

Fecha: 28-07-2025
 Medio: La Tercera
 Supl.: La Tercera - Pulso
 Tipo: Noticia general
 Título: FNE describe el peso predominante de Latam, al archivar antigua denuncia de agencias de viaje contra la aerolínea

Pág.: 12
 Cm2: 771,9
 VPE: \$ 7.679.143

Tiraje: 78.224
 Lectoría: 253.149
 Favorabilidad: ☐ No Definida

FNE describe el peso predominante de Latam, al archivar antigua denuncia de agencias de viaje contra la aerolínea

La Fiscalía Nacional Económica (FNE), entidad encargada de combatir carteles y abusos de posición dominante, resolvió cerrar una investigación tras casi cinco años desde la recepción de una denuncia. Según el organismo, entre 2020 y 2024 Latam concentró el 47,7% del tráfico internacional de pasajeros con origen o destino en Chile.

LEONARDO CÁRDENAS/ IGNACIO BADAL

Un informe elaborado por la División Antimonopolios de la Fiscalía Nacional Económica (FNE), liderada por el economista Gastón Palmucci, recomendó al fiscal nacional archivar una denuncia presentada contra Latam Airlines Group.

El fiscal Jorge Grunberg acogió la recomendación de la división interna y resolvió cerrar la investigación iniciada tras una denuncia ingresada el 7 de agosto de 2020, que cuestionaba un cambio unilateral en las condiciones comerciales de los contratos entre la aerolínea y las agencias de viajes y operadores turísticos.

En su resolución, de 13 páginas, la FNE destacó el peso predominante de Latam, que opera 41 rutas internacionales exclusivas y concentra el 47,7% de las ventas realizadas por agencias de viajes. Pese a esta posición, el organismo concluyó que no se configuró una infracción a la normativa de libre competencia. Las agencias, según el análisis, lograron adaptarse al nuevo escenario mediante cobros directos a los clientes y diversificación de ingresos.

Entre 2020 y 2024, Latam Airlines encabezó el tráfico internacional de pasajeros con origen o destino en Chile. En 2020, su participación fue de 43,3%, bajó a 37,4% en 2021 y luego subió de forma sostenida hasta alcanzar el 47,7% en 2024.

Ese año, Iberia ocupó el segundo lugar con una participación de 9,7%, seguida por Sky (7%), JetSMART (6,5%) y Copa (5,4%). Más atrás se ubicaron Air France (5,1%), American Airlines (3,2%), Avianca (3,5%) y Delta Airlines (3,5%). Otras aerolíneas como United, KLM, British Airways, Air Canada, Qantas y Aeroméxico se mantuvieron bajo el 2% de participación.

El total de pasajeros-kilómetro transportados en 2024 llegó a 48.732.100, frente a los 13.936.513 de 2020 y los 10.504.953 de 2021, años marcados por la pandemia. Según cifras de la Junta de Aeronáutica Civil (JAC) recopiladas por la FNE, Latam fue el único operador con participaciones anuales superiores al 40% durante todo el período analizado.

La distribución de ventas de pasajes en el lapso entre 2018 y 2024 se mantuvo rela-

vamente estable durante los años, con una proporción cercana a dos tercios de ventas directas y un tercio a través de agencias de viajes. "Esta participación sugiere que las AVIs desempeñan un rol relevante en la comercialización de pasajes aéreos", sostuvo el informe de la FNE.

Entre los años 2018 y 2024, las ventas de pasajes aéreos de Latam representaron entre un 40 y un 50% del total de boletos comercializados por las principales agencias de viajes. "Esta proporción da cuenta del rol central que desempeña Latam como proveedor dentro del canal indirecto", explicó. Entre las agencias, las que registran mayor volumen de ventas de pasajes de Latam en 2024 fueron Cocha, Despegar y Travel Security.

Hasta julio de 2020, Latam pagaba a las

agencias de viajes distintos tipos de comisiones e incentivos por la venta de pasajes aéreos:

Plan Back End: un incentivo por metas aplicables solo al negocio internacional y diferenciadas conforme al destino. Había tres tipos de metas: (i) composición de la venta en cabina business; (ii) composición de la venta en tarifas FFFX15; y (iii) volumen en tarifas restantes dentro de la cabina economy.

Comisión estándar: un pago porcentual fijo sobre la venta total de pasajes emitidos en Chile. El pago de la comisión estándar se diferenciaba por negocio doméstico (1% de la tarifa neta) e internacional, y por tipo de cabina en el negocio internacional: economy (1% de la tarifa neta) o business (6% de la tarifa neta). La agencia recibía la comi-

sión al momento de la emisión del boleto.

Incentivo a la venta de tarifas FFFX: pago de un monto fijo por boleto internacional emitido en Chile con tarifas denominadas 'de calidad', diferenciándose por negocio 'Regional' (US\$16 por boleto) y 'Long Haul' (US\$80 por boleto).

Waivers: monto fijo mensual a otorgar en waivers, que distribuye entre agencias de viajes en función al presupuesto asignado por Latam.

One Deal: Descuento que solo aplica al negocio internacional y que es entregado ante solicitud de la agencia de viajes en base a rutas, fechas y clases tarifarias.

CONCLUSIONES

La FNE determinó que no existen antecedentes suficientes para sostener que LATAM haya abusado de su posición ni que haya afectado la competencia en el mercado.

"La Fiscalía no ha identificado elementos suficientes que permitan configurar una infracción a la normativa de libre competencia derivada de la política comercial de LATAM respecto de las agencias de viajes", se señaló en el documento.

"No se han acreditado indicios que permitan sostener la existencia de una conducta con efectos excluyentes o explotativos, acorde a la jurisprudencia nacional e internacional", agregó la resolución.

El número de agencias activas no disminuyó tras el cambio en la política de comisiones y, de hecho, sus ingresos aumentaron, lo que sugiere una reorganización del mercado más que una exclusión. Además, la participación de las ventas directas de LATAM se mantuvo estable, sin indicios de desplazamiento de las agencias.

Aunque la reducción de comisiones reflejaría un poder de negociación de LATAM, no generó una caída sistemática en los ingresos de las agencias, que lograron adaptarse con nuevas fuentes de ingresos. Tampoco se detectaron conductas abusivas por parte de las agencias hacia los consumidores, dado que el mercado está fragmentado y ningún actor tiene poder suficiente para alterar los precios. 

