



**CONDICIONES DE VENTAS
PARA AGENCIAS DE VIAJES
GRUPO LATAM**

1. OBJETIVO	3
2. ALCANCE	3
3. ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES	3
4. CONDICIONES DE VENTA	3
4.1. Comisiones	3
4.2. Cumplimiento de Procedimientos Comerciales.	4
4.3. Contenido	5
4.4. Transparencia	5
4.5. No discriminación y despliegue	5
4.6. Descuentos y sobrecargos	6
4.7. Distribución de contenido y tarifas LATAM	6
4.8. Uso de Datos	7
4.9. Eficiencia	8
4.10. Uso de marca	9
4.11. Irregularidades	9
4.12. Uso eficiente de placas	9
4.13. Información del y para el pasajero	10
4.14. Programa de Viajeros Frecuentes	10
5. AUDITORÍA	11
6. SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO	11
7. MODIFICACIONES A LA POLÍTICA	11
8. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS	11
9. DECLARACIÓN DE LA NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN	12
10. PCI COMPLIANCE	12
11. Glosario	13
Anexo 1: Resolución 890 I	14
ANEXO 2: Irregularidades de Reserva (PIA)	18



1. OBJETIVO

Esta Política tiene por objetivo definir las condiciones de venta y reserva de LATAM Airlines Group, LATAM Airlines Brasil, LATAM Airlines Colombia, LATAM Airlines Perú, LATAM Airlines Argentina, LATAM Airlines Ecuador, LATAM Airlines Paraguay y sus compañías aéreas relacionadas (en adelante, "LATAM") con la finalidad de estandarizar los procesos de la venta indirecta. La relación entre LATAM y las agencias está definida por (i) las Resoluciones No. 824, No. 818G y el Manual de Ticketing de la IATA, (ii) el Acuerdo de Información para Agentes de la Airlines Reporting Corporation (ARC), (iii) el Plan de Facturación y Liquidación (BSP), (iv) esta política, (v) los procedimientos a las que esta política hace referencia, (vi) todos los demás reglamentos y regulaciones vigentes que LATAM puede publicar y modificar cada cierto tiempo y (vi) las leyes aplicables de cada país.

2. ALCANCE

Este documento es aplicable a todas las agencias de viajes que reservan y/o emiten productos y/o servicios de LATAM, incluyendo las agencias designadas por LATAM como agentes para distribuir sus productos y servicios ("Designación") según la Resolución No. 824 de IATA y cualquier agente o persona que reserva y/o emite productos y servicios de LATAM para terceros a través de un GDS u otra herramienta (en adelante "Agencia" o "Agencias").

3. ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES

La realización de reservas y ventas por parte de la Agencia de productos, pasajes, Ancillaries (como se definen en el punto 4.3 siguiente) y servicios de LATAM posterior a 30 días de publicadas estas condiciones de venta junto con los demás documentos detallados en el punto 1 anterior, son indicativo del consentimiento y la aceptación de todos los términos y condiciones de este documento. Cualquier cambio o modificación sobre este documento, será informado a las agencias con 15 días calendario de anticipación.

Así mismo, la agencia se compromete a hacer uso correcto del inventario disponibilizado en los GDS y/o en la conexión directa NDC by LATAM, caso contrario se somete al sistema de sanciones establecidas en el punto 6 del presente documento.

La Agencia emisora de los boletos aéreos es responsable del buen uso y penalidades del Anexo –1 y 2 que forman parte del presente documento y a cuyos términos se compromete a cumplir.

4. CONDICIONES DE VENTA

4.1. Comisiones

- a) LATAM tiene el derecho a modificar las políticas de comisiones, entiéndase por estas, sólo las comisiones voluntarias que son entregadas por LATAM a la Agencia. LATAM se reserva el derecho de modificar y comunicar sus programas de compensaciones y comisiones hacia las Agencias en cualquier momento que estime conveniente, con 1 mes calendario de previo aviso a las Agencias.

- b) Limitaciones a las comisiones. En caso que LATAM decida pagar comisiones a las Agencias, lo hará acorde a las políticas de comisiones vigentes en ese momento y lo hará únicamente para Agencias que hayan cumplido con las condiciones expresadas en este documento, además de todos los procedimientos, KPIs de cumplimiento y regulaciones publicados por LATAM que se encuentren vigentes. LATAM no pagará comisiones sobre las tasas e impuestos gubernamentales, ni cualquier otra comisión o costo de servicio que cobre directamente la Agencia y no sean propios de la aerolínea.
- c) La Agencia debe respetar las comisiones y condiciones particulares acordadas entre las partes. Entendiendo por lo anterior, el cumplimiento alcanzado de acuerdo a los parámetros previamente acordados y comunicados en el Modelo de Comisiones LATAM.
- d) La Agencia no puede emitir el pasaje en un país distinto a aquél en el que se realiza la venta con el fin de obtener una comisión más favorable de LATAM. Remitiéndose exclusivamente a él o los mercados y rutas que fueron previamente acordados; y siempre y cuando se cumplan los parámetros establecidos por el Modelo de Comisiones LATAM.
- e) El Modelo de Comisiones LATAM utiliza como método de pago oficial los Agency Credit Memos (ACM) de la IATA, los cuales serán pagados a través del BSP dentro de los plazos acordados y previamente comunicados entre las partes. En caso de algún país en particular que utilice una metodología de pago diferente, esta será acordada por ambas partes y en conformidad a los parámetros y KPIs establecidos por el Modelo de Comisiones LATAM.
- f) El cumplimiento de estos plazos de pago por parte de LATAM está sujeto al previo cumplimiento de las Agencias en relación a todos los aspectos y requerimientos previamente acordados de formato de facturación, detalles requeridos y montos acordados y comunicados. Esto es, que la factura se emita por el mismo monto del ACM correspondiente, que se incluya el número del ACM dentro del detalle de la factura y que la factura sea cargada en tiempo y forma por el canal oficial previamente acordado, además de detalles de dirección, nombre, entre otros particulares que se hayan acordado y preestablecido por LATAM.
- g) Desde el momento en que un ACM es emitido, empezará a correr el plazo de cobro, el cual consiste en los seis meses inmediatamente siguientes a la emisión del ACM. Una vez transcurridos seis meses desde la emisión del ACM, si el mismo no ha sido cobrado, entonces será borrado del BSP y la agencia no podrá hacer cobro del mismo ni solicitar la emisión de un nuevo ACM por el concepto en cuestión.

4.2. Cumplimiento de Procedimientos Comerciales.

La Agencia cumplirá con toda la normativa vigente en relación a políticas de venta y emisión de pasajes y regulaciones tarifarias de LATAM, que se encuentren vigentes al momento de realizar reservas o emitir, reemitir, cambiar, reembolsar, cancelar segmentos de vuelos o transporte o



vender cualquier otro producto de LATAM (en adelante, las “Condiciones”). La Agencia se compromete a cumplir con todas las leyes y reglamentos aplicables a las reservas, emisiones, reemisiones, cambios, reembolsos, cancelaciones de segmentos de vuelos o transporte de compañías aéreas en general. En particular, la Agencia debe aplicar correctamente los impuestos y tasas de embarque.

4.3. Contenido

La Agencia hará su mejor esfuerzo para mostrar al cliente todas las opciones de viaje, productos y servicios ofrecidas por LATAM, que se encuentren disponibles y que cumplan con los criterios de búsqueda del cliente en todas sus plataformas incluyendo las aplicaciones para teléfonos móviles.

Siempre que exista factibilidad técnica, la Agencia hará su mejor esfuerzo para dar al cliente la opción de reservar productos y servicios adicionales ofrecidos por LATAM, en la medida que éstos se encuentren disponibles, tales como asientos preferentes, upgrades, y equipaje adicional, entre otros (en adelante, los “Ancillaries”). La Agencia ofrecerá los Ancillaries de LATAM con los mismos estándares con los que ofrece los servicios adicionales de otras aerolíneas.

