilaterales del evento. Servicio Nacional del Consumidor.
- Vergara, C. (9 diciembre, 2023). Eventos en Chile: Cómo la industria de los conciertos se recuperó tras la pandemia. La Tercera
- T13 (24 noviembre, 2025). Reino Unido lanza ofensiva contra revendedores de entradas: ¿Qué dice el Sernac sobre aplicar sanciones en Chile? TeleTrece.cl



ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

