



# Coctel en reventa de Ticketmaster: atraso tecnológico y complicidad

La empresa emite hasta 30 millones de boletos al año, mismos que se disputan revendedores en varios niveles; empleados y extrabajadores señalan puntos débiles de la empresa

**Desfalco.** Entre 25 y 30 millones de boletos de Ticketmaster para conciertos, espectáculos deportivos, obras teatrales y otros eventos de entretenimiento son disputados cada año por revendedores, lo mismo ejecutivos o callejeros, tradicionales o sofisticados, de cuello blanco.

Se trata del boletaje promedio emitido por esa empresa, hoy en la mira tras el desfalco masivo durante las presentaciones del rapero Bad Bunny en el estadio Azteca.

Empleados y exempleados tie-

nen identificadas las razones: boletos duplicados, falsos o clonados; sobreventa, fallas en el sistema usado para cargar las entradas, hackeos, sustracción y venta de códigos y hasta pillaje por parte de los integrantes de Grupo Lobo, encargados del escaneo y seguridad en los accesos del inmueble.

“Trabajé en Lobo y la indicación siempre fue que quitaras los boletos para agilizar la entrada, pero algunos verificadores se los daban después a los revendedores”, narró Esteban García, quien estuvo en el grupo alrededor de cinco años. **PÁGS 6-7**



# Caso Ticketmaster: “Reventa le representa un negociazo que no pasa ni por bancos ni el SAT”

El interés de 4.5 millones de personas, en especial jóvenes, por sólo 120 mil localidades, fue el ambiente propicio para la reventa. Este reportero se reunió con empleados de Ticketmaster: hablaron de complicidad, de un doloso rezago tecnológico y de la sustracción furtiva de papel

## Desfalco masivo

**Daniel Blancas Madrigal**  
(Primera parte)

Entre 25 y 30 millones de boletos para conciertos, espectáculos deportivos, obras teatrales y otros eventos de entretenimiento son disputados cada año por revendedores, lo mismo ejecutivos o callejeros, tradicionales o sofisticados, de cuello blanco.

Porque la reventa en México tiene múltiples perfiles y rasgos...

Se trata del boletaje promedio emitido —sin considerar el freno de la pandemia— anualmente por la empresa Ticketmaster, hoy en la mira tras el desfalco masivo durante las presentaciones del rapero Bad Bunny en el estadio Azteca.

El interés de 4.5 millones de personas, en especial jóvenes, por sólo 120 mil localidades fue el ambiente propicio para las transas.

“La persona jurídica Ticketmaster puede ser penalmente responsable de los delitos cometidos en su nombre, por su cuenta y beneficio. Se acredita la inobservancia del debido control de su organización, en perjuicio de miles de personas ilusionadas por ver a su artista favorito”, refirió el abogado Daniel Vergara, en quien se han refugiado decenas de afectados y cuyo objetivo es llevar el caso ante la Fiscalía General de la República.

A una semana, son diversas las versiones sobre el trasfondo de lo sucedido: boletos duplicados, falsos o clonados; sobreventa, fallas en el sistema usado para cargar las entradas, hackeos, sustracción

y venta de códigos y hasta pillaje por parte de los integrantes de Grupo Lobo, encargados del escaneo y seguridad en los accesos del inmueble.

Pero el hilo conductor de todas esas razones sólo es uno: el millonario negocio de la reventa.

“Trabajé en Lobo y la indicación siempre fue que quitaras los boletos para agilizar la entrada, pero algunos verificadores se los daban después a los revendedores”, narró Esteban García, quien estuvo en el grupo alrededor de cinco años.

“El titular de la Profeco, Ricardo Sheffield, quien lleva contabilizados alrededor de dos mil timados, lo resumió así: “Ticketmaster tiene funcionarios corruptos y delincuentes. Se recuperará lo invertido en los boletos, excepto en los casos relacionados con delincuencia organizada”.

Este reportero se reunió en los últimos días con empleados y exempleados de Ticketmaster, quienes aceptaron ser grabados y revelar los manejos al interior de la empresa: hablaron de complicidad, de un doloso rezago tecnológico y de la sustracción furtiva de papel.

**DOLO**  
Ticketmaster lleva 42 años operando en el ámbito internacional y 31 en el mercado mexicano. Tiene el monopolio de hasta 4 mil funciones al mes a nivel nacional, en por lo menos 270 inmue-

bles afiliados.

“Corporación Interamericana de Entretenimiento es la dueña de las diferentes empresas: la boletería, Ticketmaster; la comercializadora de espectáculos, OCESA; la de seguridad y escaneo de boletos, Grupo Lobo, además de Eco en Vivo, más alternativa; Mejor Teatro, productora teatral en los lugares que pertenecen al conglomerado: Teatro Telcel, Metropolitan y Plaza Condesa, y otras compañías que montan los eventos foráneos. Y todas se dan servicio unas a otras”, relató Arturo, quien trabaja en la compañía desde 2014.

**Siempre se había pensado que Ticketmaster era trasnacional...**

Después de que nació en Estados Unidos la empresa buscó expandirse a otros países y decidió vender su operación a un grupo de empresarios en México, es una especie de franquicia que paga la renta del nombre e infraestructura, software y sistema de boletaje llamado TM Win.

**Sobre los nexos con la reventa, describió:**

“Lo que antes era un negocio personal o familiar, recuerdo un revendedor muy famoso que le decían El Oso, hoy ya es delincuencia organizada que contrata gente, crea páginas web para reventa, tiene operadores que entregan, crean cuentas de depósito y ofrecen tickets en redes sociales y, lo peor, que están coludidos con la gente de Ticketmaster y OCESA, y con la policía. Si detienen, es a los que llevan unos cuantos boletos, no a los peces gordos”.

La CEO de Ticketmaster es hoy Lorenza Baz Braun, quien —afirmaron los



## OTROS NÚMEROS DE TICKETMASTER

**160**  
socios comerciales

**3.5 millones**  
de compradores únicos

**Más de 90 millones**  
de visitas anuales  
en sitio web

colaboradores- “estaba fuera de México cuando detonó lo de Bad Bunny”.

Iván Rodríguez, quien colaboró durante varios años en el área digital de la boletería, conoció de otros escándalos internos:

“Ha habido directores involucrados en fraudes para la Fórmula 1: apoderándose del área comercial y de ventas especiales o de grupo propusieron boletos conmemorativos, lo que no se puede hacer, porque el boleto se le compra a Ticketmaster Estados Unidos y, si hay