4.4. Transparencia

La Agencia garantizará y será responsable de que sus sistemas y procedimientos comerciales procesen, pongan a disposición y vendan de forma precisa y transparente el contenido, productos y servicios de LATAM en las mismas condiciones que LATAM publique a las Agencias a través de los sistemas o procesos acordados. La información debe comunicarse de forma transparente al agente de viajes y a los clientes finales en todas las instancias de comunicación y marketing mostrando siempre el precio final y toda la información relativa a las tarifas, servicios y cargos que realiza LATAM y los que realiza la Agencia.

Cualquier cargo comunicado por LATAM no debe alterarse por la Agencia. La Agencia hará su mejor esfuerzo para mostrar al cliente las condiciones relativas a franquicias de equipaje, derechos de elegir asientos, cambios y cancelaciones, entre otros, asociadas a la tarifa ofrecida. Sujeto a la factibilidad técnica también mostrarán tarifas alternativas ofrecidas por LATAM que se encuentren disponibles y que incluyen beneficios adicionales que puedan interesar al pasajero. En caso de servicios y cargos adicionales u opcionales a la tarifa aérea, la Agencia deberá informar oportunamente su valor al pasajero, asegurando al pasajero la libertad de poder aceptar o rechazar la oferta.

En caso de que la Agencia cobre al pasajero cargos de servicio adicionales por la emisión o reserva o prestación de servicios de la Agencia asociados a vuelos operados y/o comercializados por LATAM, estos cargos deben ser notificados y claramente descritos al pasajero de forma separada del valor de la tarifa aérea, haciendo expresa mención que este cargo es propio de la Agencia y no de LATAM.

4.5. No discriminación y despliegue

La Agencia usará criterios objetivos y transparentes para el despliegue de opciones de viaje para el cliente. La Agencia debe garantizar que sus sistemas y procedimientos desplieguen de forma neutral el contenido de LATAM, garantizando que las reglas que apliquen para el despliegue no

sean utilizadas para facilitar alguna inclinación por los productos y servicios de otras líneas aéreas o alterar los productos y servicios ofrecidos por LATAM. En el caso que la interacción con el cliente sea en línea o a través de una pantalla, las Agencias se comprometen a desplegar los productos y servicios de LATAM sin discriminación alguna respecto de otras compañías aéreas.

4.6. Descuentos y sobrecargos

La Agencia informará y mostrará al Cliente, la tarifa ofrecida por LATAM de forma transparente, sin modificaciones y no estará permitida la aplicación de descuentos ("Undercutting") a las tarifas publicadas en LATAM.com y/o canales de distribución, en todos sus canales de venta y de comercialización. En caso que las Agencias ofrezcan sobrecargos, de otra índole al cliente, mostrarán dichos sobrecargos de forma separada de la tarifa ofrecida por LATAM, garantizando que la disgregación no afecte que el cliente conozca el precio final.

La Agencia se compromete a no establecer cobros o sobrecargos arbitrarios a los productos o servicios ofrecidos por LATAM. En caso de aplicar algún costo o sobrecargo al pasajero, dicho costo o sobrecargo deberá ser informado de forma detallada al pasajero garantizando que la disgregación no afecte que el cliente conozca el precio final.

4.7. Distribución de contenido y tarifas LATAM

LATAM autoriza a cada Agencia, que cumpla con las condiciones y requerimientos exigidos caso a caso, para la comercialización y venta de los productos y servicios de LATAM directamente a los clientes B2B y B2C.

- a) LATAM se reserva el derecho de restringir el acceso a su contenido, a Agencias, terceros y afiliados que estén autorizados para re-distribuir, sub-consolidar, reasignar, publicar, promocionar el contenido LATAM por medio de sitios web, aplicaciones móviles o plataformas de e-commerce (ya sean "B2C" o "B2B"), lo anterior, según se disponga en la sección de "Sanciones por Incumplimiento", de este mismo documento.
- b) Para el caso de agencias que realicen venta online o por canales digitales estas deberán especificar el nombre de la parte receptora del contenido LATAM, su punto de venta, número de identificación IATA (en caso de agencias de venta online, se debe proporcionar IATA exclusivo para venta online), PCC específico, dirección, teléfono y la naturaleza y objetivo de la distribución y/o redistribución (ej. Consolidación, fulfillment, etc.). La información antes mencionada debe ser proporcionada a LATAM previo a la redistribución de contenido, por medio escrito.
- c) Las Agencias consolidadoras, entendiéndose aquellas que realizan ventas o emisiones de reservas realizadas por terceras agencias, serán plenamente responsables de las reservas en caso de que no cumplan con los requisitos de esta política y/o los procedimientos y regulaciones publicados por LATAM y estarán sujetas a las sanciones comprendidas por LATAM en esta política y/o cualquier otro documento relacionado con reglamentos o políticas específicas publicadas. En caso de que LATAM lo requiera, las Agencias Consolidadoras se comprometen a entregar a LATAM toda la información necesaria para

poder identificar a las terceras agencias que realizan las reservas que la Agencia Consolidadora emite.

- d) La Agencia se compromete a ofrecer a sus clientes sólo tarifas que LATAM tenga disponible al momento de la reserva y/o la compra de acuerdo a normativas y regulaciones tarifarias aplicables y publicadas. En particular, la Agencia debe:
1. ofrecer, reservar y emitir tarifas aplicables en el país en el que se realiza la venta de acuerdo al código IATA inscrito de la Agencia. En el caso de que la Agencia tenga un código IATA registrado en más de un territorio, no podrá realizar una reserva y/o venta en un territorio que no sea aquel donde el cliente efectúa la reserva o la compra, con el objetivo de vender una tarifa más favorable u obtener diferentes disponibilidades de clases.
 2. Respetar los acuerdos corporativos en caso de ser elegido por una empresa para la emisión de productos LATAM. La Agencia se compromete a utilizar el referido acuerdo exclusivamente para emisión de pasajes según lo establecido en cada contrato corporativo y a no hacer mal uso de descuentos asignados, por medio de OTA's y/o Consolidadores.
 3. Respetar las regulaciones tarifarias ligadas a contratos específicos celebrados entre una agencia y LATAM. La agencia se compromete a no hacer mal uso de sus descuentos y/o beneficios específicos y exclusivos de contratos de retail, OTA's, tour operadores, entre otros.
 4. Respetar las condiciones tarifarias de LATAM para tarifas aéreas asociadas a la contratación de servicios terrestres. En ningún caso la Agencia utilizará estas tarifas de forma individualizada sino sólo en la forma en que LATAM estipule dentro de los paquetes turísticos.
 5. Aplicar las regulaciones tarifarias en el cambio, remisión y devolución de pasajes, incluyendo la aplicación adecuada de multas y respetando los tiempos de estadía.

4.8. Uso de Datos

LATAM directamente o a través de sistemas y procesos autorizados pone a disposición ciertos datos (de aquí en adelante "Datos") para que las Agencias puedan vender productos y servicios de LATAM y prestar servicios relacionados a los clientes. Esos Datos incluyen pero no se limitan a información de tarifas, horarios, disponibilidad de inventario, servicios, atributos, entre otros. La creación y el mantenimiento de esos datos requiere altos recursos para analizar información de mercados, demanda, utilización de aeronaves, condiciones de aeropuertos e infraestructura, horarios de personal entre otros e involucra algoritmos, sistemas y procesos de análisis de creación de itinerarios, fijación de precios y gestión de rentabilidad que son críticos para la competitividad de LATAM. Los Datos que se intercambian con las Agencias también incluyen información de clientes, sus comportamientos y su relación con LATAM.

Todos esos Datos son sensibles y el acceso no autorizado a ellos puede conllevar una interrupción de los sistemas, riesgos de seguridad así como perjuicios significativos para LATAM desde un punto de vista comercial y legal, así como posibles sanciones económicas por incumplimiento.

Las agencias reconocen y aceptan que los Datos, sea cual fuere su origen, son de exclusiva propiedad de LATAM y el acceso y uso de los Datos por parte de la Agencia solo está permitido como consecuencia y condición de su Designación como Agencia y bajo las condiciones definidas en este documento y en el Contrato de Transporte de LATAM y sus anexos. Las Agencias habrán de garantizar a LATAM que cumplen con todas las normativas aplicables en materia de seguridad de la información, confidencialidad y protección de datos.

