

ACUERDO EXTRAJUDICIAL

FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA

Y

BOOKING.COM B.V.

En Santiago de Chile, a 5 de marzo de 2026, comparecen, por una parte, la **FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA** (“FNE” o “Fiscalía”), Rol Único Tributario N°60.701.001-3, persona jurídica de derecho público, representada legalmente por el Fiscal Nacional Económico, don **JORGE GRUNBERG PILOWSKY**, abogado, cédula nacional de identidad N°13.830.903-7, ambos domiciliados en calle Huérfanos N°670, piso 8, comuna de Santiago, Región Metropolitana; y, por otra, **BOOKING.COM B.V.** (“**Booking.com**”), dedicada a la prestación de servicios de intermediación de viajes en línea, representada por don **JUAN CRISTÓBAL GUMUCIO SCHÖNTHALER**, chileno, abogado, cédula nacional de identidad N°9.908.675-0, ambos domiciliados para estos efectos en Av. Andrés Bello 2711, piso 19, comuna de Las Condes, Región Metropolitana (en conjunto con la FNE, las “**Partes**”), quienes suscriben el siguiente acuerdo extrajudicial en relación con la investigación Rol N°2751-24 FNE (“**Acuerdo Extrajudicial**” o “**Acuerdo**”), que ponen en conocimiento del H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (“**H. TDLC**”) para su aprobación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 letra ñ) del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973 (“**DL 211**”).

PRIMERO: Con fecha 8 de enero de 2024, la FNE inició la investigación Rol N°2751-24 FNE (“**Investigación**”), relativa a las Cláusulas de Nación Más Favorecida (“**CNMF**”) identificadas en los acuerdos celebrados entre las agencias de viaje online (“**OTAs**”) presentes en Chile y los establecimientos de hospedaje (“**Alojamiento(s)**” o “**Establecimiento(s) de Hospedaje**”), que prestan servicios de alojamiento para turistas y consumidores en Chile.

Posteriormente, el 5 de marzo de 2025, la FNE amplió la Investigación con el fin de examinar diversos programas de fidelización y herramientas ofrecidas por las OTAs, en cuanto estos también podrían generar eventuales riesgos y/o efectos en la competencia al incorporar CNMF en sus términos y condiciones.

Para efectos del presente Acuerdo Extrajudicial, las CNMF corresponden a todas aquellas cláusulas, obligaciones, prácticas o condiciones comerciales que limiten a cualquier Alojamiento la posibilidad de ofrecer precios más bajos en otros canales de ventas online

y/u offline, tales como otras OTAs, agencias de reservas, otros intermediarios, y/o canales propios¹, ya sea que dicha limitación se establezca de forma expresa o implícita.

Por su parte, se entenderá como Alojamiento(s) o Establecimiento(s) de Hospedaje, cualquier tipo de proveedor de servicios de alojamiento que celebre un acuerdo de alojamiento, acuerdo de colaboración u otro contrato de servicios con Booking.com en Chile.

SEGUNDO: La Investigación tiene su origen en el Estudio sobre el Mercado del Hospedaje ("**Estudio de Mercado**"), en el cual se analizaron las CNMF que las OTAs presentes en Chile incorporan en sus contratos con los Establecimientos de Hospedaje.

A partir del análisis contenido en el Estudio de Mercado, se concluyó que existiría un uso generalizado de CNMF, lo que representa importantes riesgos para la libre competencia. Estos incluirían, entre otros, la suavización de la competencia en precios y la creación de barreras de entrada para nuevas plataformas². Asimismo, en el Estudio de Mercado se constató que las OTAs tienen una relevancia significativa para el sector del hospedaje y que Booking.com es la plataforma con mayor presencia³.

En atención a dichos hallazgos, en el Estudio de Mercado se recomendó al Fiscal Nacional Económico evaluar la apertura de una investigación por eventuales infracciones al DL 211, conforme a lo dispuesto en la Guía Interna para el Desarrollo de Estudios de Mercado de la FNE, de 2017. Dicha recomendación fue acogida mediante la resolución que dispuso el inicio de la presente Investigación.

TERCERO: Durante la Investigación, la FNE constató la presencia generalizada de CNMF en los términos y condiciones generales, acuerdos comerciales y/o contratos suscritos entre Booking.com y los Alojamientos. Asimismo, se identificó la existencia de CNMF en los términos y condiciones que contienen los requisitos para acceder y permanecer en una serie de programas de fidelización que Booking.com pone a disposición de los Alojamientos y de los consumidores en Chile. A continuación, se detallan las CNMF constatadas durante la Investigación.

