



**CONDICIONES DE VENTAS  
PARA AGENCIAS DE VIAJES  
GRUPO LATAM  
2022 -2023**

## Contenido

1. OBJETIVO	3
2. ALCANCE	3
3. ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES	3
4. CONDICIONES DE VENTA	3
4.1. Comisiones	3-4
4.2. Cumplimiento con regulaciones	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	6-7
4.8. Uso de Datos	7-8
4.9. Eficiencia	8
4.10. Uso de marca	9
4.11. Irregularidades	9
4.12. Uso eficiente de placa	9-10
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	11-12
9. DECLARACIÓN DE LA NORMATIVA ANTICORRUPCIÓN	12
10. PCI Compliance	12
11. Glosario	13
• Anexo 1	14-16



## **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 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. Asimismo, la Agencia (i) declara expresamente conocer y aceptar que LATAM podrá modificar unilateralmente y sin previo aviso los términos y condiciones, obligándose a revisar periódicamente los mismos, que se encontrarán publicados y actualizados en el enlace [https://www.latamtrade.com/es\\_uy/](https://www.latamtrade.com/es_uy/) y (ii) renuncia expresamente a cualquier reclamo por dicho concepto.

## **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 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 precios, 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 condiciones específicas de pago de comisión (backend) de acuerdo al cumplimiento de los parámetros establecidos en la tabla de metas, previamente comunicados por el equipo de ventas de acuerdo al 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, debiendo limitar su operación exclusivamente a el 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) 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 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.

Ningún cargo comunicado por LATAM debe alterarse por la Agencia. La Agencia deberá mostrar al cliente, en forma transparente, 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 los servicios de LATAM, 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 los cargos de 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 los Datos 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 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 desde cualquier punto de origen;
- c) facilitar la publicación estructurada de Datos 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, 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 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.

#### **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 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.

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 requiera, en virtud de la obligación que las Agencias tienen como emisoras del ticket de servicio de transporte aéreo. En caso la Agencia no transmita la información correcta a LATAM para que LATAM pueda notificar al pasajero 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 LATAM PASS y LATAM Fidelidade. 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, para revisar los registros de ventas y reservas de LATAM y descartar mal uso o incumplimientos de cualquiera de las reglas fijadas 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, cumpliendo con el debido proceso exigido por ley: (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 por 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"). 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](http://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 IATA

### RESOLUTION 890

#### CARD SALES RULES

PAC1(43)890(except USA)      Expiry: Indefinite  
 PAC2(43)890                      Type: B  
 PAC3(43)890

RECOGNISING that Members/Airlines wish to grant authority to Agents to transact Card sales against the merchant agreements of Members and Airlines and

RECOGNISING that Members/Airlines and Agents seek to establish a defined series of procedures in order to eliminate or substantially reduce their exposure to fraud,

IT IS RESOLVED that the following conditions shall apply, and the following procedures shall be adhered to, in the sale of passenger air transportation for which payment is made by a Card that is accepted by the Agent on behalf of a Member/Airline in the country concerned.

#### Credit/Charge Card Sales Rules

The purpose of this Resolution is to provide the authority for Agents to make use of merchant agreements of IATA Member airlines ("Members"), and of non-IATA Airlines who participate in the BSP ("Airlines"), hereinafter collectively referred to, as applicable, as "Member(s)/Airline(s)" when accepting payment for passenger air transportation.

#### 1. CARD ACCEPTANCE

1.1 The Agent may accept Cards as payment for ticket sales on behalf of the Member/Airline whose ticket is being issued, subject to the Rules and Procedures outlined in this Resolution and in Chapters 10 and/or 14 of the Billing and Settlement Plan Manual for Agents (hereinafter collectively referred to as "Rules and Procedures").

1.2 The Agent shall ensure that the type of Card being processed during the sale is accepted for payment by the Member/Airline whose Traffic Document is being issued. If necessary, the Agent may wish to seek clarification by contacting the Member/Airline concerned directly.

1.3 In the event of an Agent accepting a Card which is not accepted by the Member/Airline whose Traffic Document is being issued, the Member/Airline shall charge the non-payment from the Card Company to the Agent by means of an Agency Debit Memo, or, in non-BSP countries, a subsequent adjustment will be made by the Member whose Traffic Document was issued.