A modo de orientación, los siguientes ejemplos de acceso, utilización, distribución y re-comercialización de Datos de LATAM están prohibidos salvo previa autorización por escrito:

- a) facilitar, invitar a, o aceptar facilitar el acceso a, re-comercializar o redistribuir de otro modo, Datos de LATAM a terceros a través de procesos, robots web u otros dispositivos, programas informáticos o sistemas incluyendo sistemas de distribución global;
- b) vender o proporcionar de otro modo a cualquier persona o entidad, o conceder licencia respecto de programas informáticos u otros dispositivos capaces de acceder a datos de LATAM desde cualquier punto de origen;
- c) facilitar la publicación estructurada de datos de LATAM en medios electrónicos de terceros, incluyendo, entre otros, Facebook y Twitter;

La Agencia se abstendrá de llevar a cabo cualquiera de las anteriores actividades, indicadas a título de ejemplo, así como de cualquier acceso, uso, distribución o re-comercialización, no autorizados, de datos de LATAM, sin el consentimiento previo y escrito de LATAM. Si la Agencia tuviera conocimiento de que un tercero estuviera accediendo a, distribuyendo, re-comercializando o exhibiendo datos de LATAM obtenidos de cualquier forma a través de la Agencia, incluyendo a través del sitio web de la Agencia, sin la autorización escrita de LATAM, se lo notificará a LATAM sin demora y emprenderá todas las medidas razonables, incluidas de carácter comercial, tecnológico o legal, para evitar el acceso, la distribución, re-comercialización o exhibición no autorizados de datos de LATAM.

4.9. Eficiencia

Las Agencias harán sus mejores esfuerzos para que el proceso de consulta de itinerarios, tarifas y disponibilidad y el proceso de reservas y emisiones incluyendo la utilización de medios de pago sea lo más eficiente posible y así no causar costos innecesarios a LATAM o poner en riesgo el funcionamiento de los sistemas y procesos de LATAM. Aquello implica entre otros el uso eficiente de los sistemas y herramientas que LATAM autorice para estos efectos, incluyendo los sistemas de conexión directa que habilite LATAM así como los sistemas de Distribución global (GDS) existentes en el mercado.

Las Agencias no podrán acceder a LATAM.com o cualquier otro sitio web de LATAM utilizando dispositivos automatizados o electrónicos, conocidos habitualmente como “screen scraping”,



“robots” o “spiders”, u otros dispositivos electrónicos de búsqueda, para consultar itinerarios, tarifas o disponibilidad o extraer cualquier otra información de forma automática, sin previa autorización por escrito.

4.10. Uso de marca

La Agencia sólo podrá usar los nombres y las marcas de LATAM de buena fe para mostrar productos de LATAM a sus clientes, en calidad de agente autorizado de LATAM, siempre de acuerdo al diseño y las reglas establecidas por LATAM. Las Agencias no podrán usar los nombres y las marcas de LATAM donde se utilice las palabras LATAM y/o LAN y/o TAM, o demás que relacionen directamente con la aerolínea en razón a la propiedad intelectual y al uso exclusivo de marcas que tiene LATAM y que no ha concedido a las Agencias de Viajes, sin previa autorización por escrito de LATAM. En particular, la Agencia no podrá usar las marcas de LATAM en URLs ni anuncios publicitarios en buscadores web y no podrán usar las marcas de LATAM para aumentar el tráfico a su sitio web (por ejemplo, no puede hacer ofertas en palabras clave que incluyen alguna marca de LATAM en campañas publicitarias en buscadores web y ofertas SEM) sin previa autorización por escrito de LATAM. La Agencia tampoco podrá usar nombres y marcas similares a las de LATAM con el fin de hacer creer al cliente que se encuentra contratando directamente con LATAM. La Agencia deberá siempre hacer presente a sus clientes que su compra no es una venta directa de LATAM.

4.11. Irregularidades

La Agencia entiende que reservas fraudulentas, ficticias y abusivas no se encuentran permitidas y es responsabilidad de las Agencias asegurar que la emisión o reserva hechas por la Agencia reflejan la genuina intención del cliente de viajar. Las Agencias no podrán manipular la emisión de boletos o la reserva de ninguna manera, ni intentarán eludir los controles de viaje, incluyendo, entre otros, la acumulación de inventario y cualquier otra práctica prohibida en la Política de Distribución vigente detallada en el Anexo 1 y 2 del presente documento o cualquier otra política actualizada y publicada por LATAM a través de los canales oficiales.

- POLÍTICAS DE COBRO

4.12. Uso eficiente de placas

El proceso de emisión de tickets electrónicos LATAM automatizados debe realizarse de acuerdo a las resoluciones vigentes de las conferencias de tráfico de IATA sobre emisión y las políticas comerciales de la compañía, para facilitar la venta, agilizar los procesos internos y entre compañías.

- a) LATAM sólo permite la emisión de ticket electrónico.
- b) La Agencia sólo puede utilizar las placas de LATAM para emitir documentos de líneas aéreas con las que LATAM tenga acuerdos comerciales, que pueden ser diferentes para cada carrier de LATAM. Estos acuerdos son contratos de tráfico de

pasajeros y carga que se suscriben entre distintas líneas aéreas, para la aceptación de los distintos documentos de tráfico y de procedimientos estándar y estarán disponibles en la tabla GSA de su sistema de reservas, y la Agencia debe garantizar para emitir en placa LATAM que al menos uno de los segmentos debe involucrar a LATAM como participante y operador del vuelo.

- c) No está permitido emitir documentos de tráfico con compañías aéreas con las que no se tenga algún acuerdo comercial, por lo que se debe buscar otra opción para el viaje del pasajero, debido a que la aerolínea que opere no está en obligación de embarcar al mismo.
- d) No emitirán itinerarios que incluyan únicamente segmentos operados y publicados por LATAM en placa de otra aerolínea si LATAM es parte del BSP.
- e) Por requerimientos tributarios y administrativos el uso de cada placa (LA y LP) está dada por el operador del vuelo, en caso rutas Domésticas en el mercado peruano la placa a usar es la 544 (LP), en caso rutas internacionales deberá emitirse con placa 544, salvo donde el operador sea al 100% LA u otra compañía del grupo o con acuerdo comercial donde se emitirá con placa 045 (LA)

Para la emisión de pasajes, las Agencias cumplirán con las reglas y regulaciones de emisión establecidas por LATAM en referencia a ventas, tarifas y emisión de pasajes.

4.13. Información del y para el pasajero

Las Agencias pondrán a disposición de LATAM toda la información de contacto del cliente pasajero requerida por las autoridades gubernamentales y necesaria para poder entregar un buen servicio al cliente por parte de la aerolínea. Esa información incluye pero no se limita a número de teléfono, correo electrónico, número de pasajero frecuente y cualquier otra información requerida las entidades gubernamentales o ley aplicable de cada país según sea el caso.

Las Agencias tendrán la obligación de transmitir toda la información legal y comercial al pasajero, como fechas de compras, fechas de vuelos, penalidades, restricciones, anticipaciones de llegada a aeropuertos y demás, sin necesidad de que el pasajero se lo establezca esto en virtud de la obligación que se tienen como emisores del tiquete de servicio de transporte aéreo, en caso la Agencia no transmita la información correcta a LATAM para que LATAM pueda notificar al pasajero en caso de cambios de su itinerario, la Agencia es totalmente responsable de notificar al pasajero de forma oportuna de cambios de itinerarios y responsable por los costos asociados que pueda incurrir el pasajero por falta de información, así como de toda responsabilidad o multa en la que pueda incurrir LATAM por la falta de comunicación de la Agencia al pasajero.

