

C.P.C.. N° 1129 /

**ANT:** Denuncia de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo, Achet, en contra del Banco de Chile, la empresa Travel Club y otros. Rol 234-99.

**MAT:** Dictamen de la Comisión.

SANTIAGO, 04 AGO 2000

1.- Con fecha 5 de octubre de 1999, la Asociación Chilena de Empresas de Turismo, ACHET, puso en conocimiento de la Fiscalía Nacional Económica la situación que enfrentan las más de doscientas agencias de viaje que representa, por la forma en que el Banco de Chile y el Banco Sudamericano han incursionado "en el mercado del turismo con prácticas comerciales que pueden atentar contra la libre competencia". En efecto, durante 1999 estos dos bancos, con el propósito de promocionar sus tarjetas de crédito, celebraron convenios con determinadas empresas para ofrecer, a los tenedores de esas tarjetas, condiciones favorables para adquirir pasajes y servicios de turismo a precios fuera de competencia para las agencias de viaje.

ACHET consultó entonces sobre la legalidad de tales conductas al Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, y a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, SBIF. El SERNAC respondió que la referida promoción de tarjetas de crédito bancarias no lesiona derechos del consumidor; la SBIF, por su parte, afirmó que ni el Banco Sudamericano ni el Banco de Chile han vulnerado lo dispuesto por ella en el Capítulo 18-13 de su Recopilación Actualizada de Normas. El referido Capítulo prohíbe a la banca ofrecer en sus operaciones pasivas y activas incentivos que no sean intereses, reajustes y comisiones, y norma la figura de "marca compartida", que es la aplicable a la relación específica entre el Banco de Chile y la agencia de viajes Travel Club S.A. En virtud del contrato de marca compartida que celebraron, los usuarios de una de las tarjetas de crédito emitidas por el banco reciben puntajes canjeables por servicios de turismo de Travel Club o sus agencias autorizadas.

1.1.- Por la trascendencia de la figura de "marca compartida" en el presente caso y en otros previsibles, es conveniente anotar que la norma 18-13 de la SBIF prohíbe a la banca ofrecer incentivos en dinero o valuables en dinero (fuera de los ya citados) para inducir al público a contratar depósitos a la vista o a plazos, créditos, cuentas corrientes y otros servicios. Esta norma también se aplica a las operaciones bancarias activas, con la sola excepción de los negocios de marca compartida con tarjetas de crédito.

La norma 18-13 de la SBIF define las "operaciones de marca compartida" en tarjetas de crédito como "la asignación de puntaje al titular de la tarjeta, según el uso que haga de ella, permitiéndole acceder, de acuerdo al puntaje acumulado, a determinados beneficios otorgados por el comercio asociado a la tarjeta y siempre que ellos estén disponibles para todos los tarjeta-habientes en igualdad de condiciones y el emisor no participe en forma alguna en su entrega". El resto de la norma determina qué entiende por "igualdad de condiciones" y "participar en la entrega de beneficios".

1.2.- En sucesivas cartas que ACHET hizo llegar a la SBIF, le hace presente que las respuestas de ésta no satisfacen el espíritu de sus consultas, esto es, no aclaran los alcances de la norma ni, eventualmente, la legitimidad del proceder de los bancos y empresas involucrados. Se dirigió entonces ACHET a la Fiscalía, ante la cual expone lo reseñado hasta aquí y describe la operatoria general del negocio de marca compartida entre la tarjeta bancaria y las empresas del convenio. ACHET afirma que, a pesar de lo dispuesto por la norma de la SBIF, es dable suponer que el propio banco es el que "respalda" la compra de pasajes aéreos, "a precios prácticamente simbólicos"; y que la gestión del negocio (asignación de beneficios, estructura de precios) adolecería de irregularidades y distorsiones.

En síntesis, ACHET sostiene que "esta clase de promociones impide a las agencias de viajes intermediar en igualdad de condiciones la venta de pasajes aéreos, dado que es imposible competir con la capacidad económica de los bancos que, con el objeto de posicionar sus tarjetas de crédito, se están convirtiendo en una competencia desleal para las más de 2000 personas que trabajan en las agencias de viajes Achet".