En primer término, las Condiciones Generales de Entrega ("**CGE**") contienen los términos y condiciones generales que rigen la prestación de servicios de intermediación de reservas en línea por parte de Booking.com. Desde el año 2009⁴, las CGE incluyen una CNMF, en tanto requieren que los Alojamientos ofrezcan en Booking.com precios iguales o inferiores

¹ Incluyendo, entre otros, el sitio web propio del Alojamiento, la aplicación del Alojamiento, las reservas efectuadas de manera presencial en la recepción del Alojamiento o las realizadas por vía telefónica.

² Fiscalía Nacional Económica, Estudio sobre el mercado del hospedaje§ 411, p.145. Disponible en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2024/04/03.Informe_Final.pdf [Fecha de consulta: 5 de marzo de 2026].

³ Ibid., § 387-392, pp.137-139.

⁴ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Reservado FNE N°189-25, que consta en el expediente de la Investigación.

a los disponibles en otros canales de ventas online y/u offline, tales como otras OTAs, agencias de reservas, otros intermediarios, y/o canales propios⁵.

En segundo término, el programa de fidelización denominado Programa de Socio Preferente (“**PPP**” o “**Programa de Socio Preferente**”) otorga a los Alojamientos, que cumplen ciertos requisitos de calidad, mayor visibilidad en los resultados de búsqueda y un distintivo especial en la página de su establecimiento y en la plataforma de Booking.com, a cambio de un aumento de la comisión de un 3%⁶ (comparado con la comisión estándar aplicable a todos los Alojamientos en Chile). Desde el año 2017⁷, el PPP requiere que los Alojamientos ofrezcan en Booking.com al menos precios iguales o inferiores a los disponibles fuera de Booking.com (“**Criterio de Precios Externos**”) tales como los canales propios y otras OTAs⁸ para acceder y permanecer en dicho programa. En apreciación de la FNE, el Criterio de Precios Externos corresponde a una CNMF.

En tercer término, el programa de fidelización denominado Preferente Plus (“**PPP+**”), que constituye una extensión del PPP para Alojamientos de una calidad aún mayor que buscan obtener la máxima visibilidad en los resultados de búsqueda, exige el pago de una comisión adicional del 5% a cambio de un impulso adicional en la clasificación base y la asignación de un distintivo especial en la página del establecimiento y en la plataforma de Booking.com. Desde el año 2020⁹, el PPP+ contiene un Criterio de Precios Externos, en tanto uno de los requisitos para acceder y permanecer en el programa consiste en que los Alojamientos participen previamente en el PPP, el cual tiene como requisito el Criterio de Precios Externos¹⁰.

Finalmente, el programa de fidelización denominado Genius (“**Genius**”) es el programa de Booking.com orientado simultáneamente a entregar beneficios a los viajeros frecuentes y a incrementar la visibilidad y reservas de los Alojamientos participantes, junto con la asignación de un distintivo especial en la página del Alojamiento y en la plataforma de Booking.com. Desde el año 2017¹¹, Genius incluye el Criterio de Precios Externos como uno de los requisitos para acceder y permanecer en dicho programa¹².

⁵ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Ord. FNE N°102-24, que consta en el expediente de la Investigación.
<https://admin.booking.com/hotelreg/terms-and-conditions.html?language=es;cc1=cl> [Fecha de consulta: 5 de marzo de 2026].

⁶ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Ord. FNE N°552-24, que consta en el expediente de la Investigación.

⁷ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Reservado FNE N°189-25, que consta en el expediente de la Investigación.

⁸ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Ord. FNE N°552-24, que consta en el expediente de la Investigación.

⁹ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Reservado FNE N°189-25, que consta en el expediente de la Investigación.

¹⁰ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Ord. FNE N°552-24, que consta en el expediente de la Investigación.

¹¹ Véase respuesta de Booking.com al Oficio Reservado FNE N°189-25, que consta en el expediente de la Investigación.

¹² Véase respuesta de Booking.com al Oficio Ord. FNE N°57-25, que consta en el expediente de la Investigación.

En apreciación de la FNE, las CNMF pueden generar efectos y/o riesgos nocivos en la competencia en los mercados. En el presente caso, dichos efectos y/o riesgos se asocian a la disminución de la competencia entre OTAs, a la reducción de los incentivos de las OTAs para competir con los canales propios de los Alojamientos, así como a la exclusión de OTAs competidoras actuales o potenciales, todo ello, a su vez, en perjuicio de los consumidores. Lo anterior, en línea con la Guía para el Análisis de Restricciones Verticales de la FNE, de 2014.

CUARTO: Asimismo, durante la Investigación, la Fiscalía constató la existencia de una herramienta de Booking.com denominada Booking Sponsored Benefit (“**BSB**”).

