



## INFORME DE RESULTADOS

### CAMPAÑAS NACIONALES 2024

#### SERVICIOS

##### Festivales de música: Venta de entradas.

#### Contenido

1. Objetivo y Justificación .....	2
2. Autoridades participantes .....	2
3. Normativa .....	2
4. Actuaciones inspectoras y resultados .....	3
5. Conclusiones generales .....	6



## 1. Objetivo y Justificación

El objeto de la presente campaña es comprobar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable en materia de defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito de la venta a distancia (en línea) de entradas a festivales de música.

Las empresas tienen la obligación de poner en conocimiento del consumidor y usuario información/publicidad, que debe ser clara y veraz, que permita al consumidor tomar las decisiones de compra más ajustadas a sus necesidades.

El desarrollo de las actuaciones se centrará en comprobar el cumplimiento de los requisitos generales por parte de los operadores económicos relativos a los datos obligatorios que se deben facilitar al consumidor en el momento previo a la compra, como precios, datos de envío, aspectos relevantes de las condiciones generales de contratación, etc.

## 2. Autoridades participantes

En esta campaña nacional se han realizado un total de 46 actuaciones de inspección, repartidas en las siguientes comunidades autónomas mostradas en la Ilustración 1: Islas Baleares (6 actuaciones), Región de Murcia (15 actuaciones), Comunitat Valenciana (15 actuaciones) y Castilla-La Mancha (10 actuaciones).

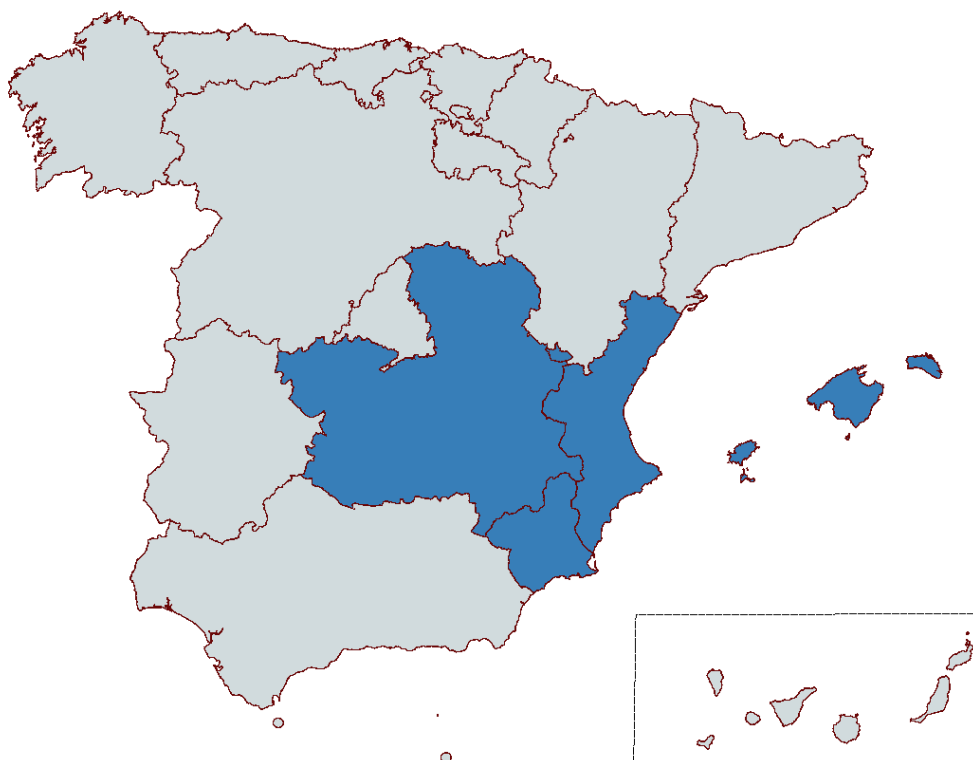


Ilustración 1. Comunidades autónomas participantes en la campaña nacional de ventas de entradas a festivales indicadas en azul oscuro en un mapa de España.

## 3. Normativa

En el marco de la campaña nacional se han analizado 12 requisitos conforme a la siguiente normativa:

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias.



#### 4. Actuaciones inspectoras y resultados

Para esta campaña nacional se programaron un total de 31 actuaciones inspectoras y se llevaron a cabo finalmente 46, alcanzando un nivel de consecución del 148,39 %.

Del total de **46 operadores económicos** inspeccionados, en **33** de ellos se detectó al menos un incumplimiento, lo que supone que un **71,74 %** de los operadores económicos tenían al menos un incumplimiento (ver Tabla 1 y Gráfico 1).

N.º de actuaciones programadas	N.º de actuaciones realizadas	% de consecución	N.º de operadores económicos con incumplimientos	Nº de operadores económicos sin incumplimientos	% de operadores económicos con incumplimientos respecto del total inspeccionado
31	46	148,39 %	33	13	<b>71,74 %</b>

Tabla 1: Resultados globales de la campaña.