2.- Al tenor de la denuncia recibida, la Fiscalía Nacional Económica requirió, mediante oficios ordinarios de 10 de diciembre de 1999, información a la SBIF, el Banco de Chile, la empresa Travel Club, el Banco Sudamericano y la Administradora de Incentivos Ltda., Club Sudamericano, y les notificó el inicio de la investigación al respecto. Estas entidades enviaron las respuestas que se resumen a continuación:

- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras: con fecha 17 de diciembre de 1999 remitió copias de las dos primeras presentaciones que le efectuara ACHET sobre esta materia, y de las respectivas respuestas. Cabe consignar aquí que para ese entonces había ya una tercera presentación de ACHET a la SBIF, de 29 de septiembre de 1999, que se adjuntó a la presentación de ACHET a la Fiscalía y a la que el organismo fiscalizador no hizo referencia en su respuesta a ésta.
- El Banco de Chile informó que con fecha 16 de agosto de 1999 la SBIF le había hecho un requerimiento similar al de la Fiscalía, para cuyo conocimiento adjunta copia de la respuesta que diera a aquélla, donde explica en detalle el contrato de marca compartida con la Agencia de Viajes Comercial Promociones y Turismo S.A., Travel Club. Respecto del requerimiento de la Fiscalía, el banco señala enérgicamente que el referido negocio se ciñe "estrictamente" a la normativa de la SBIF, como se desprende del hecho de que ésta no objetara en nada la respuesta del banco. De ello se sigue, además, que éste "no tiene vinculación

alguna con las empresas aéreas ni con la comercialización de pasajes aéreos”.

- Comercial Promociones y Turismo S.A., Travel Club, asevera que los pasajes aéreos y otros servicios de su promoción provinieron de una oferta de precios y condiciones hecha libremente a esa agencia de viajes por determinadas líneas aéreas, hoteles y otras empresas del ramo turístico; esos pasajes no se otorgaron, como exponía ACHET, por premios ni puntajes, sino que fueron pagados a la línea aérea (y los demás servicios, a los correspondientes prestadores) por los usuarios de la tarjeta de crédito del Banco de Chile, y no necesaria u obligatoriamente por intermedio de la misma.

En consecuencia, sostiene Travel Club, no hubo acuerdos económicos extracontractuales entre ella y las líneas aéreas participantes en la promoción, ni el Banco de Chile efectuó pagos adicionales a las líneas aéreas, ni negoció con el comercio asociado a las tarjetas o a Travel Club.

- El Banco Sudamericano explicó que a fin de incentivar la contratación y uso de una tarjeta de crédito emitida por el Banco, en 1995 celebró un convenio de marca compartida con la empresa Administradora de Incentivos Ltda., Punto Card. En virtud de tal convenio, Punto Card celebró otros con el comercio turístico, cuyos servicios serían pagados por el cliente mediante la mencionada tarjeta de crédito.

A mediados de 1999 dos aerolíneas otorgaron descuentos, sólo para el período comprendido entre septiembre y noviembre de 1999, en pasajes aéreos a los titulares de tarjetas de crédito del Banco Sudamericano que tuvieran un cierto puntaje acumulado por el uso de la tarjeta. Indica el Banco que las propias aerolíneas fijaron el descuento en atención a que el convenio les permitía acceder sin costo de publicidad a un mercado potencial interesante. Por lo tanto, el Banco aclara que no ha incurrido en prácticas cuestionables en el mercado turístico, ni tampoco en el bancario.

- Administradora de Incentivos Ltda., Punto Card, confirma el convenio a que hace mención el Banco Sudamericano y detalla sus cláusulas.

2.1.- Con fecha 28 de abril de 2000, la Fiscalía Nacional Económica solicitó a la SBIF los antecedentes de que pudiera disponer acerca de si los bancos referidos en la denuncia financiaron la adquisición de pasajes y otros beneficios otorgados por las empresas con las que comparten marca; y de si hay alguna relación de propiedad o gestión entre éstas y el banco del respectivo convenio.

