

Nota informativa

Uno de cada tres comercios no informa correctamente sobre los descuentos en línea durante el Black Friday y el Cyber Monday

Investigación de la Comisión Europea y las autoridades nacionales de protección de los consumidores de 25 países para supervisar las acciones comerciales de 314 tiendas online.

Madrid, 30 de marzo de 2026 –La Comisión Europea y las autoridades de protección de los consumidores de veintitrés Estados miembros, así como de Islandia y Noruega, han publicado recientemente los resultados de una serie de [barridos](#) realizados con el objetivo de analizar los descuentos ofrecidos en línea por los comercios durante las ventas del Black Friday y el Cyber Monday.

La investigación ha sido coordinada por la Comisión Europea y se ha llevado a cabo gracias a la colaboración de las distintas autoridades nacionales de protección de los consumidores de un total de veinticinco países europeos. Su finalidad ha sido evaluar si los descuentos y las políticas de precios llevados a cabo durante las principales campañas de ventas online, como el Black Friday y el Cyber Monday, cumplían con la normativa de consumo de la Unión Europea.

De esta forma, las autoridades de protección de los consumidores han supervisado las acciones comerciales de un total de 314 tiendas online y, como consecuencia de este trabajo, han concluido que el 30% de los comercios investigados no ofrece información correcta sobre los descuentos durante dichas campañas.

En este contexto, CEC-España recuerda que siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad el precio anterior para poder llevar a cabo una correcta comparación del precio con y sin descuento. Para ello, y conforme a la [Directiva sobre indicaciones de precios](#), el precio anterior deberá ser el precio menor que hubiese sido aplicado en los treinta días precedentes.

Igualmente, las autoridades nacionales evaluaron otras tácticas de venta practicadas también por otros comercios online y con las que se podría influir en las decisiones de compra de los consumidores:

- El 36% de los comercios (4 de cada diez) intentó agregar artículos adicionales a las cestas de la compra de los consumidores sin solicitar claramente su consentimiento;
- El 34% mostró comparaciones de precios y 6 de cada 10 tiendas no explicaban claramente el precio de referencia utilizado para realizar la comparación.
- El 18% utilizó técnicas de venta bajo presión, como afirmar que un producto se está agotando o usar temporizadores de cuenta atrás. La red de Cooperación para la Protección de los Consumidores ([CPC](#)) constató que más de la mitad de estos casos eran engañosos; es decir, que la afirmación de escasez era falsa.
- El 10 % utilizó la técnica de «precios por goteo» con la que se van añadiendo tasas adicionales durante o al final del proceso de compra, tales como las tasas de envío o de servicio.

Cabe advertir que agregar artículos sin el consentimiento del consumidor, mostrar los precios de manera engañosa, afirmar falsamente que un producto se está agotando u ocultar tarifas adicionales hasta el final del proceso de compra son prácticas ilegales en virtud de la legislación de la UE en materia de consumidores.

A partir de ahora, con las conclusiones obtenidas, las autoridades nacionales de protección de los consumidores podrán adoptar medidas contra las empresas afectadas.

Estados participantes en la investigación: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Chequia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estonia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Portugal, Rumanía y Suecia.

Sobre la red CPC

Las autoridades nacionales de cada país son responsables de la aplicación de la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores. Con el fin de proteger a los consumidores cuando compran a través de las fronteras nacionales, el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores estableció una red de agentes públicos competentes para abordar estas cuestiones de manera coordinada; la red de [Cooperación para la Protección de los Consumidores](#) (CPC). Bajo la coordinación de la Comisión Europea, estas autoridades colaboran para hacer frente a las infracciones del Derecho de los consumidores que se producen en el mercado único, como las prácticas comerciales desleales, el comercio electrónico, el bloqueo geográfico, los viajes combinados, la venta en línea o los derechos de los pasajeros.

Fuente de la información: [Comisión Europea](#)