COMPROMISOS DE BOOKING.COM SOBRE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES*

Lucía del Saz Domínguez
Estudiante del Máster en Acceso a la Abogacía
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 27 de enero de 2020

1. RESUMEN

Booking.com, tras el diálogo mantenido con la Comisión Europea y las autoridades nacionales de consumo, se ha comprometido[1] a efectuar cambios en la forma en que presenta sus ofertas, descuentos y precios a los consumidores. Este compromiso supone una mejora dirigida a que los consumidores puedan realizar comparaciones informadas (se protege la libertad de elección del consumidor y la libre competencia, con arreglo a los requisitos de la legislación de consumo de la Unión Europea)[2].

* Trabajo realizado bajo la tutela del Profesor Ángel Carrasco Perera en el marco del Proyecto de Investigación PGC2018-098683-B-I00, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (MCIU) y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) titulado "Protección de consumidores y riesgo de exclusión social" dirigido por Ángel Carrasco Perera y Encarna Cordero Lobato y en el marco de la Ayuda para la financiación de actividades de investigación dirigidas a grupos de la UCLM Ref.: 2019-GRIN-27198, denominado "Grupo de Investigación del Profesor Ángel Carrasco" (GIPAC) y a la ayuda para la realización de proyectos de investigación científica y transferencia de tecnología, de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) para el Proyecto titulado "Protección de consumidores y riesgo de exclusión social en Castilla-La Mancha" (PCRECLM) con Ref.: SBPLY/19/180501/000333 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana Isabel Mendoza Losana, en base a la Propuesta de Resolución Provisional de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes, Dirección General de Universidades, Investigación e Innovación de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha de 5 de diciembre de 2019.

[1] El ejecutivo de la Unión Europea y la Autoridad Holandesa de Consumidores y Mercados mantuvieron conversaciones con Booking.com y aceptaron los compromisos asumidos por la compañía para alinear sus prácticas con la legislación de consumo de la UE, en beneficio de los consumidores.

[2] Se pretende ofrecer al consumidor la adopción de una decisión libre e informada que le permita contratar en unas mejores condiciones frente al empresario que ofrece el servicio.

2. COMPROMISOS

Entre los cambios que Booking.com adoptará en sus prácticas, como fecha límite el 16 de junio de 2020, se encuentran los siguientes:

i. Habrá de clarificar que manifestaciones como "¡última habitación disponible!" vienen referidas exclusivamente a la oferta en su plataforma, en aras de evitar la confusión al consumidor que podía creer que se estaba haciendo referencia a la disponibilidad no solo en Booking.com sino también en el propio hotel.

ii. Se abstendrá de promocionar "oferta por tiempo limitado" si dicho precio permanecerá disponible tras expirar el límite temporal.

iii. Deberá aclarar el método de clasificación de los resultados, así como si los pagos realizados por el proveedor de alojamiento a Booking.com han influido en su posición en la lista de resultados.

iv. Tendrá que dejar claro cuándo una comparación de precios está basada en circunstancias diferentes y no presentar esa comparación como un descuento.

v. Se asegurará de que las comparaciones de precios presentadas como descuentos representan un auténtico ahorro.

vi. Mostrará de manera clara y destacada el precio total que los consumidores deberán pagar (incluyendo los cargos, impuestos y tasas cuando estos puedan calcularse por adelantado).

vii. Igualmente, tendrá que indicar con claridad si el alojamiento es ofrecido por un anfitrión privado o por un profesional.

3. JUSTIFICACIÓN Y SUPERVISIÓN

Estos cambios, que otorgan respuesta a los aspectos más cuestionados de la plataforma de reservas online Booking.com (entre ellos la supuesta manipulación de los ránkings de recomendaciones, presionar creando plazos ficticios para realizar "reservas exclusivas" y la tergiversación de los descuentos), persiguen prevenir (i.) que se induzca a error a los consumidores, (ii.) se les impida encontrar la mejor oferta y (iii.) la potencial infracción de la legislación en materia de consumo con actos como publicidad engañosa.
A partir de ahora se espera que la forma de presentar en su portal las ofertas, descuentos y precios sea mucho más transparente.

La implementación de estos compromisos será evaluada por las autoridades nacionales de protección al consumidor que, en coordinación con la Comisión Europea, también analizarán las prácticas de otras importantes plataformas de servicios de viajes online para garantizar un trato justo a los consumidores.