

CONFERENCIA MUNDIAL DE TRANSPORTE AÉREO: RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA LIBERALIZACIÓN

Montreal, 24 - 29 de marzo de 2003

Cuestión 2 del

orden del día: Examen de aspectos clave de la reglamentación en la liberalización

2.5: Distribución de productos

DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS

(Nota presentada por Arabia Saudita, Bahrein, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Iraq, Jamahiriya Árabe Libia, Jordania, Líbano, Marruecos, Omán, Qatar, Siria, Sudán, Túnez, Yemen y el Observador de Palestina)²

RESUMEN

En esta nota se examinan las cuestiones relacionadas con la distribución de los productos de las líneas aéreas, concentrándose en la venta y comercialización de los servicios de transporte aéreo en la Internet y los sistemas de reserva por computadora (SRC), así como las iniciativas en el área árabe.

Las medidas propuestas a la Conferencia figuran en el párrafo 4.1.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Cabe comenzar por preguntar si el transporte aéreo es una industria, y, si es así, si esta industria tiene un producto y cuál es el valor económico y la naturaleza de ese producto. De hecho, la respuesta a esta pregunta nos ayudará a identificar los tipos y las características de los productos de transporte aéreo y, eventualmente, elaborar métodos óptimos para su distribución. Una industria es un proceso de producción para transformar un artículo de menor valor en uno con mayor valor. Al aplicar esta definición al transporte aéreo, observamos que las líneas aéreas transportan pasajeros y bienes de un lugar a otro, es decir, el proceso de transformación tiene lugar mediante un proceso de transporte. En el momento del transporte, el lugar de origen representa un menor valor para los pasajeros y los artículos y su destino

¹ La versión en árabe fue proporcionada por los miembros de la Comisión Árabe de Aviación Civil (CAAC).

² Miembros de la Comisión Árabe de Aviación Civil (CAAC).

representa un mayor valor. La prueba de esto consiste en que el valor de los artículos en el país de destino ciertamente será superior al que tienen en el país de producción.

1.2 De acuerdo con esta definición, el transporte aéreo puede ser considerado una industria; su producto consiste en los asientos de pasajeros o en el espacio de carga. Este producto tiene las características de los productos económicos, es decir, la escasez y el beneficio. Todos los transportistas aéreos son similares en la medida en que producen un servicio, es decir, el elemento de competencia entre estas líneas aéreas en el mercado del transporte aéreo debe relacionarse con este elemento, asumiendo la estabilidad de precios; en consecuencia, cada transportista procura satisfacer a sus usuarios y atraer a nuevos clientes. Nadie puede imponer restricciones normativas para limitar los esfuerzos de los transportistas aéreos para satisfacer a sus usuarios. Sin embargo, las autoridades aeronáuticas en todo el mundo sí establecen normas para garantizar una competencia justa y equitativa entre los transportistas aéreos en el mercado de transporte aéreo. Para lograr esto, debe hacerse una distinción entre la distribución de productos en los siguientes casos:

- a) vuelos internacionales regulares;
- b) vuelos adicionales; y
- c) vuelos chárter o no regulares.

1.3 **Vuelos regulares.** La tendencia prevaleciente en materia de distribución de productos respecto a los vuelos regulares consiste en la venta directa a los consumidores permitiendo a las líneas aéreas abrir establecimientos comerciales para la venta directa de sus productos a los consumidores, sin agentes intermediarios. El Reino de Bahrein tenía una iniciativa a este respecto cuando se adoptó la Decisión núm. 1 de 1999 permitiendo a las líneas aéreas vender directamente al público sin un agente. El Sultanato de Omán también permitió a las líneas aéreas elegir ya sea las ventas directas o las ventas mediante un agente local. Pero muchos Estados tienen todavía reservas a este respecto y aún requieren la presencia de un agente para asumir esta función y no permiten la venta directa por parte de las líneas aéreas.

1.4 **Vuelos adicionales.** Es bien sabido que el tránsito adicional es el resultado de una mayor demanda en una ruta regular; en consecuencia, está sujeto a los mismos requisitos que el tránsito regular.

1.5 **Vuelos chárter o no regulares.** Aunque algunos Estados no tienen impedimentos para la distribución de los vuelos no regulares, la mayoría de los Estados en todo el mundo todavía requieren que esta función sea ejercida por un agente de viajes o un agente de viajes chárter que venda vuelos todo comprendido y sea el vínculo entre el explotador y las autoridades aeronáuticas. Generalmente, esto asume la forma de programas para turistas.

