

Ante reclamos por los valores de entradas para U2, que llegan a 287 mil pesos

Empresas productoras explican por qué cobran altos precios por los megaconciertos

Aseguran que Chile es un mercado pequeño y lejano, lo que encarece la producción. Además, hacen desglose de todos los cargos que deben pagar. "Si el precio fuera menor, no sería viable hacer los shows", dicen de DG Medios.

FERNANDO MARAMBIO

Desde que fueron publicados los precios de los boletos para el show de U2 en el Estadio Nacional, el 14 de octubre, comenzaron los reclamos en Twitter, alegando que estaba todo muy caro. Los costos van desde 287.500 a 44.850 pesos, incluidos los cargos por servicio de la ticketera.

En una nota publicada por el diario "La Tercera" informó que los tickets están entre los más caros del mundo y superan lo que se cobra en Los Angeles (entre 207.390 y 25.756 pesos) o Londres (161.492 y 34.802 pesos). Sin embargo, hasta el día de hoy se han vendido más de 35 mil entradas para el show en el Nacional.

¿Por qué este evento en Chile es más caro que en otros lados? Jorge Ramírez Arrayás, gerente general de la Asociación de empresas productoras de entretenimiento y cultura (Agepec), explica que hay una serie de factores que condicionan los precios de los megaconciertos.

"Tenemos que considerar factores geográficos, pues estamos muy al sur y eso supone mayor costo en el transporte. También hay un tema demográfico, ya que tenemos un mercado interno pequeño. En Chile los artistas se presentan sólo en Santiago, mientras en Brasil pueden hacerlo en Río de Janeiro, Sao Paulo y Curitiba, con lo cual se prorratan los gastos", sostiene Ramírez.

Ramírez agrega que del total del dinero obtenido en recaudación, la productora se queda con una cantidad menor. Acá va el desglose.

-56% en producción: Acá se considera el pago a los artistas, el traslado de equipos grandes y pesados, los viáticos, los alojamientos y las visas de trabajo.

"Las visas no son baratas. Cuando un artista viene con su grupo de trabajo (técnicos, roadies, músicos, tramoyas, asistentes, etc), cada uno debe pagar. En caso de ser norteamericano, hablamos de 870 dólares por cada uno (578 mil pesos) y 1.200 en caso de un británico (798 mil). Si el artista retorna, hay que volver a pagar. En el último show de Rolling Stones (2016), los productores pagaron más de 100 mil dólares (66 millones)", sostiene Ramírez.

-19% de IVA: El gerente de las empresas productoras sostiene que este

7%
COSTO
ESTADIO
NACIONAL

19%
IVA

56%
ORGANIZACIÓN

3%
TARJETAS
DE CRÉDITO
Y DÉBITO

5%
SCD

10%
GANANCIA

cargo es completamente legal y no lo discuten. "Si en Chile los libros tienen IVA nos parecería presuntuoso pedir beneficios especiales", afirma el gerente de Agepec.

-7% para el Estadio Nacional: Raíela Fornazzari es media manager de DG Medios, la productora que trae a U2. Explica que el Estadio Nacional les cobra un importe variable de "un 7% de la venta de todos los tickets, incluidos aquellos que salen en la preventa". Además, las productoras deben pagar el arriendo del recinto, cercano a los 20 millones.

-5% a la Sociedad Chilena del Derecho de Autor: "Cobramos poco en relación con Argentina, Uruguay y Colombia, que llegan al 10%", explica Mario Rojas, vicepresidente de la SCD. De ese porcentaje, un 80% más o menos va directo a los artistas que han compuesto la música y aproximadamente el 20% queda para la sociedad chilena, que lo ocupa en "promover y ayudar a los artistas y la industria local", agrega Rojas. "Las entradas son caras por muchos motivos. Se trata de un negocio de las productoras", completó.

-3% para las tarjetas de crédito y débito. "Este monto es variable y depende del uso de esas tarjetas. No es fijo", comenta Carlos Lara, director ge-

"¿Caras? Es una percepción relativa", dice economista

Francisco Aravena, académico de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad San Sebastián, no considera que las entradas a megaespectáculos sean caras en Chile. "Cara es una percepción relativa", asegura, pues depende de un tema de precios y expectativas. De acuerdo a su análisis, al tener un foro acotado y al ser ofrecidas por una sola productora, las empresas funcionan como "un monopolio con un producto exclusivo", por lo cual "los precios se optimizan. Esos tickets buscan a una audiencia que se encuentra en el público con mayores ingresos".

"También se reclama mucho por los precios supuestamente prohibitivos de los partidos de la Selección pero la gente va igual, lo único que ocurre es que cambia el tipo de público. Como sucede en los conciertos, aún personas con menos ingresos están dispuestas a endeudarse y pagar en cuotas", agrega. Según dice, además incide el nivel de ingresos en nuestro país.

rente de la productora Swing. Lara sostiene que ese monto es un porcentaje bajo que las ticketeras les descuentan a los organizadores por el uso de Transbank.

-10% de ganancia para la empresa. Según Jorge Ramírez este margen

es variable y depende si al evento le va bien. "Es una rentabilidad interesante", agrega. "Si cobráramos menos, si el precio fuera menor, no sería viable hacer los shows y mantener empresas que deben pagar sueldos", agrega Raíela Fornazzari, de DG Medios.