4.14. Programa de Viajeros Frecuentes

La Agencia se compromete a cumplir con todas las reglas y políticas que regulan los programas de fidelización como son LATAMPASS y LATAM Fidelidad. LATAM se reserva el derecho de hacer uso



de todos los recursos tanto administrativos como legales en el caso que detectase cualquier uso indebido por parte de la agencia de los programas de fidelización de LATAM.

5. AUDITORÍA

LATAM podrá auditar a la Agencia, previo aviso escrito de 7 días calendario, para revisar los registros de ventas y reservas de LATAM y descartar mal uso o incumplimientos de cualquiera de las reglas fijadas por con respecto a la venta de sus productos y servicios.

LATAM se reserva el derecho de solicitar los comprobantes de las reservas y emisiones concernientes a todos los productos y servicios de LATAM y se reserva el derecho de auditar los libros y respaldos económicos de la Agencia para garantizar el respaldo financiero de las emisiones de tickets de LATAM para pagarlos a través del BSP o la entidad definida por las partes. La Agencia se compromete a enviar la información requerida en un plazo no mayor a 48 horas hábiles.

La Agencia hará sus mejores esfuerzos para usar un IATA o PCC separado para ventas en línea y ventas presenciales.

6. SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO

En caso de incumplimiento de alguna de las condiciones establecidas, LATAM se reserva el derecho de aplicar cualquiera de las siguientes sanciones: (i) realizar la emisión de ADMs, (ii) cobrar multas o cargos administrativos, según se especifique en esta y otras políticas relacionadas, (iii) suspender y/o limitar el acceso a los sistemas LATAM para efectos de reservas, emisiones y/o reemisiones a las Agencias y/o cualquier empresa que tenga autorización para distribuir o redistribuir contenido LATAM, (iv) quitar el derecho de la Agencia de Viajes a recibir comisiones, incentivos y/o beneficios del contenido LATAM, (v) hacer uso de acciones legales u otras formas de sanción por incumplimiento, siempre dentro del marco legal de cada país, como por ejemplo pero no limitado a; bloqueo de placas, suspensión de incentivos, sanciones económicas, entre otras.

7. MODIFICACIONES A LA POLÍTICA

Debido a necesidades comerciales y regulatorias en ciertos mercados, LATAM se reserva el derecho de modificar esta Política en cualquier momento. Los cambios entrarán en vigor 30 días después de la publicación de LATAM y/o después de recibir las Agencias la comunicación por correo electrónico. En ningún caso los cambios afectarán los pasajes y servicios comprados con anterioridad a la fecha de entrada en vigor.

8. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

La Agencia se obliga a mantener las condiciones y términos del presente en estricta reserva, así como toda información que se reciba o intercambie con ocasión del mismo. La Información

Confidencial sólo podrá divulgarse con la aprobación previa y escrita de la otra parte, o en caso que la Información Confidencial sea exigida legalmente por una autoridad gubernamental competente, orden judicial o en cumplimiento de la normativa aplicable. Esta obligación no se aplica a la información que: (i) sea de conocimiento público, sin que medie un acto ilegal de la parte receptora; (ii) ya fuera conocida por la parte receptora sin restricciones sobre divulgación al momento de la misma según este Convenio; (iii) la haya desarrollado en forma independiente una parte; (iv) o se haya obtenido de un tercero sin infringir una obligación contractual o legal con respecto a dicha información. Esta obligación de confidencialidad subsistirá al término o vencimiento de este Convenio por un periodo de tres años.

La Agencia se obliga a cumplir las normas de protección de datos aplicables, especialmente en lo relativo a su tratamiento y transferencia.

9. DECLARACIÓN DE LA NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

La Agencia declara tener conocimiento de las normas de anticorrupción aplicables que establezcan un sistema integral de responsabilidad corporativa e individual por actos de corrupción contra funcionarios públicos y extranjeros u organismos gubernamentales, y estar en conocimiento de que LATAM y las Empresas Relacionadas de LATAM tienen el compromiso de cumplir estrictamente con estas leyes (en adelante, la “Normativa Anticorrupción”). Al respecto, la Agencia declara conocer y aceptar que LATAM y sus Empresas Relacionadas están comprometidas en forma estricta al cumplimiento de la Normativa Anti-Corrupción. Asimismo, la Agencia declara estar en conocimiento de los objetivos y alcances de tal Normativa Anti-Corrupción y declara estar en cumplimiento con dicha normativa y mantenerse en cumplimiento de la misma.

Las declaraciones y compromisos de la Agencia en la presente cláusula han sido esenciales para la celebración del presente Convenio y su incumplimiento por parte de la Agencia le dará derecho a LATAM para poner término de inmediato al mismo, sin perjuicio de la indemnización de perjuicios que podrá reclamar con motivo de cualquier infracción por parte de la Agencia a las normas antes descritas.

Adicionalmente, la Agencia declara expresamente que se encuentra en conocimiento de la existencia y del contenido del Código de Conducta de LATAM, y garantiza que dará cumplimiento a todas las normas que del mismo le fueren aplicables. Una copia del Código de Conducta vigente se encuentra en www.latamairlinesgroup.net

10. PCI COMPLIANCE

El Agente deberá garantizar el pleno cumplimiento de los Estándares de Seguridad de Datos de la Industria de las Tarjetas de Pago (PCI), tal y como se encuentran dispuestos por las empresas de Tarjetas y a disposición de los Agentes a través de la IATA, y que todo dato de la tarjeta que sea sensible obtenido en el proceso de compleción de la transacción de ventas de tarjetas está siendo manejado, guardado y transmitido con el debido respeto y conforme a las normas establecidas por LATAM y cualquier resolución oficial de la IATA respecto de la seguridad de los datos.



Con el fin de garantizar la correcta protección de los datos del cliente, el Agente estará sujeto al cumplimiento de las cláusulas impuestas en la “Resolución 890” del “Manual del Agente de Viajes” publicado por la IATA en su edición 812 y 818g y válido desde Enero 2022.

Ante lo anterior, si una Agencia no desea obtener la certificación “PCI”, es de su exclusiva responsabilidad, dar aviso escrito certificado y remitido por su Representante Legal, a LATAM y quedará imposibilitado de realizar ventas con medio de pago, tarjeta de crédito o de débito.

11. Glosario

“Prácticas Abusivas”: se refiere a cualquier práctica considerada como irregular bajo los términos y condiciones de LATAM que estén ligadas a la reserva y/o venta.

“Ancillaries”: se refiere a servicios complementarios.

“API”: se refiere a Application Programming Interface.

“B2B”: se refiere al tipo de negocio en donde se generan transacciones entre empresas.

“B2C”: Se refiere al tipo de negocio en donde se generan transacciones comerciales entre una empresa y el cliente final.

“Contenido”: Se refiere a todas las tarifas y disponibilidades distribuidas por el API NDC de LATAM

“Datos”: se refiere a información de locación, identidad, POS, punto de generación de documentos, entre otros.

“Tarifa”: se refiere a los precios que LATAM asocia al servicio de transporte aéreo y ancillaries y que pueden ser adquiridos mediante una transacción de venta vía cualquier canal de distribución.

“API NDC LATAMI”: Se refiere a la API de LATAM basada en tecnología NDC (Nueva Capacidad de Distribución).

“Información Personal”: se refiere a cualquier información en relación a un individuo identificado o identificable.

“Transacciones”: se refiere a cualquier uso del inventario LATAM con propósitos comerciales. Esto incluye pero no está limitado a la reserva y compra de tickets.