1.4 No Card issued in the name of the Agent, or in the name of a person permitted to act on behalf of the Agent, or in the name of the Agent's officer, partner or employee, shall be used in connection with the sale of air transportation on behalf of a Member/Airline to any customer of the Agent.

### 2. SALES MADE AGAINST CARDS

#### 2.1 Authority

The Agent is authorised to accept sales against Cards only:

2.1.1(a) when the Card and the Card Holder are simultaneously present at the time of the transactions (hereinafter referred to as "face-to-face transactions"), or

2.1.1(b) for signature-on-file transactions, and any other form of Card sales in which a Card and Card Holder are not simultaneously present, (hereinafter referred to as "Non Face to Face Transactions"), which shall be made under the sole responsibility and liability of the Agent.

2.1.2 For signature-on-file transactions, where the Card holder empowers the Agent to issue Traffic Documents against a Card, whereby the charge form bears the remark "signature on file" in the place of the signature, a clear written arrangement between Card Holder, Card company and the Agent must exist. Disputes between the Card Holder and the Agent do not release the Card Holder from its liability towards the Card company.

2.1.3 Signature on file-type agreements enable Agents to sign the charge form on behalf of the Card Holder. Such agreements must contain the following information:

2.1.3(i) definition of agreement's duration,

2.1.3(ii) provision for termination (by both parties),

2.1.3(iii) requirement for changes to be made in writing,

2.1.3(iv) an imprint of the card on the signed sales draft (the imprinted draft should be signed by the same person who signs the agreement),

2.1.3(v) the expiration date of the card,

2.1.3(vi) names and sample signatures of all parties authorised to make purchases under the agreement,

△ 2.1.3(vii) Authorisations must be obtained for all sales regardless of the floor limit. In addition, and if available through their GDS, it is strongly recommended that Agents (in order to reduce their own risk) also validate the Card Verification Value (the 3-digit code printed on signature panel) for all non-face-to-face transactions.

2.1.4 The authority for payment of sales made by Cards over the Internet are not covered by this resolution, and Agents should contact Members/Airlines to obtain their specific instructions.

□ 2.1.5 The Agent shall ensure their full compliance with the Payment Card Industry (PCI) Data Security Standards, as provided by the Card companies and made available to agents through IATA, and that all sensitive card data obtained during the process of completing a card sales transaction is handled, stored, and transmitted with due regard to the security of the data.

2.1.6 Charges against a Member's/Airline's merchant agreement are not authorised in respect of an Agent's own fees or charges.

## Passenger Agency Conference Resolutions Manual

**2.1.7** A Member/Airline, in its sole discretion, has the right to deny any given Agent the authority to use its merchant agreement, provided it gives the Agent concerned reasonable advanced written notice of such denial.

### 2.2 Liability

#### 2.2.1 Face-to-face transactions

The Agent shall not be held liable for payment to the airlines for a face-to-face transaction, provided that the procedures set out in Paragraph 2.4, and any other Rules and Procedures set out in the BSP Manual for Agents, have been adhered to by the Agent.

#### 2.2.2 Non-Face-to-face transactions

The Agent may, at its sole discretion, and subject to the provisions of this Paragraph 2.2.2, and of Paragraphs 2.1.1(b), 2.1.2 and 2.1.3 above, choose to accept non face to face Card transactions including, but not limited to, signature-on-file and other Card-not-present transactions.

**2.2.2(a)** Although Card details may have previously been verified by the Agent, ticket sales of a non-face-to-face transactions shall be undertaken under the sole responsibility and liability of the Agent;

**2.2.2(b)** In the event of a disputed transaction and its subsequent rejection by the Card Company, the relevant Member/Airline shall chargeback the loss to the Agent which issued the Traffic Document by means of an Agency Debit Memo, or, in non-BSP countries, a subsequent adjustment shall be made by the Member whose ticket has been issued (as already provided in Paragraph 1.3 above).

**2.2.2(c)** The Agent recognises that receipt of an approval code from the Card Company does not guarantee the transaction, and that any such approval code or other authorisation does not (and shall not be deemed to) guarantee that the charge will go undisputed. In the case of a rejected transaction, a chargeback shall be made by the Member/Airline.

**2.2.2(d)** The Member/Airline must make all reasonable efforts to ensure that only valid chargebacks are transacted, and must provide all reasonable documentation in support of them. Any error by a Member/Airline or BSP processes may not be charged back under the terms of this sub-Paragraph 2.2.2(d).