Para las actuaciones inspectoras se utilizaron protocolos en los cuales se incluyeron **12** requisitos con base en la normativa descrita en el apartado 3, evaluando para cada uno de ellos su cumplimiento o incumplimiento.



Gráfico 1: Representación de los operadores económicos con y sin incumplimientos del total de los 46 inspeccionados

Los incumplimientos en los requisitos, así como su frecuencia de aparición, se visualizan en el Gráfico 2, sumando un total de **138** incumplimientos legales entre todos los operadores económicos.

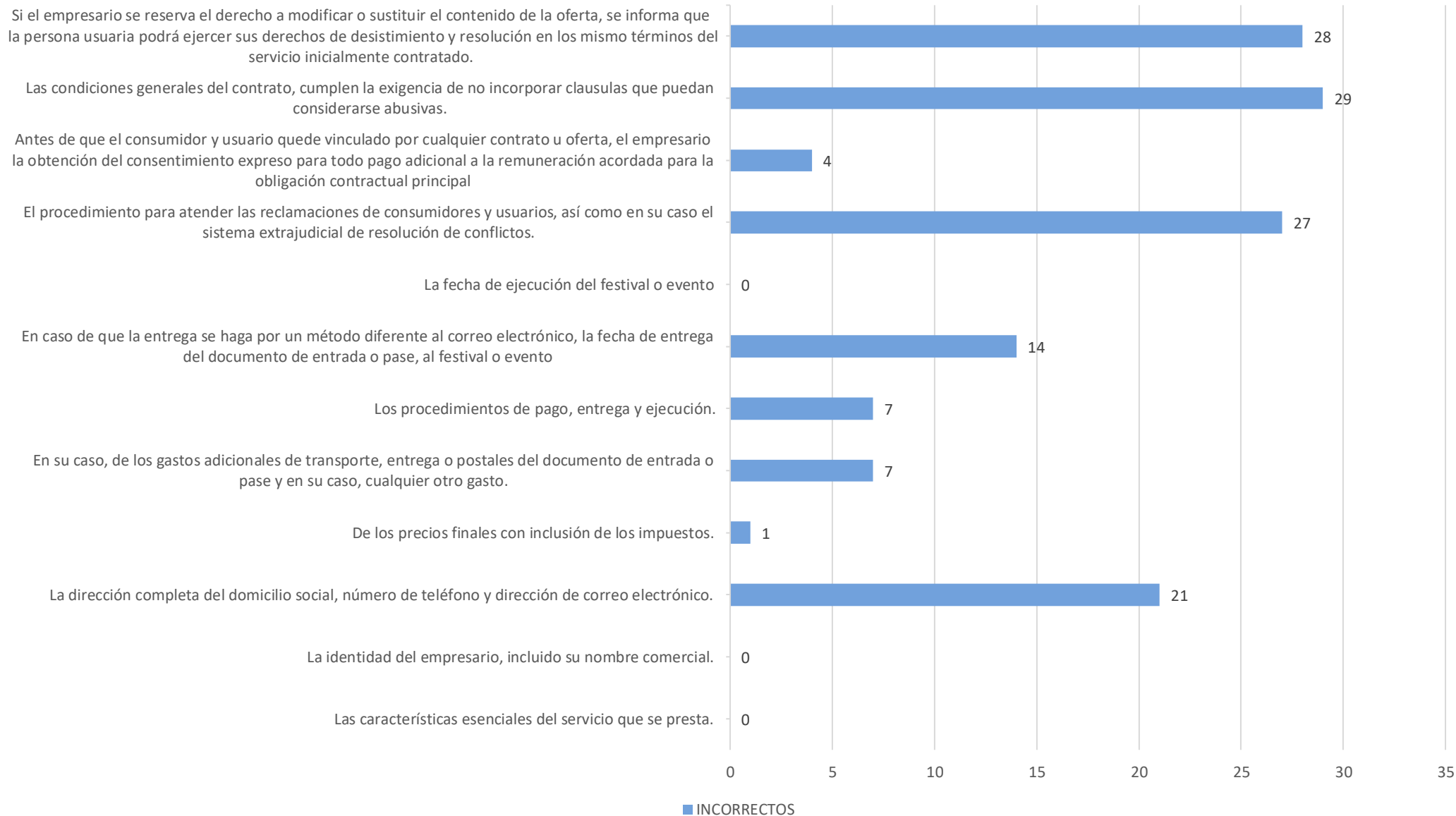


Gráfico 2: Requisitos inspeccionados y frecuencia de incumplimiento



Los resultados detallados se pueden ver en la siguiente tabla (Tabla 2).