Anexo 1: Resolución 890 I

RESOLUCIÓN 890

NORMAS DE LAS VENTAS CON TARJETAS DE CLIENTES

4.1. PAC(57)890/(Mail Vencimiento: Indefinido
ace A469)(excepto EE.UU) Tipo: B

no car CONSIDERANDO QUE los Miembros/Compañías Aéreas
carc desean otorgar su autorización a los agentes para que
realicen ventas con tarjetas de clientes en relación con
4.1. sus contratos mercantiles de aceptación de tarjetas, y

excl CONSIDERANDO QUE los Miembros/Compañías Aéreas
ción y los Agentes pretender establecer una serie de procedi-
tarje mientos definida a fin de garantizar el cumplimiento de
las normas de la industria de tarjetas de pago y eliminar
4.2. o reducir considerablemente su vulnerabilidad ante el

En fraude,

esta SE RESUELVE que se aplicarán las condiciones siguientes,
Mar y se cumplirán las disposiciones siguientes, en lo que
Res respecta a la venta de transporte aéreo de pasajeros y
disc servicios auxiliares cuyo pago se efectúe mediante una
pres tarjeta de cliente aceptada por el Agente en nombre de
un Miembro/Compañía Aérea en el mercado/región de
4.3. que se trate.

apr

1. DEFINICIONES

Una Las definiciones de los términos y expresiones utilizados
tarje en esta Resolución se encuentran en la [Resolución 866](#).

Un Las definiciones de los términos y expresiones utilizados
aut en esta Resolución se encuentran en la [Resolución 866](#).

2. NORMAS DE LAS VENTAS CON TARJETAS DE CLIENTES

4.4. El objetivo de la presente Resolución es otorgar la
4.4. autorización y los requisitos relacionados de cumplimiento
de las normas de la industria de tarjetas de pago para
que los agentes puedan hacer uso de los contratos
mercantiles de aceptación de tarjetas de los Miembros y
Compañías Aéreas, denominados conjuntamente en esta
Resolución como Miembro(s)/Compañía(s) Aérea(s),
4.4. cuando acepten pagos por la venta de transporte aéreo
de pasajeros y servicios auxiliares.

3. ACEPTACIÓN DE TARJETAS DE CLIENTES

3.1 Un Agente podrá aceptar tarjetas de clientes como
pago por la venta de transporte aéreo de pasajeros y
4.4. servicios auxiliares en nombre del Miembro/Compañía
de : Aérea cuyo Documento de Tráfico se emita, con sujeción
gar a las disposiciones de la presente Resolución y del
otra Manual BSP para agentes, según corresponda.

3.2 El Agente se asegurará de que el tipo de tarjeta de
cliente que se vaya a procesar durante la venta esté
aceptado como medio de pago por el Miembro/Compañía
Aérea cuyo Documento de Tráfico se esté emitiendo. La
4.4. aceptación de los distintos tipos de tarjetas de clientes
será establecida por cada uno de los Miembros/
Compañías Aéreas, y nada de lo contemplado en la

El Agente deberá cumplir los procedimientos locales de
presentación de informes, según lo contemplado en el
Manual BSP para agentes o, en países no pertenecientes
al BSP, según lo especificado por el Miembro correspon-
diente.

presente Resolución deberá interpretarse como una inter-
ferencia en tal decisión comercial independiente. Si es
necesario, el Agente podrá solicitar aclaraciones ponién-
dose en contacto directamente con el Miembro/Compañía
Aérea en cuestión.

3.3 En caso de que un Agente aceptara un tipo de tarjeta
de cliente no aceptado por el Miembro/Compañía Aérea
cuyo Documento de Tráfico se esté emitiendo, el Miem-
bro/Compañía Aérea cargará al Agente la falta de pago
por parte de la empresa emisora de la tarjeta mediante
una Nota de Débito de Agencia (ADM) o, en países no
pertenecientes al BSP, se realizará un ajuste posterior
por parte del Miembro cuyo Documento de Tráfico fue
emitido.

3.4 La presente Resolución otorga autorización para
aceptar solamente una tarjeta de cliente cuando se utilice
el contrato mercantil de aceptación de tarjetas del Miem-
bro/Compañía Aérea para percibir el pago por la venta de
transporte aéreo de pasajeros y servicios auxiliares. El
Agente no podrá aceptar ninguna otra tarjeta o modalidad
de pago que utilice el contrato mercantil de aceptación de
tarjetas del Miembro/Compañía Aérea, incluyendo cual-
quier tarjeta emitida a nombre del Agente o de una
persona facultada para actuar en nombre del Agente,
salvo que así lo haya autorizado específicamente dicho
Miembro/Compañía Aérea. El Agente será enteramente
y exclusivamente responsable de cualquier incumplimiento
del presente Párrafo 3.4 frente al Miembro/Compañía
Aérea en cuestión.

3.5 A la hora de emitir y presentar informes de los
Documentos de Tráfico, el Agente deberá asegurarse de
utilizar la forma específica de código y/o subcódigo de
pago aplicables a la modalidad de pago aceptada,
conforme a lo indicado por la IATA.

4. VENTAS EFECTUADAS CON TARJETAS DE CLIENTES

4.1 Autorización

El Agente está autorizado a aceptar ventas con tarjetas
de clientes solamente:

4.1.1(a) cuando la tarjeta de cliente y el titular de la
tarjeta estén simultáneamente presentes en el momento
de la transacción («Transacción con presencia física»), o

4.1.1(b) en transacciones con firma electrónica y cual-
quier otra forma de ventas con tarjetas de clientes en las
cuales la tarjeta de cliente y el titular de la tarjeta no
estén simultáneamente presentes («Transacción sin pre-
sencia física»), en cuyo caso se realizarán bajo la entera
y exclusiva responsabilidad del Agente.

4.1.2 En la presente Resolución no se incluye ninguna
autorización para las ventas cuyo pago se efectúe
mediante una tarjeta de cliente a través de Internet. Por
lo tanto, el Agente deberá ponerse en contacto con los
Miembros/Compañías Aéreas para obtener instrucciones
concretas.

5. TRANSACCIONES CON PRESENCIA FÍSICA

5.1 El Agente deberá comprobar la fecha de caducidad,
y, cuando proceda, la fecha de entrada en vigor de la
tarjeta de cliente.

5.2 El Agente deberá recoger los datos de la tarjeta de cliente (número de tarjeta, titular de la tarjeta, fecha de caducidad y, en su caso, fecha de entrada en vigor) mediante el uso de una impresora de tarjetas o de un «terminal lector de chips de punto de venta» conforme a lo definido por la industria de tarjetas de pago. Si el terminal lo solicita, el titular de la tarjeta podrá introducir un PIN en el mismo. Además, en los países del BSP, el Agente podrá introducir los datos de la tarjeta de cliente en el sistema del GDS a efectos de autorización de la tarjeta y de envío al BSP.

5.3 El Agente deberá obtener un código de aprobación de la autorización de la compañía emisora de la tarjeta generado por medio del sistema GDS para cada transacción según lo especificado en la Sección 4.4 y sin ningún tipo de intervención manual por parte del Agente de Viajes, a menos que se especifique de otra forma en el Manual BSP para Agentes o, en mercados no pertenecientes al BSP, según se especifique por el Miembro individual.

5.4 Cuando los datos de una tarjeta de un cliente desconocido, o de una tarjeta de cliente utilizada por primera vez, se introduzcan en el sistema de un GDS con el fin de obtener la autorización de la tarjeta, el Agente (con objeto de reducir su vulnerabilidad al fraude) obtendrá del cliente el «código de verificación de la tarjeta» (que es el código de 3 dígitos impreso en el reverso de la tarjeta de cliente, o el código de 4 dígitos impreso en el anverso de las tarjetas American Express) y lo incluirá en la solicitud de autorización de la tarjeta. En cuanto reciba el código de aprobación de la autorización, el Agente verificará el resultado de la comprobación del «código de verificación de la tarjeta». En caso de aviso de NO COINCIDENCIA, el Agente deberá considerar la transacción como rechazada y solicitar una forma de pago diferente.

5.5 En todo momento estará estrictamente prohibido el almacenamiento del «código de verificación de la tarjeta» por ningún motivo.

5.6 La firma del titular de la tarjeta en el UCCCF validado debe ser atestiguada por el Agente y cotejarse con la firma del reverso de la tarjeta de cliente.

5.7 El Agente no asumirá responsabilidad alguna por los pagos a los Miembros/Compañías Aéreas de las transacciones con presencia física, siempre y cuando el Agente haya cumplido las disposiciones de las Secciones 4 y 5 y, en los países del BSP, cualesquiera otras reglas y procedimientos contenidos en el Manual BSP para agentes.

