

CONSTANCIA SOBRE LA REVENTA DE BOLETERIA

La reventa de boletería en Colombia se convirtió en un abuso normalizado. Y no es solo en el fútbol ni en un tipo de evento: es en cualquier espectáculo donde haya demanda real. El patrón se repite tanto que ya casi nadie se sorprende: la gente ahorra, hace fila, entra a los canales oficiales, trata de hacer las cosas bien, y de todas formas pierde. Los tiquetes se agotan en minutos y aparecen al rato en reventa al doble, al triple, a precios que no tienen nombre.


Pero hay algo que mucha gente sospecha y casi nadie dice en voz alta: ese agotamiento no siempre es culpa del mercado. A veces es un acuerdo. Hay quienes hacen parte del mismo sistema, de las organizadoras, de las comercializadoras, y apartan bloques de boletería antes de que salgan al público para canalizarlos hacia revendedores. Cuando eso pasa, la fila virtual no es una competencia, es una pantalla. Las boletas ya tenían dueño antes de que abriera la venta. Y encima están los bots, que cualquier revendedor externo usa para acaparar lo que queda en segundos. Son dos mecanismos distintos, pero llegan al mismo resultado: el que compra de buena fe siempre llega tarde a un juego que ya estaba definido.

Esto no es teoría. En el fútbol ya quedó demostrado con una sanción concreta: la Superintendencia de Industria y Comercio encontró responsables y sancionó a la Federación Colombiana de Fútbol, a empresas comercializadoras y a personas naturales por desviar boletería de partidos de la Selección hacia la reventa con sobrepuestos de hasta el 350%. No fueron unos simples revendedores de esquina. Fue una red que venía operando desde adentro.

En los espectáculos el cuadro es igual. Recordemos lo que pasó cuando se promocionó a Silvio Rodríguez, que volvió a Colombia en 2025 después de más de 15 años sin venir. Las boletas se agotaron en menos de 24 horas y de inmediato aparecieron en reventa: entradas de \$180.000 se estaban ofreciendo a 2 millones de pesos. Y no quedó solo en denuncias de fans: la Superindustria investigó a Páramo Presenta, a Ticketmaster y a Taquilla Live por cambios de sede sin avisar, modificaciones en los horarios de venta sin informar a los compradores, y cláusulas diseñadas para que las empresas no respondieran por nada. No solo hubo reventa. Hubo un sistema fallando en varios puntos al mismo tiempo.

Y para no irnos más allá, miremos el caso más reciente, el de la agrupación coreana de K-pop BTS, y lo traigo no por el artista sino porque junto con lo de Silvio demuestra algo que no tiene vuelta: esto no es un problema de un género musical ni de un tipo de público. Los seguidores de Silvio Rodríguez y la ARMY de BTS no tienen nada que ver entre sí. Mientras uno es trova cubana, adulto, latinoamericano, el otro es K-pop, joven, global. Y a los dos les pasó exactamente lo mismo. Si el problema fuera el público, los casos serían distintos. No lo son.

BTS además tiene un peso particular para Colombia. Es la primera vez que vienen al país. En giras anteriores por América Latina pasaron por México, Brasil, Chile y Argentina, y Colombia nunca estuvo en el mapa, pese a que durante muchos años fueron aclamados por sus fans. La ARMY colombiana, como son llamadas sus fans, no estaban esperando un concierto más, estaban esperando este, el primero, después de muchos años de quedar por fuera. Y aun así


28. 11. 2026

cerca de 300.000 personas en fila virtual vieron cómo las boletas desaparecían para aparecer en reventa hasta a 19 millones de pesos.

La pregunta que nadie responde es siempre la misma: ¿cuántas de esas boletas salieron realmente al público, y cuántas ya tenían destino antes de que abriera la venta?

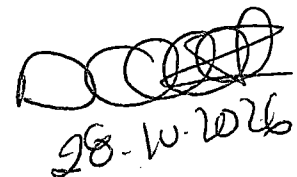
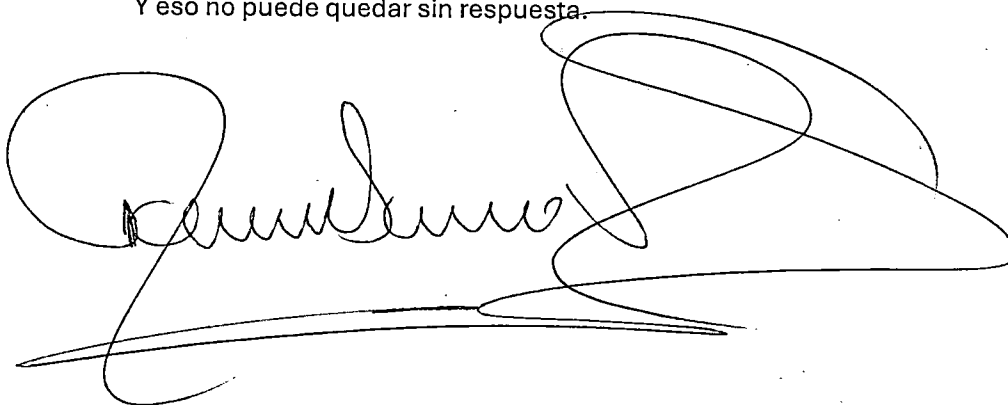
Yo sé que hay reglas. Que existen mecanismos de control, trazabilidad, normas de identificación. Pero los hechos muestran que eso no está alcanzando. Que alguien siempre encuentra cómo saltarse los controles, o peor, que los controles no están pensados para atrapar a quienes operan desde adentro.

Y no es que no haya soluciones. Otros países ya las aplican. Reino Unido tiene legislación específica contra la reventa especulativa. Francia limitó los precios por ley. En varios estados de EE.UU. las boletas son nominadas e intransferibles. No hay que inventar nada. Hay que tener la voluntad de aplicarlo. Porque el argumento de que "esto siempre va a existir" no es una razón. Es una excusa.

La emoción de la gente no puede seguir siendo el negocio de unos pocos. Mientras el fan, la familia, el consumidor que hizo el esfuerzo queda por fuera o endeudado, otros lucran con sus ganas, con su ilusión, con años de espera. Eso no es un problema menor. Es un problema de fondo.

Por eso esto va dirigido al Congreso, a la Superintendencia de Industria y Comercio, al Ministerio de Comercio y a quienes organizan y comercializan estos eventos: el problema ya está documentado, ya tiene antecedentes sancionatorios y ya tiene cara. Lo que falta es voluntad para abordarlo en serio. Porque si después de todo lo que pasó con la Federación de Fútbol, con Silvio Rodríguez, y con lo que seguimos viendo, el resultado sigue siendo el mismo, el mensaje que se le manda a la ciudadanía es uno solo: que la especulación tiene más protección que el consumidor.

Y eso no puede quedar sin respuesta.



28.10.2026