PREGUNTA	CUMPLIMIENTO	INCUMPLIMIENTO	NO PROCEDE
<b>INFORMACIÓN PREVIA A LA CONTRATACIÓN</b>			
Las características esenciales del servicio que se presta.	46	0	0
La identidad del empresario, incluido su nombre comercial.	46	0	0
La dirección completa del domicilio social, número de teléfono y dirección de correo electrónico.	25	21	0
De los precios finales con inclusión de los impuestos.	38	1	7
En su caso, de los gastos adicionales de transporte, entrega o postales del documento de entrada o pase y en su caso, cualquier otro gasto.	22	7	17
Los procedimientos de pago, entrega y ejecución.	36	7	3
En caso de que la entrega se haga por un método diferente al correo electrónico, la fecha de entrega del documento de entrada o pase, al festival o evento	15	14	17
La fecha de ejecución del festival o evento	45	0	1
El procedimiento para atender las reclamaciones de consumidores y usuarios, así como en su caso el sistema extrajudicial de resolución de conflictos.	18	27	1
Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por cualquier contrato u oferta, el empresario la obtención del consentimiento expreso para todo pago adicional a la remuneración acordada para la obligación contractual principal	32	4	10
<b>CONTRATACIÓN</b>			
Las condiciones generales del contrato cumplen la exigencia de no incorporar cláusulas que puedan considerarse abusivas.	15	29	2
<b>EJECUCIÓN DEL CONTRATO</b>			
Si el empresario se reserva el derecho a modificar o sustituir el contenido de la oferta, se informa que la persona usuaria podrá ejercer sus derechos de desistimiento y resolución en los mismos términos del servicio inicialmente contratado.	17	28	1
<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>138</b>	<b>59</b>

Tabla 2. Resultados agregados por requisito



Comunidades autónomas	Nº de operadores económicos inspeccionados	Sí (%)	No (%)	No procede (%)
I. Baleares	6	41,7	26,4	31,9
C. Valenciana	15	56,7	38,3	5,0
R. Murcia	15	93,9	4,4	1,7
Castilla-La Mancha	10	45,0	35,0	20,0

Tabla 3. Resultados agregados por CCAA sobre el cumplimiento de requisitos analizados.

## 5. Conclusiones generales

El análisis realizado sobre las páginas web dedicadas a la venta electrónica de entradas para festivales, que abarca 46 operadores y 12 parámetros de control (**un total de 552 verificaciones**), pone de manifiesto que el nivel global de cumplimiento alcanza el 64,3 %, mientras que los incumplimientos representan el 25 % y los casos no aplicables el 10,7 %. Estos resultados evidencian que, aunque la información esencial para la contratación suele estar disponible, persisten deficiencias significativas en aspectos que garantizan los derechos del consumidor.

Los datos muestran que los elementos básicos de transparencia están bien consolidados. La identificación del empresario y las características esenciales del servicio se cumplen en el 100 % de los casos, y la fecha de ejecución del festival se comunica correctamente en el 97,8 %. Asimismo, la información sobre precios finales con impuestos alcanza un 82,6 % de cumplimiento, lo que confirma que la información imprescindible para la decisión de compra está generalmente bien cubierta.

Sin embargo, el estudio revela importantes áreas de mejora. Las condiciones generales del contrato presentan un 63 % de incumplimiento, y la información sobre el derecho de desistimiento cuando el empresario se reserva modificaciones alcanza un 60,9 % de errores. Los procedimientos para atender reclamaciones y la resolución extrajudicial de conflictos son incorrectos en el 58,7 % de los casos, mientras que la información completa de contacto (dirección, teléfono y correo electrónico) muestra un 45,7 % de incumplimiento. Estas carencias limitan la capacidad del usuario para ejercer sus derechos y generan riesgos de falta de transparencia.

Otros aspectos también requieren atención. La información sobre costes adicionales y plazos de entrega cuando no se utiliza correo electrónico es insuficiente: la fecha de entrega solo se indica correctamente en el 32,6 % de los casos, y los gastos adicionales presentan un 47,8 % de cumplimiento, con un elevado porcentaje de “no procede” (37 %), lo que evidencia opacidad en costes y condiciones.

Por último, se observa una marcada desigualdad territorial. La Región de Murcia destaca con un 93,9 % de respuestas afirmativas, frente a Islas Baleares (41,7 %) y Castilla-La Mancha (45 %), que presentan mayores niveles de incumplimiento en aspectos contractuales y reclamaciones. La Comunidad Valenciana se sitúa en un nivel intermedio, con un 56,7 % de cumplimiento.

En conclusión, aunque la información básica para la venta está consolidada, los datos confirman que más del 60 % de las webs incumplen en condiciones contractuales y derechos del consumidor, y que casi el 40 % no informan adecuadamente sobre costes adicionales y plazos de entrega. Es prioritario reforzar el control en estas áreas para garantizar la transparencia y la protección efectiva del usuario.

Nota: Información elaborada en el seno de la Conferencia Sectorial de Consumo.