### 2.3 Approved Credit Card Charge Form

When issuing a Traffic Document against a Card, the Agent shall raise an approved Credit Card Charge Form ("CCCF"), or other signed authority, in the manner specified in the BSP Manual for Agents, or, in non-BSP countries, as specified by the individual Member.

### 2.4 Procedures

Card sales shall be subject to the Rules and Procedures set forth in the BSP Manual for Agents as well as those within this Paragraph 2.4, provided, however, that in case

of any conflict or inconsistency between the language of the BSP Manual for Agents and the language of this Paragraph, then the language of this Paragraph shall prevail.

### 2.4.1 All permitted transactions

**2.4.1(a)** For Face-to-Face transactions the Agent shall capture the Card details (card number, cardholder name, expiry date and, where applicable, effective date) by use of a card imprinter, or electronic card reader (card swipe). Card details may, in addition, be entered into the GDS PNR by the Agent for the purpose of card authorisation, and for billing by the BSP.

**2.4.1(b)** The Agent shall obtain authorisation for each transaction from the Card Company, and subsequently record it in the assigned space on the CCCF.

**2.4.1(c)** The Agent shall verify the expiry date, and where appropriate the effective date, of the Card.

**2.4.1(d)** In face-to-face transactions the signature of the Card Holder on the validated CCCF shall be witnessed by the Agent, and matched against the signature on the reverse of the Card.

### 2.5 Reporting

The Agent shall adhere to the local reporting procedures, as contained in the BSP Manual for Agents, or, for non-BSP transactions, as detailed by the Member/Airline whose ticket has been issued.

### 2.6 Records

**2.6.1** In order to demonstrate its adherence to the procedures contained in this Resolution in reference to a rejected transaction, the Agent shall retain all supporting documentation relating to the Card transaction for a minimum period of thirteen (13) months.

**2.6.2** As the principal to the merchant agreement, the Member/Airline is the rightful owner of all such supporting documentation.

**2.6.3** In the event of material changes to the status of an Agent including, without limitation, the ceasing of operation, there is a continuing obligation on the part of the Agent to ensure that supporting documentation is retained, and can subsequently be made available to Members/Airlines as required.

**2.6.4** If the ticketing Member/Airline receives a notice of a dispute relating to a transaction submitted to the Card Company, the Member/Airline will notify the Agent within 7 days and request appropriate supporting documentation and information, and the Agent shall promptly comply with any such request within 7 days.

## 3. RESPONSIBILITY FOR SETTLEMENT OF CARD TRANSACTIONS

**3.1** The Agent is not responsible for the remittance from the Card Company to Members/Airlines of amounts payable under sales made by Cards approved for such





sales by the Member/Airline whose Traffic Document is issued, provided the Agent adheres to all applicable Rules and Procedures for handling Card sales, including, but not limited to, the correct and punctual reporting actions specified within the relevant BSP Manual for Agents;

**3.2** Notwithstanding Paragraph 3.1 above, an Agent still has a duty to provide reasonable assistance to a Member/Airline that may have difficulty in receiving the settlement due to it.

**3.3** When a sale is made by an Agent operating in a BSP, the Agent shall submit to the Clearing Bank, or DPC, the Credit Card Charge Form described in Paragraph 2.3 of this Resolution, in accordance with the local Rules and Procedures set forth in the BSP Manual for Agents (Chapter 10 or 14), so as to ensure receipt by the Clearing Bank within the deadline established for that purpose. If such documents are received by the Clearing Bank after such deadline, the Clearing Bank shall so advise ISS Management which shall treat this incident as an instance of late-reported transaction. If, as a result of such late reporting of the transaction or of any other failure on the Agent's part to adhere to all applicable Rules and Procedures, the relevant Member/Airline is unable to collect the transaction amount due, the Member/Airline shall charge the loss to the Agent that issued the Traffic Document by means of an Agency Debit Memo.

**3.4** For non-BSP transactions, the Agent shall follow the instructions of the Member. Such instructions will be in accordance with the reporting and remitting rules contained in Resolution 832.

#### **4. REFUNDING**

**4.1** When effecting refunds against sales made by credit card the Agent shall in addition to the obligations described under its Passenger Sales Agency Agreement observe the following rules and such other rules as are detailed in the BSP Manual for Agents

**4.2** Refund amounts of totally unused and partly used tickets shall only be refunded to the credit card number which was originally used for payment.