Por oficio de 11 de mayo de 2000 la SBIF manifiesta no disponer de los antecedentes mencionados y adjunta nuevamente copias de las presentaciones de ACHET (que, con la excepción de la de 29 de septiembre de 1999, estaban ya en poder de la Fiscalía). Comunica además la SBIF que existe un informe que el Banco de Chile le remitiera y que no puede dar a conocer para no contravenir disposiciones de la Ley General de Bancos, pero que la Fiscalía puede requerir del banco en virtud de sus facultades propias. Como se indicó en el n° 2.1 anterior, el citado banco ya lo había hecho llegar a la Fiscalía.

2.2.- Con fecha 25 de mayo de 2000, la Fiscalía dirigió un oficio a las empresas Travel Club y Punto Card, solicitándoles información sobre lo siguiente, adjuntando el texto de los convenios y acuerdos que correspondieran:

- a. Si el acuerdo de marca compartida entre la respectiva empresa y el Banco de Chile o Sudamericano, y la promoción de servicios de turismo a que dio lugar, perduran todavía o fueron temporales, y, en este último caso, entre qué fechas estuvo vigente el acuerdo y/o la promoción;
- b. Si la empresa turística ha celebrado otro convenio de marca compartida con algún otro banco para la promoción de los referidos servicios y, si correspondiera, para qué período y con cuál banco tendría vigencia el convenio o la promoción, según correspondiera;
- c. Con qué líneas aéreas trabajó la empresa en virtud del acuerdo de marca compartida con el Banco de Chile o Sudamericano, según fuera el caso, y con cuáles ha trabajado en otros eventuales acuerdos que hubiere celebrado con éstos u otros bancos;
- d. En relación a los pasajes aéreos promocionados, a qué precios promedio por período y/o por tipo o clase comparable de pasajes tuvo lugar la promoción en cuestión, así como otras condiciones de comercialización que fueran relevantes para el caso.

A continuación se reseñan las respuestas recibidas:

- Comercial Promociones y Turismo S.A., Travel Club: el contrato con el Banco de Chile se celebró en 1997 y tiene una vigencia de cinco años. Las promociones que ha efectuado en ese contexto tuvieron un período de vigencia acotado, y todas posibilitaron la adquisición de pasajes aéreos a valores de entre 60% y 80% del precio de mercado. Travel Club hace notar que es miembro activo de ACHET y que trabaja con operadores mayoristas en su ámbito (entre varios otros menciona a Rent a Car, Cruceros Royal Caribbean y la aerolínea Varig). La empresa señala también que para este año prepara otra promoción en fechas de alta demanda turística.
- Administradora de Incentivos Ltda., Punto Card: los convenios acordados en 1999 (con United Airlines, Lufthansa y Aerolíneas Argentinas) tuvieron una vigencia transitoria, correspondiente, en general, a la temporada alta en el hemisferio norte; todos ellos favorecieron a aquellos tenedores de tarjetas de crédito del Banco Sudamericano que hubieran alcanzado un mínimo de 4.000 puntos en su cuenta. Durante el presente año ha celebrado convenios, con la vigencia ya consignada, con las aerolíneas Lacsá, Lufthansa y Swissair.

2.3.- Las líneas aéreas que aparecían participando en convenios con las empresas Travel Club y Punto Card fueron las siguientes: KLM, Avianca, Alitalia, Aeroméxico, Lufthansa y United Airlines. Con la misma fecha 25 de mayo de 2000, la Fiscalía les dirigió un oficio solicitándoles informarle sobre lo siguiente, adjuntando el texto de los convenios y acuerdos que correspondieran:

- a. Si el convenio entre la línea aérea y la empresa Travel Club o Punto Card, según fuera el caso, perdura todavía o fue temporal, y en este último caso, entre qué fechas estuvo vigente;
- b. Si la línea aérea ha celebrado otro convenio para la promoción de pasajes aéreos con alguna otra empresa turística, y si así fuera o hubiera sido, para qué período y con cuál empresa tendría vigencia el respectivo convenio;
- c. Para el período comprendido desde enero de 1999 a la fecha, en relación a los pasajes aéreos promocionados: a qué precio promedio y/o por tipo o clase comparable de pasajes tuvo lugar la promoción en cuestión, así como el porcentaje en que dichos precios estaban por debajo de aquéllos a los que se vendían pasajes a personas no participantes en la promoción;
- d. Otras condiciones de comercialización de los pasajes, que fueran relevantes para el caso.