2. LA COMERCIALIZACIÓN Y EL PROGRESO TECNOLÓGICO

2.1 El proceso tecnológico en el campo de la distribución de productos ha desempeñado una función principal en la apertura de opciones para los usuarios del transporte aéreo, haciendo posible reservar un asiento o un espacio de carga en un vuelo en la Internet. Esta última se ha convertido en un instrumento que plantea nuevos desafíos a los Estados que imponen restricciones al derecho de los transportistas aéreos de distribuir directamente sus productos.

2.2 Además, observamos relaciones complejas entre los transportistas aéreos mediante alianzas de comercialización, compartición de códigos, etc. En esas situaciones, la responsabilidad de los transportistas aéreos respecto a los pasajeros se perdería si no estuviera claramente definida, lo cual puede ocasionar la pérdida de los derechos de los pasajeros. En consecuencia, es necesario aclarar las relaciones

entre los pasajeros y las compañías que participan en el transporte de pasajeros en forma impresa, es decir, en el billete o en cualquier otro documento de transporte en papel o en formato electrónico.

2.3 Es igualmente importante para los Estados garantizar que los que sean responsables de los SRC adopten métodos honestos y neutrales en la presentación de los datos a los usuarios del transporte aéreo, sin favorecer a una compañía respecto a otra, y orientando a los consumidores a utilizar los servicios de un transportista y no de otro, lo cual puede tener un efecto negativo en la distribución de productos de ese transportista; y que el Código de conducta SRC aprobado por la OACI constituya el instrumento reglamentario aprobado para el control del proceso SRC y sea la referencia que oriente a cualquier otro código de conducta.

3. LA POSTURA ÁRABE

3.1 La Comisión Árabe de Aviación Civil (CAAC) ha formulado un programa para la liberalización gradual de los servicios de transporte aéreo entre sus Estados miembros, comenzando por los derechos de tránsito para las operaciones de carga y no regulares, continuando con los derechos de tránsito de acuerdo con los derechos de tercera, cuarta y quinta libertad; y, en la actualidad, está elaborando un acuerdo multilateral para la liberalización del transporte aéreo entre los Estados árabes (derechos de tránsito, acceso al mercado, capacidad y tarifas) que será implantado en la etapa final. Cabe recordar que las deliberaciones que tuvieron lugar durante la Conferencia de liberalización del transporte aéreo árabe (Dubai, 21-23 de octubre de 2002) dieron como resultado el apoyo para la iniciativa de la OACI sobre el Modelo de acuerdo de servicios aéreos (MASA). A fin de proteger los intereses de los pasajeros y las líneas aéreas árabes en el campo de las reservas, el acceso a la información y otros derechos relativos a contratos, tarifas y adquisiciones, de la CAAC, en cooperación con la Organización de Transportistas Aéreos Árabes (AACO) elaboró el Código de conducta árabe para los sistemas de reserva por computadora (SRC) basando sus principios y objetivos en el Código de conducta SRC de la OACI.

4. MEDIDAS PROPUESTA A LA CONFERENCIA

4.1 En vista de lo anterior y de acuerdo con el progreso tecnológico actual, se invita a la Conferencia a:

- a) solicitar a la OACI que continúe supervisando las iniciativas actuales sobre la distribución de productos relacionados con la Internet y los SRC, y que difunda la información correspondiente;
- b) recalcar que los proveedores y distribuidores de los servicios de transporte aéreo deben mantener neutralidad en su trato con todas las líneas aéreas;
- c) destacar la importancia de respetar el principio de no discriminación en todo código de conducta SRC regional;
- d) instar a los Estados contratantes a otorgar a las líneas aéreas el derecho a vender sus productos directamente;
- e) las obligaciones de las líneas aéreas respecto a los usuarios de los servicios de transporte aéreo deben establecerse claramente cuando exista más de un transportista que participe en el proceso de transporte;
- f) recalcar que los principios del Código de conducta SRC de la OACI constituyen la referencia que orienta la reglamentación de los sistemas de reserva por computadora

en los Estados contratantes o en cualquier otro código de conducta de carácter regional.

— FIN —