6. TRANSACCIONES SIN PRESENCIA FÍSICA

6.1 Un Agente podrá, con sujeción a las disposiciones de la presente Sección 6, optar por aceptar transacciones sin presencia física incluyendo, a título enunciativo pero no limitativo, transacciones con firma electrónica y otras transacciones realizadas sin presencia de la tarjeta.

6.2 Transacciones con firma electrónica

6.2.1 En el caso de una transacción con firma electrónica, en la que el titular de la tarjeta autorice a un Agente a emitir un Documento de Tráfico con una tarjeta de cliente y en la que el formulario de cargo lleve el comentario Firma electrónica en el lugar de la firma, deberá existir un acuerdo claro por escrito entre el titular de la tarjeta, la empresa emisora de la tarjeta y el Agente. Las controversias surgidas entre el titular de la tarjeta y el Agente no eximirán al titular de la tarjeta de su responsabilidad frente a la compañía emisora de la tarjeta.

6.2.2 Los acuerdos de firma electrónica permiten a los agentes firmar el UCCCF en nombre del titular de la tarjeta. Tales acuerdos deben incluir la siguiente información:

6.2.2(i) definición de la duración del acuerdo;

6.2.2(ii) disposición relativa a la rescisión por cualquiera de las partes;

6.2.2(iii) requisito de que los cambios se realicen por escrito;

6.2.2(iv) número y fecha de caducidad de la tarjeta o tarjetas de cliente;

6.2.2(v) nombre(s) y firma(s) de muestra de todas las partes autorizadas a realizar compras en virtud del acuerdo.

△ **6.3** El Agente deberá obtener un código de aprobación de la autorización de la compañía emisora de la tarjeta generado por medio del sistema GDS para cada transacción según lo especificado en la Sección 4.4 y sin ningún tipo de intervención manual por parte del Agente de Viajes, a menos que se especifique de otra forma en el Manual BSP para Agentes o, en mercados no pertenecientes al BSP, según se especifique por el Miembro individual.

6.4 Cuando los datos de una tarjeta de un cliente desconocido, o de una tarjeta de cliente utilizada por primera vez, se introduzcan en el sistema de un GDS con el fin de obtener la autorización de la tarjeta, el Agente (con objeto de reducir su vulnerabilidad al fraude) obtendrá del cliente el «código de verificación de la tarjeta» (que es el código de 3 dígitos impreso en el reverso de la tarjeta de cliente, o el código de 4 dígitos impreso en el anverso de las tarjetas American Express) y lo incluirá en la solicitud de autorización de la tarjeta. En cuanto reciba el código de aprobación de la autorización, el Agente verificará el resultado de la comprobación del «código de verificación de la tarjeta». En caso de aviso de NO COINCIDENCIA, el Agente deberá considerar la transacción como rechazada y solicitar una forma de pago diferente.

6.5 En todo momento estará estrictamente prohibido el almacenamiento del «código de verificación de la tarjeta» por el motivo que fuese.

△ **6.6** Cuando esté disponible y sea relevante, el Agente llevará a cabo la transacción utilizando cualquier protocolo de seguridad en arreglo a lo que pueda ser requerido legalmente o por la Industria de Tarjetas de Crédito.

6.7 Aunque los datos de la tarjeta puedan haber sido verificados con anterioridad por el Agente, el pago del transporte aéreo de pasajeros y los servicios auxiliares en el caso de las transacciones sin presencia física se realizará bajo la entera y exclusiva responsabilidad del Agente.

7. CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE SEGURIDAD DE DATOS DE LA INDUSTRIA DE TARJETAS DE PAGO (PCI DSS)

7.1 Cumplimiento

Con el fin de proteger los datos del cliente, el Agente deberá garantizar su pleno cumplimiento de las Normas de Seguridad de Datos de la Industria de Tarjetas de Pago (PCI DSS) en lo que respecta a la emisión de Documentos de Tráfico cuyo pago se efectúe mediante una tarjeta de cliente aceptada por el Agente en nombre de un Miembro/Compañía Aérea. En caso de enmienda o modificación de las DSS de la PCI, el Agente, asumiendo la totalidad de los gastos, adaptará sin demora sus procesos y políticas de modo que siga cumpliéndolas plenamente. El Agente asumirá la plena y exclusiva responsabilidad por la seguridad de los datos de los titulares de las tarjetas que haya obtenido o recibido incluyendo, a título enunciativo pero no limitativo, el tratamiento, almacenamiento, transmisión y destrucción seguros de tales datos de los titulares de las tarjetas.

7.2 Requisitos de cumplimiento de las DSS de la PCI como Agente Acreditado

7.2.1 El Agente deberá cumplir los requisitos en materia de DSS de la PCI incluidos en las Normas para Agencias de Venta de Pasaje.

7.2.2 Acceso no autorizado, pérdida o revelación de datos de clientes

7.2.2.1 Notificación de acceso no autorizado, pérdida o revelación de datos de clientes

El Agente deberá notificar al Miembro/Compañía Aérea cualquiera de los siguientes hechos dentro de las 24 horas siguientes a su descubrimiento:

- (i) su incumplimiento de cualquier parte de las DSS de la PCI o la existencia de cualesquiera reclamaciones relacionadas con su incumplimiento;
- (ii) un acceso no autorizado, adquisición no autorizada, uso indebido, revelación o pérdida de la información identificativa de los clientes obtenida o recibida por el Agente, o cualquier reclamación relacionada con tales sucesos;
- (iii) reclamaciones relacionadas con un incumplimiento de las DSS de la PCI, como se describe en la Sección 7.3, dentro de un plazo máximo de 24 horas después de producirse dicho acceso, adquisición, uso indebido, revelación o pérdida, o la notificación del Agente de dicha reclamación.

7.2.2.2 Colaboración en la investigación de un acceso no autorizado, pérdida o revelación de datos de clientes

El Agente, a petición de un Miembro/Compañía Aérea, pondrá toda la documentación pertinente y las personas responsables de la implantación, mantenimiento y supervisión del cumplimiento de las DSS de la PCI por parte del Agente a disposición de los evaluadores de seguridad certificados (QSA), investigadores periciales, consultores o asesores jurídicos contratados por dicho Miembro/Compañía Aérea con el fin de facilitar la auditoría y revisión de la conformidad con las DSS de la PCI de tal Miembro/Compañía Aérea, así como a disposición del personal responsable de realizar las auditorías de tecnología de la información (TI) del Miembro/Compañía Aérea.

7.3 Responsabilidad e indemnización

El Agente, en la medida en que no se contemple en las Secciones 7.1 y 7.2 y en la máxima medida permitida por la legislación aplicable, asume la plena y exclusiva responsabilidad, y se compromete a eximir de toda responsabilidad e indemnizar a un Miembro/Compañía Aérea y a sus consejeros, directivos, empleados y agentes, por todas y cada una de las reclamaciones, pérdidas, lesiones, daños y gastos relacionados (incluyendo, a título enunciativo pero no limitativo, los honorarios razonables de asistencia letrada, los honorarios de los peritos y las costas judiciales), ya sean directos, indirectos, fortuitos o punitivos, resultantes o derivados de, o relacionados con, un incumplimiento de las DSS de la PCI, o con el acceso no autorizado, adquisición no autorizada, uso indebido, revelación o pérdida de la información identificativa de los clientes obtenida o recibida por el Agente incluyendo, a título enunciativo pero no limitativo, los datos de titulares de tarjetas en formato físico o electrónico, salvo en la medida en que el Miembro/Compañía Aérea o sus consejeros, directivos, empleados y agentes hubieran causado o contribuido a causar tales reclamaciones, pérdidas, lesiones o daños por razón de una negligencia grave o conducta dolosa por su parte.