Conforme a lo indicado por Booking.com “*BSB es una herramienta que Booking.com utiliza para ofrecer precios más bajos a los consumidores, pagando de manera unilateral y a su propio costo una parte del precio en nombre del consumidor. Esto implica usar el margen de Booking.com para financiar parte del precio final al consumidor, con el fin de hacer más atractiva la oferta de la plataforma*”¹³.

En apreciación de la FNE, el BSB podría generar efectos o riesgos nocivos en la competencia en los mercados. Sin embargo, dicha herramienta no se encuentra actualmente habilitada en Chile y no existen planes inmediatos para su implementación¹⁴, por lo que la FNE continuará velando por la libre competencia a este respecto y se reserva la facultad de adoptar las medidas que correspondan.

QUINTO: Booking.com viene a realizar las siguientes declaraciones, sin perjuicio de las medidas que se acordaron, plasmadas en este Acuerdo Extrajudicial:

Booking.com no comparte el análisis de la FNE. Booking.com provee beneficios importantes para los proveedores de alojamientos (especialmente para los más pequeños) y permite precios más bajos y mayores opciones para los consumidores. Booking.com siempre ha actuado con el convencimiento de actuar de conformidad a la regulación de libre competencia y que su conducta no ha generado riesgos a la libre competencia en Chile ni ha producido efectos nocivos en el mercado.

En opinión de Booking.com, en el mercado de alojamientos, las cláusulas de paridad son pro competitivas ya que previenen el *free riding*, que podría de otra forma llevar a menos inversión, servicios de OTA de peor calidad y un debilitamiento en la competencia, dañando particularmente a los Alojamientos más pequeños. Ellas reducen las búsquedas de viajeros y los costos de transacción para asegurar los mejores precios en Booking.com, incrementando por tanto la transparencia para consumidores y mejorando la competencia inter marca. Sin cláusulas de paridad, los proveedores de alojamientos podrían de otra

¹³ Véase Ingreso de Booking.com de fecha 6 de noviembre de 2025, que consta en el expediente de Investigación. Traducción libre de: “*BSB is a tool which Booking.com uses to provide lower prices for consumers by unilaterally paying at its own cost a part of the price on behalf of the consumer. It involves using Booking.com’s margin to fund part of the consumer price to make the platform’s offering more attractive*”.

¹⁴ Ídem.

forma hacer *free riding* en las sustanciales inversiones tecnológicas y de marketing realizadas por las OTAs, lo que es particularmente cierto en el caso del modelo de negocios de Booking.com, donde los proveedores de alojamientos fijan los precios y Booking.com recibe ingresos por la intermediación sólo cuando los viajeros realizan una reserva exitosa (esto es, si la reserva no es cancelada con posterioridad) en la plataforma.

Además, la herramienta BSB de Booking.com ofrece ventajas significativas tanto para los consumidores como para los Alojamientos. Los consumidores se benefician directamente de precios más bajos en Booking.com, mientras que los Alojamientos pueden aumentar sus reservas sin ningún coste adicional, ya que Booking.com financia íntegramente las reducciones de precio y los Alojamientos reciben el pago originalmente publicado. Por lo tanto, BSB es procompetitiva.

Sin embargo, en el interés de cooperación y eficiencia, Booking.com está dispuesto a celebrar el presente Acuerdo Extrajudicial con la FNE, el que no puede ser interpretado en forma alguna como una infracción de Booking.com. Nada de lo dispuesto en este Acuerdo debe entenderse como un reconocimiento de responsabilidad por parte de Booking.com o de infracción alguna.

SEXTO: Con los objetivos de poner término a la Investigación, cautelar la libre competencia en el mercado de provisión de servicios de intermediación de reservas en línea a Alojamientos por parte de OTAs en el territorio nacional, y evitar un proceso judicial extenso, las Partes acuerdan someter el presente Acuerdo Extrajudicial a la aprobación del H. TDLC, de conformidad con el artículo 39 letra ñ) del DL 211. En virtud de ello, Booking.com se compromete, en el menor plazo posible y no más allá de 30 días corridos desde que la resolución que apruebe el Acuerdo Extrajudicial se encuentre firme o ejecutoriada, a implementar las siguientes medidas para preservar la libre competencia en los mercados en Chile:

1. Compromiso de eliminación de CNMF. Booking.com deberá eliminar las CNMF identificadas en la cláusula Tercera del Acuerdo Extrajudicial.

