

Bogotá, 3 de Diciembre de 2025
A-167

Señor
OTTO GERGYE
Chief Commercial Officer
AVIANCA
Ciudad

Apreciado Otto:

Como representante del Gremio de las Agencias de Viajes —ANATO— quiero, respetuosamente, y teniendo en cuenta el comunicado que la Aerolínea ha enviado a las Agencias sobre la terminación del programa de conexión vía **Avianca SYNC**, manifestar la profunda preocupación que este nuevo cambio genera para el sector.

En primer lugar, resulta difícil entender que, después de haber sido Avianca la Aerolínea que lideró en Colombia y Latinoamérica la implementación de la tecnología **NDC** hace aproximadamente diez años —presentándola como la evolución natural de la industria en materia de reservas, simplificación de procesos, eficiencia y seguridad— hoy, luego de que las Agencias de Viajes tuvieron que realizar **millonarias inversiones** en integraciones tecnológicas con agregadores para obtener el contenido de la Aerolínea, además de renegociar y ajustar contratos con los GDS (como Amadeus), se nos informe que dicho modelo ya no continuará.

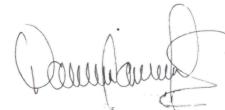
Desde ANATO no pretendemos interferir en las decisiones comerciales que bien considere la Aerolínea. Sin embargo, sí consideramos necesario entender en mayor profundidad las razones de este cambio, pues, como se mencionó, las Agencias realizaron inversiones significativas no solo en tecnología, sino también en capacitación y ajustes operativos, y hoy pareciera que todo ese esfuerzo no tuvo el impacto esperado.

A lo anterior se suma una inquietud mayor: que, además de los costos ya asumidos, se establezca ahora que, para acceder nuevamente al contenido EDIFACT a través del GDS y contar con las mismas tarifas, y no tener desigualdad tarifaria, **las Agencias de Viajes deban asumir un fee adicional** (independientemente de si el cobro corresponde a la Aerolínea o al GDS). Esta medida impactaría directamente la competitividad del canal de distribución y el costo final para el pasajero.

Reiteramos la importancia de mantener una relación estrecha entre **Aerolínea y Agencia**, entendiendo que se trata de una relación de proveedor y distribuidor, en la cual no es razonable que las Agencias tengan que “comprar” más caro el acceso al inventario que la propia Aerolínea ofrece de manera directa en su canal .com o en su portal para Agencias.

Por todo lo anterior, los invitamos respetuosamente a revisar esta medida, y a que tanto la Aerolínea como el GDS puedan evaluar sus costos internos, de manera que esta decisión no implique un valor adicional para las Agencias de Viajes al momento de vender sus productos.

Cordialmente,



PAULA CORTÉS CALLE
Presidente Ejecutiva