8. RESPONSABILIDAD DEL ENVÍO DE LAS TRANSACCIONES CON TARJETAS DE CLIENTES

8.1 El Agente no será responsable del pago de la compañía emisora de la tarjeta a los Miembros/Compañías Aéreas de los importes por las ventas realizadas mediante tarjetas de clientes aprobadas para tales ventas por los Miembros/Compañías Aéreas cuyo Documento de Tráfico se emita, siempre y cuando el Agente cumpla todas las normas y procedimientos aplicables a la gestión de las ventas con tarjetas de clientes incluyendo, a título enunciativo pero no limitativo, las actividades de presentación de informes especificadas en el Manual BSP para agentes o, en países no pertenecientes al BSP, las instrucciones del Miembro específico.

8.2 Sin perjuicio de lo dispuesto en el Párrafo 8.1 anterior, el Agente deberá proporcionar un asesoramiento razonable al Miembro/Compañía Aérea que pueda tener dificultades para recibir el pago que se le debe.

8.3 Cuando un Agente que opere en un mercado del BSP realice una venta, dicho Agente deberá asegurarse de que las transacciones con tarjetas de clientes se envíen sin demora al Centro de Procesamiento de Datos o de enviar los UCCCF descritos en el Párrafo 4.3 de la presente Resolución, de conformidad con las normas y procedimientos especificados en el Manual BSP para agentes que correspondan. Si, como consecuencia de una falta de cumplimiento del Agente de todas las normas y procedimientos aplicables, el Miembro/Compañía Aérea no pudiera cobrar el importe pagadero por las transacciones, dicho Miembro/Compañía Aérea cargará mediante una ADM la pérdida al Agente que emitió el Documento de Tráfico.

9. REEMBOLSOS

9.1 Al efectuar reembolsos de las ventas realizadas con una tarjeta de cliente el Agente, además de las obligaciones descritas en su Contrato de Agencia de Venta de Pasaje, deberá cumplir las normas detalladas en el Manual BSP para agentes o, en países no pertenecientes al BSP, las dictadas por el Miembro específico.

9.2 Los importes que deban reembolsarse por Documentos de Tráfico no utilizados o utilizados parcialmente únicamente deberán abonarse en el número de Tarjeta de Cliente utilizado originalmente para el pago, en el caso de que el Documento de Tráfico objeto de reembolso hubiera sido pagado únicamente mediante una Tarjeta de Cliente. En el caso de que el Documento de Tráfico objeto de reembolso se hubiera abonado mediante varias formas de pago, el reembolso se realizará de conformidad con la [Sección 1 de la Resolución 824r](#).

ANEXO 2: Irregularidades de Reserva (PIA)

El presente anexo establece la prohibición para las agencias de viaje de realizar prácticas calificadas como irregularidades, constituidas por cualquier acto o conducta que de manera directa o indirecta modifique, altere o falsee lo dispuesto en el inventario de LATAM a través de los distintos GDS, ocasionándole un perjuicio al momento de realizar reservas y/o emisiones de boletos aéreos de las aerolíneas parte de su grupo. En ese sentido, las prácticas irregulares, cualquiera sea la forma que adopten o el medio que permita su realización, se encuentran prohibidas y serán sancionadas.

En relación a ello, las conductas que aquí se detallan son solo algunas de las irregularidades que se han podido identificar, lo cual no excluye que puedan existir otras conductas que también califiquen como tales, en concordancia con lo dispuesto en el párrafo que antecede.

Asimismo, LATAM estará facultado a cobrar las multas que se detallan en el presente documento o denegar el acceso a su inventario a las agencias de viaje que cometan irregularidades.

En este sentido, procedemos a definir algunas de las conductas que constituyen prácticas irregulares, sin que ello implique que éstas serán todas las que califiquen como irregularidades dentro del proceso comercial de adquisición y venta de pasajes a través de las agencias:

1. No Show

Ingresarán a cobro por No Show las reservas:

- Sin ticket emitido.
- Con ticket en status Void, Exchange, Refund o Flown. Que cumplan algunas de las siguientes características:
 - Se mantiene activa hasta la fecha del vuelo.
 - Posee un segmento en ruta nacional cancelado a menos de 3 horas de la salida del vuelo. o Posee un segmento en ruta internacional, en clase económica cancelado a menos de 24 horas de la salida del vuelo.
 - Posee un segmento en ruta internacional, en clase ejecutiva (cabines Premium Business y Business) cancelado a menos de 4 horas de la salida del vuelo.

Si ninguno de los aspectos anteriormente descritos se cumple, se recomienda apelar a través del Portal de Irregularidades de Agencias durante los plazos estipulados a fin de evitar cobros no deseados.



Los cargos netos* asociados a los cobros por concepto de No Show son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 25		
Sudamérica	USD 25	USD 25	USD 25
Otros Destinos	USD 25	USD 25	USD 25

***Valores no incluyen impuestos**

Para no caer en este tipo de irregularidades se recomienda lo siguiente:

- Emitir en forma inmediata los tickets asociados a reservas generadas el mismo día del vuelo.
- Tener un control interno de reservas no emitidas, con la finalidad que no permanezcan activas más tiempo de lo necesario.
- Confirmar la intención de vuelo de los pasajeros aún no emitidos.
- Evitar cancelar reservas sin emitir con poca anticipación a la salida.

2. Fake Names – Nombre Ficticio.

Se considera como irregularidad por Nombre Ficticio a toda reserva que posea un nombre de pasajero falso.

Si lo anterior no se cumple, se recomienda apelar a través del Portal de Irregularidades de Agencias durante los plazos estipulados a fin de evitar cobros no deseados.

Los cargos netos* asociados a los cobros por concepto de Fake Name son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 25		
Sudamérica	USD 25	USD 25	USD 25
Otros Destinos	USD 25	USD 25	USD 25

***Valores no incluyen impuestos**

Para no caer en este tipo de irregularidades se recomienda lo siguiente:

- Ingresar el nombre del pasajero de forma completa, sin abreviaciones.

- Evitar crear reservas sin intención de viaje con el fin de cotizar o entregar el itinerario al pasajero.
- Realizar entrenamientos y pruebas en el ambiente de TEST/Training de su GDS.

3. Duplicidad de Reservas

Se entiende por Duplicidad de Reserva casos en los cuales un mismo pasajero se encuentre en reservas que tengan parte del routing similar, creadas por la misma Agencia de Viajes (mismo PCC, IATA y Office Id), que estuvieron simultáneamente activas y donde sea evidente que no será posible volar ambas reservas sin hacer No Show en una de ellas.

Si los vuelos similares entre las reservas son domésticos, LATAM los catalogará como duplicados si la diferencia en la hora de salida entre ellos es menor o igual a 24 horas. Para vuelos dentro de Sudamérica, se establecerán 72 horas, mientras que para el resto de los vuelos internacionales serán 120 horas.

Si alguno de los aspectos anteriormente descritos no se cumple, se recomienda apelar a través del Portal de Irregularidades Agencias durante los plazos estipulados a fin de evitar cobros no deseados.

Los cargos netos* asociados a los cobros por concepto de Duplicidad de reservas son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 30		
Sudamérica	USD 30	USD 30	USD 30
Otros Destinos	USD 30	USD 30	USD 30

***Valores no incluyen impuestos**

Para no caer en este tipo de irregularidades se recomienda lo siguiente:

- Verificar que el cliente no posea reservas similares en el sistema antes de crear una nueva
- (implementación de nuevos protocolos de venta, utilización de transacciones en sistema para búsqueda de pasajeros).
- De existir una reserva similar, cancelarla antes de crear un nuevo PNR. Como recomendación adicional, es necesario esperar algunos instantes antes de comenzar a crear el nuevo PNR (para que en el sistema sea evidente que no coexistieron ambas reservas).

4. Segmentos Redundantes

Cuando en una reserva coexisten dos segmentos que poseen el mismo origen y destino, donde la diferencia de fechas entre ellos imposibilita al pasajero (de acuerdo a lo indicado en el párrafo siguiente) a volar ambos segmentos, se establece la existencia de una irregularidad por Segmento Redundante.

Los criterios utilizados para determinar cuándo dos segmentos coincidentes en origen y destino son considerados redundantes son exactamente los mismos que los que se utilizan en las duplicidades de reservas: 24 horas para vuelos domésticos, 72 horas para vuelos dentro de Sudamérica y 120 horas para el resto de los vuelos internacionales.

