

Tras la denuncia de FACUA, Consumo de Baleares abre expediente sancionador a Trivago

Tras la denuncia de FACUA-Consumidores en Acción por publicidad engañosa, la Dirección General de Consumo del Govern Balear ha abierto expediente sancionador a Trivago.

La empresa utiliza como reclamo que *"compara los precios de numerosas webs"* y afirma que realiza las búsquedas en *"más de 1,8 millones de hoteles de más de 190 países en más de 400 webs de reserva"*. Pero sus resultados posicionan mejor a los hoteles que más le pagan y los precios pueden no coincidir con los de sus páginas web, pese a que induce a los usuarios a creer que saca la información directamente de ellas.

El organismo de la Consejería de Salud y Consumo del Gobierno de las Islas Baleares, donde Trivago tiene su sede social en España, ha anunciado que ve una probabilidad *"muy alta"* de sancionar a la empresa por premiar a los establecimientos hoteleros que más pagan por cada cliente que contrata sus servicios redireccionado a través del popular buscador. Unos hechos que desde la Dirección General de Consumo han calificado de *"muy graves"*, una vez analizada la denuncia presentada a comienzos de agosto por FACUA.

La asociación considera que en muchas ocasiones, Trivago puede provocar que los usuarios contraten ofertas hoteleras más caras que las que aparecen en sus propias webs, al hacerles creer que allí encontrarían los mismos precios. Además, al ordenar por defecto los resultados de sus búsquedas con el criterio *"Recomendados"*, induce a que se contraten más los hoteles que aparecen en las primeras posiciones, los cuales no son necesariamente los mejores y más económicos, ya que el posicionamiento en los resultados de las búsquedas depende de las cantidades que paguen las empresas al comparador.

Los precios los aportan los anunciantes

FACUA considera que la publicidad de Trivago puede llevar a los usuarios a pensar que rastrea la información directamente de las webs de los distintos establecimientos hoteleros para ofrecer una combinación con los mejores resultados. Sin embargo, la empresa se dedica exclusivamente a consultar los datos que le aportan sus anunciantes -que denomina *"proveedores hoteleros"*-, por lo que podría darse la circunstancia de que los precios publicados por Trivago difieran notablemente de los que ofertan los establecimientos en sus propias webs.

En concreto, en las propias *"condiciones generales"* de Trivago aparece el texto *"no garantizamos que el contenido del proveedor, en particular los precios reflejados, se actualice en tiempo real"*, *"el precio que muestre un proveedor hotelero podría no corresponderse con el mostrado en nuestra plataforma"*. A su vez, en la sección de *"Preguntas Frecuentes"* indica que *"Trivago trabaja con numerosos sitios web diferentes, y las tarifas y disponibilidad que nos proporcionan cambian constantemente [...] es posible que en ocasiones no encuentres la misma oferta en la que hiciste clic al visitar la web de reserva"*.

Posicionamiento según pago

FACUA también advierte de que al mostrar los resultados ordenados según el criterio *"Recomendados"* (el que aparece por defecto), el orden de prioridad viene determinado, entre otros elementos, por los pagos que las webs de reserva y establecimientos hoteleros abonan a Trivago.

La empresa sólo informa de esto en el apartado de *"Preguntas Frecuentes"* al señalar que el algoritmo que utilizan para realizar el orden *"analiza los filtros de búsqueda, como la ubicación y las fechas de estancia, además del precio y el atractivo general de la oferta [...] También tenemos en cuenta la compensación que las webs de reserva nos pagan cuando un usuario hace clic en una oferta"*.

La asociación denuncia, sin embargo, que el usuario no es informado de este método cuando realiza la búsqueda, por lo que puede llegar a pensar que el orden en el que aparecen los resultados viene realmente determinado por criterios objetivos (como precio o ubicación) sin saber que influye el hecho de que hayan pagado a Trivago por estar en esa posición.

Qué dice la ley

FACUA recuerda que la Ley de Competencia Desleal recoge, su apartado primero, que *"se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptibles de alterar su comportamiento económico"* en relación, entre otros, a *"las características principales del bien y servicio"* y *"la existencia o naturaleza"* del mismo.

La misma normativa considera desleal *"la omisión u ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa"*.

