



## **NOTA INFORMATIVA SOBRE LA APLICACIÓN DE RECARGOS Y OTROS GASTOS DE GESTIÓN EN LA CONTRATACIÓN A DISTANCIA DE ENTRADAS PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS**

La adquisición a distancia, principalmente a través de internet, de entradas para espectáculos públicos, tales como festivales de música, conciertos o musicales, en ocasiones lleva aparejada una serie de costes o recargos adicionales al precio de la entrada que se adquiere y que el consumidor abona junto con el precio de esta.

De acuerdo con la normativa de consumo, en especial, el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (el TRLGDCU), así como con la jurisprudencia al efecto, estos costes o recargos adicionales, en caso de existir, deben cumplir una serie de requisitos:

- Deben referirse exclusivamente a servicios que reciban los consumidores finales, sin poder traspasar a estos, por este medio, costes por servicios que reciba exclusivamente la empresa promotora del evento.
- Deben estar incluidos en el precio final que se muestra al consumidor, junto con los potenciales impuestos aparejados a cada servicio, en todo momento que se publicite el precio en este canal de venta, si bien deberán estar debidamente desglosados de forma adicional para que el consumidor pueda conocer el precio de cada servicio o producto que recibe.

En el caso de que los costes no estén correctamente reflejados en la información facilitada, el consumidor o usuario no tendrá la obligación de abonar dichos gastos o costes.

- Para un mismo evento o espectáculo, los costes adicionales no pueden variar en función del precio de la entrada de dicho evento o espectáculo, ni ser un porcentaje sobre el precio base de la entrada, salvo que dicha diferencia esté justificada sobre la base de servicios adicionales ofrecidos al consumidor.
- No pueden ser superiores a los costes adicionales soportados por el consumidor al adquirir presencialmente las entradas para los mismos eventos o espectáculos, salvo que dicha diferencia esté justificada sobre la base de servicios adicionales ofrecidos al consumidor.
- En el caso de que las entradas para el evento o espectáculo sean nominativas, no se pueden cobrar costes adicionales por la rectificación de errores en el nombre, cuando esta rectificación esté vinculada a un error ortográfico o tipográfico en las contrataciones online.
- No se pueden aplicar costes adicionales por acciones que recaen sobre el consumidor, como la impresión de la entrada, o la recepción y almacenaje de esta en un dispositivo móvil.
- Si se opta por la recepción postal de la entrada adquirida, cuando esta sea una de las diferentes opciones ofrecidas al consumidor, no se pueden aplicar recargos desproporcionados sobre el valor de impresión y envío de esta.



- En el supuesto de cancelación del evento o espectáculo, o de la modificación sustancial del mismo (por ejemplo, cambio en la fecha, de lugar, de los principales artistas participantes, etc.) sin que el consumidor acepte las alternativas ofrecidas por el promotor, no se pueden establecer costes aparejados a la devolución de las entradas, que deberá ser íntegra.