

Multa histórica de Competencia a Booking: 413 millones por abuso de posición de dominio

El regulador cree que impone condiciones no equitativas a los hoteles

La plataforma acudirá a la Audiencia Nacional

SANTIAGO MILLÁN MADRID

La Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC) ha multado al sitio web de reservas de alojamiento Booking.com con 413 millones de euros por abusar de su posición de dominio e infringir la Ley de Defensa de la Competencia (LDC) y el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Inicialmente, la autoridad reguladora había barajado una sanción de 486 millones, tal y como publicó este diario el 23 de febrero. La empresa anunció que recurriría la decisión ante la Audiencia.

Es la mayor multa de la historia del regulador español. La CNMC sancionó con 203 millones a las compañías de obra civil en 2022; con 194 millones a Amazon y Apple en 2023; con 168 millones a las industrias lácteas en 2015; a Atresmedia y Mediaset con 154 millones en 2019, y a los fabricantes de

automóviles con 131 millones en 2015. En un comunicado, la CNMC señaló que la compañía 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 emplean sus servicios de intermediación de reservas y restringir la competencia de otras agencias de viajes online. Según la CNMC, la cuota de Booking.com en España ha oscilado durante el periodo investigado entre el 70% y el 90%.

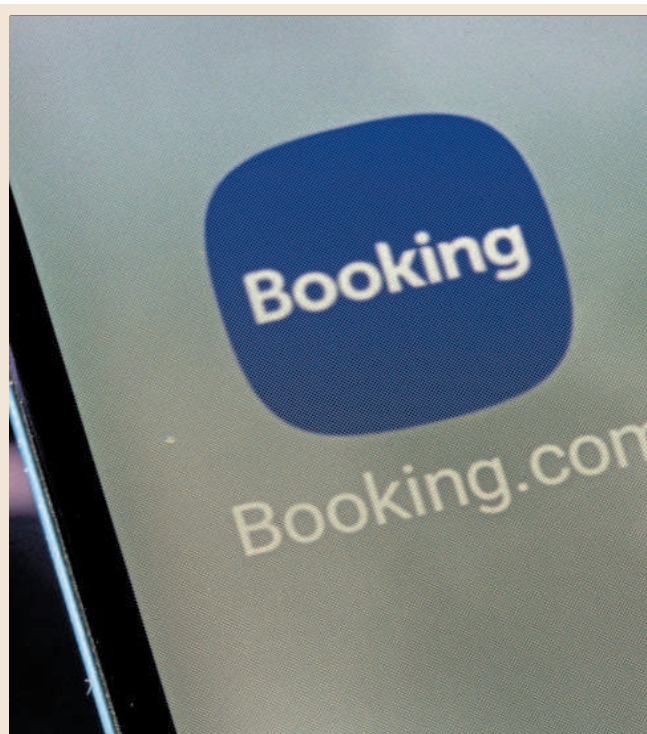
En 2021, la Asociación Española de Directores de Hotel y la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid denunciaron a la compañía por abusar de su posición de dominio. En octubre de 2022, la CNMC inició un expediente sancionador, cuya instrucción acredita que Booking.com cometió distintas prácticas anticompetitivas.

Según la CNMC, se han impuesto varias condiciones comerciales no equitativas, entre las que figura una cláusula de precios, que impide ofertar sus habitaciones en sus propias webs por debajo del precio que ofertan en Booking, a la vez que la empresa se reserva el derecho a rebajar unilateralmente el precio que los hoteles ofer-

tan a través de su propia web o aplicación. Además, hay varias cláusulas por las cuales solo tiene valor jurídico la versión en inglés de las condiciones generales de contratación (GDT) de Booking. El derecho aplicable a las GDT es el de los Países Bajos, mientras que los tribunales competentes son los de Ámsterdam en caso de conflicto entre las partes.

A su vez, advierte de la 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 que los suscriban mejorar su posicionamiento en la clasificación predefinida de resultados de Booking, 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 la agencia", dice la CNMC. La autoridad reguladora también se refiere al abuso de posición de dominio, al restringir la competencia que pueden ejercer otras agencias de viajes online competidoras.

Así, alerta sobre fórmulas como el empleo del número total de reservas de un hotel a través de Booking como criterio de posicionamiento en la lista de resultados predefinida de la firma.



Una imagen de la aplicación móvil de Booking.com. REUTERS

Ello incentiva a los hoteles a concentrar sus reservas online únicamente a través de Booking, impidiendo que competidores puedan entrar o expandirse en el mercado.

Del mismo modo, advierte del 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. Ello promueve que los hoteles que quieran acceder o permanecer en los

Se trata de la mayor sanción impuesta a una empresa por el regulador español

programas sigan una política de precios y de disponibilidad que les conduce a concentrar sus ventas en la plataforma, en perjuicio de otras agencias competidoras. Según la CNMC, las condiciones comerciales no

equitativas impiden a los hoteles ofertar precios más baratos de sus habitaciones en sus propias webs, mientras que Booking sí se reserva la posibilidad de rebajar el precio de la habitación que el hotel publica en la firma.

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.