

■ Las aerolíneas fueron llamadas a explicar cómo funcionan los programas de millas, luego de que 123milhas entrara en reorganización.

POR D. DONOSO Y M. G. ARTEAGA

La aerolínea chilena Latam Airlines, y las brasileñas Azul y Gol comparecieron ante la comisión parlamentaria investigadora (CPI) de la Cámara de Diputados de Brasil, con el fin de explicar el funcionamiento del programa de fidelización de clientes a través de millas.

La citación surgió en el marco de la investigación a 123milhas, una de las principales agencias de viaje del país, luego de que ésta iniciara un proceso de reorganización en medio de “su peor crisis financiera”.

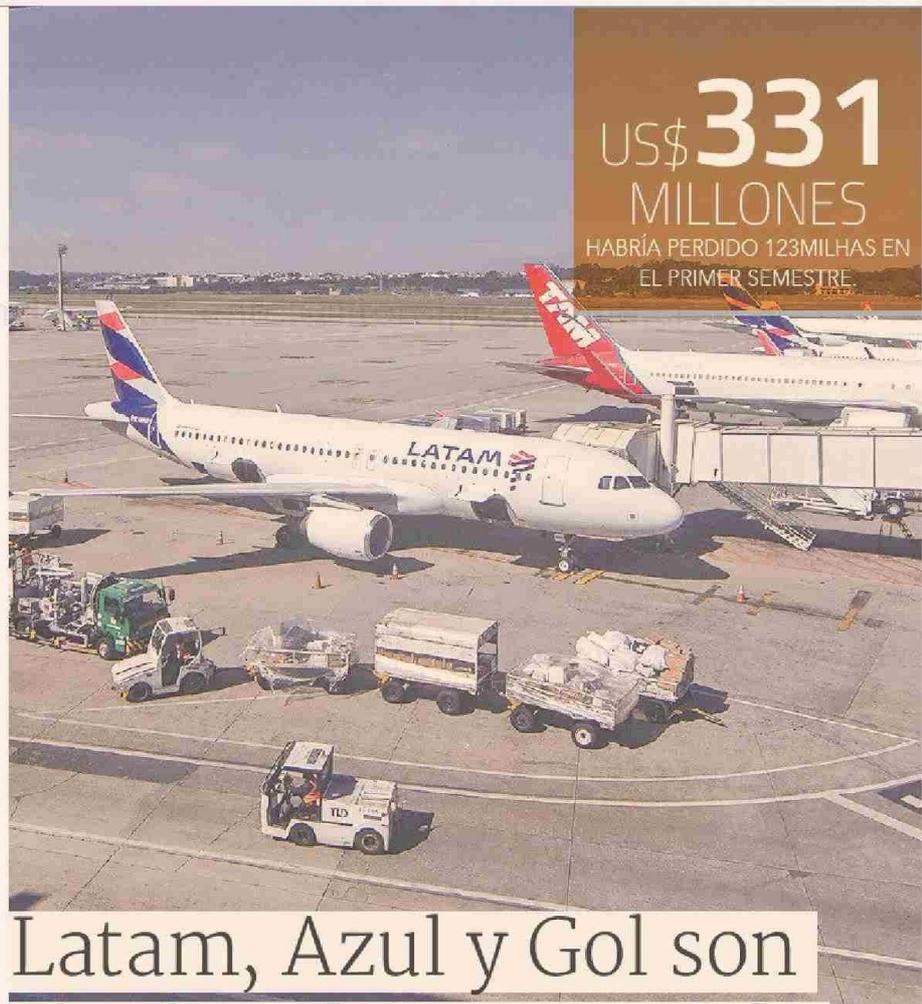
Según la compañía, su operación se vio afectada en medio del reajuste del mercado aéreo que llevó a las propias aerolíneas a incluir dentro de su portafolio servicios de hotelería y transporte, además de los vuelos, pasando a ser prácticamente competencia directa de las agencias de viajes.

En los documentos oficiales, por ejemplo, se indicó que 123milhas tuvo una pérdida neta de 1.670 millones de reales en el primer semestre de este año.

La posición de las aerolíneas

Las primeras en comparecer fueron Latam y Gol la semana pasada. Este miércoles, en tanto, fue el turno de Azul.

Según consta en el sitio web de la Cámara de Diputados, en



Latam, Azul y Gol son citadas al Congreso de Brasil tras quiebra de agencia de viajes

representación de la chilena Latam estuvo la directora de Asuntos Corporativos, María Elisa Curcio, quien se refirió a la posibilidad de que las millas sean usadas como activo digital para cometer delitos financieros.

“Este es un tema de investigación que no es responsabilidad de las aerolíneas. Lo que podemos decir es que también somos víctimas, en la medida en que, de manera indebida, algo que podría ser positivo, algo que contribuye

a que cada vez más pasajeros viajen de manera democrática, lamentablemente está trabajando con una tergiversación de nuestra imagen”, indicó.

Por su parte, el director jurídico de Latam, Bruno Bartijotto, admitió operaciones fraudulentas en la cadena de consumo de millas, pero reiteró que esa información no llegó a Latam.

Los ejecutivos reforzaron que el programa Latam Pass es un premio para pasajeros

frecuentes que no implica venta de millas a terceros.

Antes, la comisión escuchó como invitado al representante de GOL Linhas Aéreas, Alberto Fajerman, quien manifestó que la empresa no podía detener las operaciones de 123milhas, ya que no compraba millas directamente.

Para el ejecutivo, la milla es una “expectativa de beneficio futuro” y no una moneda como defienden los diputados que están a favor de regular el mercado de millas.