En particular, este compromiso implica que:

- (i) Booking.com no podrá establecer cláusulas, obligaciones, prácticas o condiciones comerciales, que limiten a cualquier Alojamiento la posibilidad de ofrecer precios más bajos en otros canales de ventas online y/u offline, tales como otras OTAs, agencias de reservas, otros intermediarios, y/o canales propios. Esto también significa que Booking.com no podrá incluir CNMF en sus términos y condiciones generales, en el algoritmo de resultados de búsqueda, así como en cualquier otro programa, herramienta, campaña, promoción u otra iniciativa similar.
- (ii) Booking.com no podrá establecer el Criterio de Precios Externos, como requisito para acceder o permanecer en los programas PPP, PPP+ y Genius.

- (iii) Booking.com deberá incluir a Chile, para todos los efectos, dentro de los “países sin cláusula de paridad” en las CGE que rigen la prestación de servicios de intermediación de reservas en línea por parte de Booking.com. Este cambio se formalizará por Booking.com durante el ciclo de ajustes de la plataforma en el segundo semestre de 2026 y, en el entretanto, no afectará en modo alguno la eficacia del compromiso de eliminación de CNMF, así como del resto de las obligaciones asociadas al mismo.
 - (iv) Booking.com renuncia de manera unilateral e irrevocable a todas las CNMF contenidas en sus términos y condiciones generales, acuerdos comerciales y/o contratos con Establecimientos de Hospedaje en Chile.
2. Compromiso de no implementación futura de CNMF. Booking.com no podrá implementar en el futuro CNMF.
 3. Comunicación de los compromisos. Booking.com deberá notificar a cada uno de los Alojamientos los compromisos adoptados en el marco del presente Acuerdo Extrajudicial. El texto específico de la comunicación, así como el medio de notificación, será acordado en conjunto con la FNE. La notificación será incluida permanentemente en el portal del Alojamiento en Booking.com (Extranet), en un lugar visible, tanto para los Alojamientos existentes como los nuevos Alojamientos.
 4. Revisión. Solo una vez transcurrido un período de tres años contados desde la aprobación del presente Acuerdo Extrajudicial, Booking.com podrá exponer a la FNE o al H. TDLC fundadamente la necesidad de revisar y/o eliminar las medidas contempladas en los numerales 1, 2 y 3 precedentes. La autorización que permite el alzamiento de estas medidas se obtendrá mediante: (a) la suscripción y aprobación de un nuevo acuerdo extrajudicial que permita el alzamiento de estos compromisos, cuestión que deberá fundarse en nuevos antecedentes; o (b) la dictación de una resolución por parte del H. TDLC que permita el alzamiento de estos compromisos, en el ejercicio de la atribución contemplada en el artículo 18 numeral 2) del DL 211.
 5. Pago a beneficio fiscal. Booking.com deberá pagar a beneficio fiscal, como parte del acuerdo, una suma de US\$ 6.000.000 (seis millones de dólares de los Estados Unidos de América).

SÉPTIMO: Los términos del presente Acuerdo Extrajudicial prevalecerán sobre las disposiciones de los acuerdos comerciales, contratos y/o los términos y condiciones de Booking.com respecto de los Alojamientos en Chile.

OCTAVO: El Acuerdo Extrajudicial se encuentra sujeto a la aprobación por parte del H. TDLC, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 letra ñ) del DL 211, y entrará en vigor solo una vez que la resolución judicial que lo apruebe se encuentre firme o ejecutoriada.

NOVENO: Las Partes declaran que el presente Acuerdo Extrajudicial tiene por objeto cautelar la libre competencia en el mercado de la provisión de servicios de intermediación de reservas en línea a Establecimientos de Hospedaje por parte de OTAs en Chile en el contexto de la Investigación, en los términos preceptuados en el párrafo primero de la letra ñ) del artículo 39 del DL 211.

DÉCIMO: Las Partes dejan expresa constancia de que los acuerdos, declaraciones expresadas y compromisos asumidos son efectuados dentro del marco y con el solo objeto de perfeccionar el Acuerdo Extrajudicial, de modo que, si por cualquier motivo este no es aprobado por resolución firme o ejecutoriada del H. TDLC, las Partes no podrán invocar estos antecedentes en la Investigación o en actuaciones posteriores.

UNDÉCIMO: La personería de don Jorge Grunberg Pilowsky para representar a la Fiscalía Nacional Económica consta en el Decreto Supremo N°45, de 2023, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que da cuenta de su nombramiento en el cargo de Fiscal Nacional Económico.

La Personería de don Juan Cristóbal Gumucio Schönthaler para representar a Booking.com B.V. consta en escritura pública de fecha 22 de enero de 2026, otorgada ante la Notario Público de Santiago doña Patricia Manríquez Huerta, bajo el repertorio 965-2026.

Jorge Grunberg Pilowsky

P.P. FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA

Juan Cristóbal Gumucio Schönthaler

P.P. BOOKING.COM B.V.