Si alguno de los aspectos anteriormente descritos no se cumple, se recomienda apelar a través del Portal de Irregularidades Agencias durante los plazos estipulados a fin de evitar cobros no deseados.

Los cargos netos* asociados a los cobros por concepto de Segmentos Redundantes son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 25		
Sudamérica	USD 25	USD 25	USD 25
Otros Destinos	USD 25	USD 25	USD 25

***Valores no incluyen impuestos**

Para no caer en este tipo de irregularidades se recomienda lo siguiente:

- Evitar duplicar un routing de forma parcial al interior de una reserva.
- Evitar crear itinerarios difíciles o imposibles de volar.
- De ser necesario realizar un cambio de vuelo, cancelar los vuelos originales antes de reservas los nuevos.
- En caso de ser imposible lo anterior, se aconseja utilizar los plazos establecidos para regularizar cada uno de los casos.

5. Segmentos anulados en reservas con esquema "O&D Circumvention".

Se considera quiebre al O&D Circumvention cuando en una reserva se disponibilizan segmentos atados con la intención de cancelar uno de ellos y mantener una parte de la disponibilidad inicial, con el fin de optar a clases tarifarias más económicas que aquellas disponibles para ser

reservadas por las Agencias de Viaje en caso de no haberse quebrado los O&D Circumvention. Estos casos corresponden a segmentos o tramos que tienen diferentes niveles de disponibilidad en forma conjunta a los que tienen de manera separada.

La política es clara: si se reservan segmentos bajo el esquema de O&D Circumvention, estos no deberán ser desunidos bajo ninguna circunstancia.

Si alguno de los aspectos anteriormente descritos no se cumple, se recomienda apelar a través del Portal de Irregularidades durante los plazos estipulados a fin de evitar cobros no deseados.

5. Segmentos anulados en reservas con esquema “O&D Circumvention”.

Los cargos netos* asociados a los cobros por concepto de Quiebre de O&D Circumvention son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 150		
Sudamérica	USD 150	USD 150	USD 150
Otros Destinos	USD 150	USD 150	USD 150

***Valores no incluyen impuestos**

***El Valores por cobro en ruta doméstica es por boletos emitidos y en internacional por pasajero segmento.**

Para no caer en este tipo de irregularidades se recomienda lo siguiente:

- Disponibilizar y reservar el Origen/Destino que se pretende volar y no un tramo más extenso para cancelar alguno de los segmentos unidos (utilizar la disponibilidad simple y no la conjunta).
- Si se quiere operar una reserva ya creada y dicha operación implica desunir segmento casados, se recomienda cancelar la totalidad de los segmentos unidos y volver a reservar los segmentos de interés.

5. Segmentos anulados en reservas con esquema “O&D Circumvention”.

Corresponden a sobreventas en clase cerradas aquellas reservas en las cuales nuestro inventario muestre disponibilidad cero (0) es decir que no tenga espacio disponible a la venta y que aun así la agencia de viajes haya forzado el sistema consiguiendo espacios.



Los cargos son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 125		
Sudamérica	USD 125	USD 125	USD 125
Otros Destinos	USD 125	USD 125	USD 125

***Valores no incluyen impuestos**

***El Valores por cobro en ruta doméstica es por boletos emitidos y en internacional por pasajero segmento.**

6. Reservas Adultas con emisión tarifa de Niño (CHD) ó (INF).

Todas las reservas deberán tener en el campo nombre la identificación del tipo de pasajero CHD ó INF de lo contrario se considerará pasajero Adulto.

Los cargos son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 125		
Sudamérica	USD 125	USD 125	USD 125
Otros Destinos	USD 125	USD 125	USD 125

***Valores no incluyen impuestos**

***El Valores por cobro en ruta doméstica es por boletos emitidos y en internacional por pasajero segmento.**

7. Boletos Ficticios.

Se consideran boletos ficticios aquellos que contengan numeración no válida o que no concuerde con la información de la reserva. Son considerados como irregulares los siguientes casos:

- Reservas que contengan boletos con numeración ficticia.
- Reservas que contengan ticket utilizados en otras reservas.
- Reservas que contengan tickets con información inconsistente a la reservada (pasajeros, routing, clases, fecha de vuelo).
- Reservas con segmentos activos asociados a cupones en status void, flown, refund o exchange.

Los cargos son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 70		
Sudamérica	USD 125	USD 125	USD 125
Otros Destinos	USD 125	USD 125	USD 125

**Valores no incluyen impuestos. Valores por pasajero-segmento.*

Para no caer en este tipo de irregularidades se recomienda lo siguiente:

- Abstenerse de elaborar una reserva y colocar un número de boleto inválido con el afán de evitar que la aerolínea cancele dicha reserva o para bloquear espacios.
- Emitir tickets a nombre de los pasajeros que figuran en la reserva.
- Emitir tickets con información concordante con la reservada.
- Cancelar oportunamente reservas emitidas que hayan sufrido cambio en el status de sus cupones y que no tengan tickets válidos para volar.

8. EMISION DE TRAMOS FICTICIOS

Emisión de boletos aéreos, considerando segmentos que no serían usados, ello con el objetivo de acceder a tarifas más económicas. Es donde a la venta se le agregan segmentos que no serán volados por los pasajeros con el objetivo de abaratar los costos.

Los segmentos no utilizados generan un doble impacto: precio bajo. Por lo tanto, las reservas deberán ser tomadas sólo para aquellos segmentos que serán verdaderamente usados por el pasajero y no adicionales con el fin de abaratar costos.

En tal sentido, les recordamos que esta mala práctica no podrá ser ejecutada por su representada, ni por las que generen emisiones en su favor a través de su sistema de distribución.

Los cargos son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 125		
Sudamérica	USD 125	USD 125	USD 125
Otros Destinos	USD 125	USD 125	USD 125

**Valores no incluyen impuestos. Valores por pasajero-segmento.*

**El Valores por cobro en ruta doméstica es por boletos emitidos y en internacional por pasajero segmento.*

9. CHURNING

Corresponde a todas aquellas operaciones (cancelaciones y reservas sucesivas de un segmento) que se realizan sobre un mismo segmento de manera reiterada para un mismo pasajero, con el fin de evadir los tiempos límites de emisión de tickets establecidos por la aerolínea, buscar tarifas promocionales o cumplir con metas de productividad impuestas por GDS's. El proceso de reserva

y cancelación sucesiva en el mismo itinerario (para la misma o distinta clase) está estrictamente prohibido, ya que afecta la disponibilidad de los vuelos y genera costos excesivos de reservas y cancelaciones.

Se considera Churning desde la cuarta cancelación realizada por la agencia de un mismo segmento para un mismo pasajero. Las cancelaciones hechas por la aerolínea no son consideradas para determinar el Churning.

Si alguno de los aspectos anteriormente descritos no se cumple, se recomienda apelar a través del Portal de Irregularidades durante los plazos estipulados a fin de evitar cobros no deseados.

Los cargos netos* asociados a los cobros por concepto de Churning son los siguientes:

	ECONOMY	PREMIUM ECONOMY	BUSINESS
Domésticos	USD 35		
Sudamérica	USD 35	USD 35	USD 35
Otros Destinos	USD 35	USD 35	USD 35

****Valores no incluyen impuestos. Valores por pasajero-segmento.***

- Evitar confirmaciones y cancelaciones sucesivas de un mismo segmento para el mismo pasajero
- Realizar cambios en una reserva sólo cuando el pasajero lo solicite.

CONSIDERACIONES FINALES.

1. LATAM se reserva el derecho a modificar sus cuadros de cargos netos asociados a los cobros por concepto de irregularidades.
2. LATAM se reserva el derecho a utilizar sistemas automatizados para la cancelación de segmentos generados de manera irregular o que considere que puedan afectar su inventario. Sin embargo, las agencias de viajes serán responsables de cumplir las normativas y plazos indicados en el presente documento.

Atentamente,

Departamento de Ventas LATAM Perú

