

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

- Las prácticas han afectado a los hoteles situados en España y a otras agencias de viajes en línea (*online*) que compiten con la plataforma.
- Sus cláusulas suponen un desequilibrio inequitativo en la relación comercial con los hoteles situados en España.
- 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, 30 de julio 2024.- La 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) ([S/0005/21](#)).

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 en línea**¹ que ofrecen sus mismos servicios.

Booking.com

Actúa como una agencia de viajes en línea. A través de su web, intermedia entre los hoteles, que ofertan sus habitaciones, y los clientes, que buscan un hotel, comparan precios y realizan sus reservas.

Cobra una comisión al hotel calculada sobre el importe de las reservas a través de Booking.com y dispone de un inventario hotelero, el cual es provisto directamente por los hoteles en virtud de unas Condiciones Generales de Contratación que han de suscribir los hoteles con Booking.com². Adherirse a ellas es obligatorio para figurar en la web y la aplicación de Booking. Otras agencias, como eDreams o Lastminute, tienen inventarios hoteleros provistos

¹ On line Travel Agencies, (OTA) por sus siglas en inglés.

² General Delivery Terms, (GDT) por las siglas en inglés.

por otras agencias de viaje o, en el caso de Logitravel, por proveedores mayoristas.

Cuota de mercado y denuncias

La cuota de Booking.com en España³ 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 ([nota de prensa](#)), cuya instrucción acredita que Booking.com cometió las siguientes prácticas anticompetitivas:

Abuso de posición de dominio explotativo

Al imponer varias **condiciones comerciales no equitativas** a los hoteles situados en España; en concreto:

- **Una cláusula de precios** que impide ofertar sus habitaciones en sus propias webs por debajo del precio que ofertan en Booking.com⁴, 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 (i) solo tiene valor jurídico la versión en inglés de las Condiciones Generales de Contratación (GDT) de Booking.com, (ii) el Derecho aplicable a las GDT es el de los Países Bajos y (iii) 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 que los suscriban mejorar su posicionamiento en la clasificación predeterminada de resultados de Booking.com, a cambio de una comisión más alta o de ofrecer descuentos

³ En el mercado de la provisión de servicios de intermediación de reservas en línea a los hoteles por parte de agencias de viaje en línea.

⁴ Cláusula conocida como paridad de precios estrecha.

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 mediante las siguientes fórmulas:

- **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. Ello incentiva a los hoteles a concentrar sus reservas *online* únicamente a través de Booking.com, impidiendo que 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. Ello promueve que los hoteles que quieran acceder o permanecer en los 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.

Efectos de las conductas

Las condiciones comerciales no equitativas impiden a los hoteles ofertar precios más baratos de sus habitaciones en sus propias webs, mientras que Booking.com sí se reserva la posibilidad de rebajar el precio de la habitación que el hotel publica en Booking.com. 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 les impide 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 redunda en que los hoteles no puedan acceder a mejores condiciones comerciales en la prestación de servicios de intermediación de reservas *online*.

Sanciones y obligaciones

La CNMC impone a Booking.com **dos multas de 206.620.000 euros** por cada una de las infracciones únicas y continuadas de abuso de posición de dominio: (i) la imposición de una serie de condiciones comerciales no equitativas a los hoteles situados en España y (ii) la restricción de la competencia de otras agencias de viajes en línea a la hora de ofrecer servicios de intermediación en línea de reservas a los hoteles situados en España, respectivamente. La **sanción total** es de **413.240.000 euros**.

Además, le impone **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.

Contra esta resolución podrá interponerse directamente recurso contencioso administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses a partir del día siguiente al de su notificación.

Contenido relacionado:

- [\(S/0005/21\)](#)
- [Resumen web \(S/0005/21\)](#)
- [Nota de prensa](#) (17/10/2022); La CNMC inicia un expediente sancionador contra Booking.com por posibles prácticas anticompetitivas que afectarían a hoteles y agencias de viajes en línea