

## La CNMC multa a Booking.com con 413,24 millones por abusar de su posición de dominio durante los últimos 5 años

**Al posicionar mejor a los hoteles con más reservas en Booking.com, ha impedido a otras agencias online entrar en el mercado o expandirse.**

Madrid, 06 de agosto de 2024. La Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC) ha multado a Booking.com con 413.240.000 euros por abusar de su posición de dominio e infringir los artículos 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). Se trata esta de la multa más alta que ha impuesto la CNMC hasta el momento y, además, viene acompañada de varias obligaciones de comportamiento para garantizar que ni las conductas que dieron lugar a las infracciones, ni otras que puedan producir un efecto equivalente, prosigan en el futuro.

La compañía -que actúa como una agencia de viajes online que intermedia entre los hoteles y los clientes, y permite comparar precios y realizar reservas- ha cometido dos abusos de su posición de dominio desde, al menos, el 1 de enero de 2019 hasta la actualidad al imponer varias condiciones comerciales no equitativas a los hoteles situados en España que utilizan los servicios de intermediación de Booking y restringir la competencia de otras agencias de viajes en línea que ofrecen sus mismos servicios.

### Condiciones comerciales no equitativas impuestas por Booking a los hoteles situados en España:

- ✓ **Una cláusula de precios** que impide ofertar sus habitaciones en sus propias webs por debajo del precio que ofertan en Booking.com, a la vez que Booking.com se reserva el derecho a rebajar unilateralmente el precio que los hoteles ofertan a través de la web o aplicación de Booking.
- ✓ **Varias cláusulas** por las cuales solo tiene valor jurídico la versión en inglés de las Condiciones Generales de Contratación (GDT) de Booking.com; el Derecho aplicable a las GDT es el de los Países Bajos; y los tribunales competentes son los de Ámsterdam en caso de conflicto entre las partes.
- ✓ **Falta de transparencia en la información** sobre el impacto y rentabilidad de suscribirse a los programas Preferente, Preferente Plus y Genius. Estos programas permiten a los hoteles mejorar su posicionamiento en la clasificación predeterminada de resultados de Booking.com, a cambio de una comisión más alta o de ofrecer descuentos en la habitación más vendida o en la más barata que el hotel tenga en Booking.com.

### Abuso de posición de dominio exclusionario al restringir la competencia que pueden ejercer otras agencias de viajes online competidoras:

- ✓ **El empleo del número total de reservas de un hotel a través de Booking.com como criterio de posicionamiento en la lista de resultados predeterminada de Booking.com.** Esto incentiva a los hoteles a concentrar sus reservas online únicamente a través de Booking.com, impidiendo que otros competidores puedan entrar o expandirse en el mercado.
- ✓ **El empleo, como criterio para acceder y permanecer en los programas Preferente y Preferente Plus, de un requisito de rendimiento basado fundamentalmente en la rentabilidad de cada hotel para Booking.com.** Esto promueve que los hoteles que quieran acceder o permanecer en estos programas sigan una política de precios y disponibilidad basada en concentrar sus ventas en Booking, en perjuicio de otras agencias competidoras.

### Consecuencias de estas prácticas:

- ✓ **Las condiciones comerciales no equitativas** impiden a los hoteles ofertar precios más baratos de sus habitaciones en sus propias webs. En caso de conflicto sobre las Cláusulas Generales de Contratación (GDT), no pueden acudir a los tribunales españoles y deben emplear el Derecho de los Países Bajos, lo que les genera costes de litigación inequitativos.
- ✓ **La falta de transparencia** impide a los hoteles tomar decisiones informadas sobre la suscripción o no a los programas Preferente, Preferente Plus y Genius, muy relevantes para los hoteles situados en España.
- ✓ **El empleo total de reservas del hotel** en Booking, como criterio de posicionamiento en la clasificación predeterminada de resultados de Booking.com, y el de un **requisito de rendimiento** —rentabilidad que supone cada hotel para Booking— para acceder o permanecer en Preferente y Preferente Plus, restringen la competencia de otras agencias de viajes en línea y provoca que los hoteles no puedan acceder a mejores condiciones comerciales en la prestación de servicios de intermediación de reservas online.

Fuente de información: [CNMC](#)