Las aerolíneas destinatarias del oficio de la Fiscalía respondieron, en términos muy similares, lo siguiente:

- Las promociones, casi todas acordadas con Travel Club, fueron transitorias;
- Los costos de la campaña publicitaria, y las políticas de la misma, han sido enteramente de cargo de la agencia turística, "valor que hay que agregar al del pasaje en promoción";
- Con independencia de cuántos pasajes se vendan, la agencia garantiza la compra de un número determinado de boletos, a un valor unitario inferior al de mercado;
- Con todo, las tarifas promocionales de las propias líneas aéreas para el mismo itinerario y asiento eran bastante inferiores (a veces levemente superiores) a las de la promoción de la agencia;
- El contrato entre la línea aérea y la agencia de turismo suele tener exclusividad;
- No todas las aerolíneas consultadas habían firmado un contrato con la agencia; varias de ellas habían adherido, simplemente, al punteo que al respecto les presentara la agencia y que constituye en efecto el contrato explícitamente celebrado por ella con otras líneas;
- El contrato detalla rutas, precios y tipos de pasajes, itinerario, condiciones de eventuales indemnizaciones para las partes y otras cláusulas usuales.

La única respuesta que escapa del marco anterior es la de United Airlines, que celebró contrato con el Banco Sudamericano, el cual bonificaba parte del valor del pasaje a sus clientes. La aerolínea explica que excepcionalmente sus congéneres otorgan un trato especial a las empresas llamadas Tour Operadoras, no representadas por ACHET, cuyo giro es la organización de paquetes turísticos. Dados los volúmenes de sus compras, las líneas aéreas les ofrecen tarifas rebajadas. Esos operadores, sin embargo, ofrecen sus paquetes a través de agencias de viajes.

2.4.- Con la ya citada fecha 25 de mayo, la Fiscalía solicitó a ACHET informar lo siguiente:

- a. Para el período comprendido desde enero de 1999 a la fecha: a qué precios promedio y/o por tipo o clase de pasajes tuvieron lugar las promociones aludidas en su presentación, en relación con los precios de pasajes similares, o de muestras o períodos comparables, vendidos a través de empresas de turismo afiliadas a la Asociación;
- b. Otras condiciones de comercialización y consideraciones metodológicas que pudieran ser relevantes para el caso.

Dicha solicitud fue reiterada tres semanas más tarde, a lo que ACHET respondió que dada la antigüedad de la información en cuestión, no le había sido posible recabarla para entonces. Hasta la fecha no se ha recibido otra respuesta

3.- Del análisis de los antecedentes expuestos y teniendo presente lo informado por oficio Ord. N° 482, de 10 de julio de 2000, por el Sr. Fiscal Nacional Económico, se desprende que en rigor, dada la naturaleza del negocio denunciado, los bancos en referencia no han incursionado en el mercado del turismo, sino que tienen convenios de marca compartida con empresas de ese mercado, como son las agencias de viajes. Dicha actividad, además, no ha sido permanente ni recurrente, sino por cortos períodos; por otra parte, no se han verificado traspasos de recursos financieros desde los bancos involucrados hacia las empresas del convenio de marca compartida ni hacia el comercio asociado a éstas, como tampoco se verificaron relaciones de propiedad o de gestión entre unos y otras. Estas circunstancias permiten entender que, aunque el negocio denunciado se haya llevado a cabo a precios menores que los de mercado, no configura propiamente una conducta que contravenga las disposiciones del D.L. N° 211, de 1973.

4.- Por lo antes expuesto, esta Comisión Preventiva Central concluye que los hechos denunciados por la ACHET no infringen las disposiciones del D.L. N° 211, de 1973, por lo que acuerda desestimar la denuncia de autos.

Notifíquese al Sr. Fiscal Nacional Económico, a la denunciante y a las denunciadas.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 28 de julio de 2000 de esta Comisión Preventiva Central, por la unanimidad de sus miembros señores Sergio Espejo Yaksic, Presidente; Claudio Juárez Muñoz, José Yáñez Henríquez, Rodemil Morales Avendaño y Carlos Castro Zoloaga.

  
**PAOLA HERRERA FUENZALIDA**  
 Secretaria - Abogado  
 Comisión Preventiva Central