



Agencias de viajes lideran reclamos del consumidor en el sector turístico: ¿un actor perjudicado por las aerolíneas?

Cancelaciones, reprogramaciones o retrasos en vuelos son algunos de los “imprevistos” de las aerolíneas por los que las agencias de viajes deben responder ante los clientes. Un aspecto que, según expertos, podría amplificarse con la aprobación del proyecto de ley “Sernac te Protege”.

■ POR CLAUDIO VILLALOBOS

En el inicio de 2025 se vislumbra un desafío complejo para la industria turística nacional. La creciente cantidad de reclamos de los usuarios se ha convertido en una “piedra en el zapato” para dos actores claves dentro del desarrollo del turismo: las agencias de viajes y las aerolíneas.

En el caso las líneas aéreas, la situación se viene arrastrando desde hace años. Así lo demuestra el informe de la Junta de Aeronáutica Civil (JAC), elaborado con datos del Servicio Na-

cional del Consumidor (Sernac), en el que las compañías aéreas chilenas acumularon 33.354 reclamos durante 2024, llevándose más del 90% de las quejas dirigidas a las líneas que operan en Chile.

Entre los tres grandes, SKY Airlines fue la más afectada con un 43,95% del total recopilado por el organismo. Mientras que, mucho más abajo, le siguen Latam con 23,83% y JetSmart con 22,33%, logrando reducir considerablemente la tasa de reclamos en comparación con 2023.

Pese a las mejorías de estas últimas, los efectos de las fallas

en la entrega del servicio final recaen en la mayoría de los casos en las agencias de viajes, que son quienes responden ante los clientes.

Los que pagan los “platos rotos”

Según cifras del Sernac, en el primer mes del año las agencias de viajes se llevaron gran parte de los reclamos de enero del sector turístico, acumulando solo entre Despegar y Viajes Falabella 365 denuncias relacionadas, principalmente, a paquetes turísticos.

Entre las razones destacan las asociadas al transporte, sien-

do una de las principales causas de los reclamos la “cancelación y retrasos de vuelos sin compensaciones adecuadas”.

Al respecto, Mariángel Medina, CEO de la agencia Onix World Travel, señaló que la situación “afecta gravemente a las agencias de viajes porque el cliente en todo momento tiene contacto con nosotros y somos los que siempre estamos para atenderles de forma más cercana”.

“Muchas veces se tienen malos ratos con los clientes porque ellos no están informados sobre cómo es el procedimiento, hasta que se los explicamos para que vean que nosotros debemos solicitar a la aerolínea su reembolso y, una vez que lo recibimos, es que procedemos a pagarles a ellos”, agregaron desde la agencia.

Desde la agencia de viajes Eurosol, indicaron que muchos de estos casos los han llevado a

invertir dinero de su bolsillo para solucionar las necesidades de los clientes, montos que se destinan principalmente a hospedajes y traslados.

“Al cliente se le entrega solución como agencia. Yo he tenido que invertir en dos cancelaciones (...) Para las agencias es complejo, porque al final es una inversión para no perder el cliente”, señala Verónica González, gerenta de ventas de Viajes Eurosol.

Responsabilidad más allá de las agencias

El Código Aeronáutico y la Ley del Consumidor señalan que las aerolíneas son quienes deben prestar al cliente el servicio de transporte en las condiciones contratadas, y de no hacerlo deben responder directamente a los afectados sin hacer distinción si los pasajes son comprados a través de intermediarios.

Para Ximena Castillo Faura, abogada especialista en derechos del consumidor, el número de casos en que se les traspasa la responsabilidad a las agencias de viajes es “relevante”, y lo asocia a “un errado entendimiento y aplicación del artículo 43 de la Ley del Consumidor”.

Dicho artículo señala que el intermediario responde ante el consumidor, “sin perjuicio de su



derecho a repetir contra el prestador de los servicios o terceros que resulten responsables”.

Sin embargo, para la jurista, lo anterior se aleja de lo que se aplica en el día a día, porque “las aerolíneas no reembolsan a las agencias lo que estas tuvieron que pagar en multas e indemnizaciones por sus propios incumplimientos”.

Según Verónica González, de Viajes Eurosol, en estos casos “como agencia no estamos muy avalados por el Sernac para hacer este tipo de denuncias. A veces, a través del consolidador o el inside con el que traba-


jo hemos podido llegar a algunos acuerdos”.

El adverso escenario se puede complicar para las agencias, debido al proyecto “Sernac Te Protege”, el cual busca fortalecer a la institución para que pueda defender mejor los derechos de los consumidores incorporando, además de sus herramientas fiscalizadoras, atribuciones para aplicar sanciones.

Según explica Ximena Castillo, tanto la actual ley como el nuevo proyecto, “alcanza a todo tipo de intermediarios, pero ya no en la prestación, sino que en la comercialización de productos y

servicios. Por lo tanto, alcanzará a todos los que venden por cuenta de otro o que simplemente exhiben los productos o servicios de otros en sus vitrinas o plataformas electrónicas”.

Para la abogada, estas modificaciones harán más grande la brecha entre “proveedor” (aerolíneas) e “intermediario” (agencias de viajes).

“La brecha crece, sin duda, porque el cambio ahondará en el incentivo perverso de ir siempre solo contra el intermediario, sin siquiera intentar acciones contra el proveedor final”, agrega la experta. 

Seguros de viajes, una mano para las agencias

En medio de este escenario, desprotegidos ante el Sernac y perjudicados por las aerolíneas, las agencias en ocasiones cuentan con una importante herramienta para solventar las necesidades de los clientes: los seguros de viajes.

Algunos de estos, dentro de sus servicios ofrecen diferentes montos que cubren los inconvenientes producidos por problemas relacionados a vuelos.

“Acá juega un rol súper importante el seguro de viaje con el cual uno tra-

baje. Porque hay seguros que cubren el pase al club o al lounge inmediato. Hay otros que cubren inmediatamente el hotel”, explicó Verónica González.

Sin embargo, estos solo aplican cuando los vuelos son cancelados por desperfectos de la compañía aérea, dejando desprotegido al cliente en casos de contratiempos con el clima, por ejemplo.

“Por temas climáticos tampoco el cliente está cubierto. No hay ninguna

compañía de seguros que lo cubra. Lo hemos conversado con la aseguradora, pero ellos no cubren. ‘A todo evento’ no cubre un delay de la línea aérea”, agregó la agente de viajes.

Ante cualquiera de estas eventualidades, las aerolíneas se siguen escudando en el artículo 43 de la Ley del Consumidor, el cual, en palabras de Ximena Castillo, “genera un círculo vicioso, donde solo gana el proveedor del servicio final que no cumple”.