



Novedades introducidas por la Ley SAC respecto a la indicación de precios.

Madrid, 26 de agosto de 2026.

Para que una decisión de compra sea libre e informada, **las personas consumidoras tienen derecho a conocer**, antes de contratar un bien o un servicio, cuál será **el precio final completo** que deberán pagar, y los elementos que lo integran. Esta **información sobre el precio**, de acuerdo con la normativa de protección a las personas consumidoras, **debe ser clara, completa y comprensible desde el primer momento**, esto es, desde la propia oferta comercial del bien o servicio. **En el comercio electrónico**, esta información debe estar presente **desde la primera interfaz** en la que se realice una oferta, o se informe del precio de un producto o servicio.

Las modificaciones introducidas por la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, más conocida como **Ley SAC**, **refuerzan esta obligación de transparencia e incorporan nuevas previsiones** sobre los gastos de gestión, los precios regulados y la utilización de precios personalizados mediante sistemas automatizados.

- **El precio anunciado debe ser el precio final completo.**

El **precio final completo**, que debe presentarse desde la primera oferta comercial, debe corresponder al **importe total que la persona consumidora deberá abonar por el bien o servicio**, desglosando impuestos, transporte o cualquier otra cantidad que la empresa repercuta de forma diferencial al precio del producto a la persona consumidora, diferenciado del precio del producto.



El objetivo es evitar que, una vez iniciado el proceso de contratación, aparezcan costes adicionales que no hubieran sido tenidos en cuenta por la persona consumidora al adoptar su decisión de compra.

- **Los gastos de gestión formar parte del precio final.**

Se consideran **gastos de gestión**, entre otros, aquellas **cantidades que la empresa repercute para cubrir actuaciones de carácter administrativo, organizativo, de intermediación o de tramitación** relacionadas con la distribución de un bien o con la contratación o prestación de un servicio.

En cualquier caso, **siempre deben corresponderse con un servicio efectivamente prestado.**

Pueden recibir distintas denominaciones dependiendo del sector de actividad, como gastos de gestión, gastos de administración, gastos de distribución, gastos de formalización, gastos de tramitación, *booking fee*, *service fee* u otras expresiones equivalentes.

Con independencia del nombre utilizado, cuando estos importes sean repercutidos a la persona consumidora, la normativa prevé expresamente que deberán estar incluidos en el precio final anunciado, debiendo parecer desglosados si los hubiera.

- **¿Qué ocurre cuando el precio no puede conocerse de antemano?**

No siempre es posible determinar con exactitud el precio final en el momento de realizar la oferta comercial. Este sería el caso, por ejemplo, de servicios de paquetería, en los que el precio final puede depender del peso y de las dimensiones reales del paquete.

Cuando por la naturaleza del bien o servicio, no sea posible determinar con exactitud su precio final, la empresa deberá informar en base a qué criterios o parámetros de realiza el cálculo que permitirá determinar el precio definitivo.



Del mismo modo, **cuando existan gastos adicionales que no puedan calcularse previamente** por razones objetivas, **deberá advertirse** de su existencia y, **cuando sea posible, facilitar una estimación de su importe.**

▪ Información cuando el precio esté regulado por una norma

En algunos **sectores económicos el precio** de determinados bienes o servicios **está condicionado por una normativa específica. En estos casos, además de informar del precio final, deberá indicarse la normativa que resulta aplicable y los criterios utilizados para fijar dicho precio.**

Por ejemplo, en el caso del alquiler de viviendas situado en zonas de mercado residencial tensionado, la información comercial deberá indicar si la vivienda se encuentra en una de estas zonas, la normativa aplicable para determinar el precio, el criterio utilizado para fijar la renta y, cuando corresponda, la justificación de los incrementos permitidos por la legislación.

▪ Transparencia en los precios personalizados

Se considera **precio personalizado** aquel que **se fija específicamente para una persona** consumidora **utilizando datos** personales, perfiles de comportamiento u otros sistemas automatizados **que permitan adaptar el precio ofrecido.**

En los **contratos celebrados a distancia**, como pueden ser las compras por internet, o fuera del establecimiento comercial, **cuando el precio haya sido personalizado** mediante una toma de decisiones automatizada **deberá informarse de forma clara y facilitarse los parámetros utilizados para realizar esa personalización o, cuando proceda, las fuentes de datos empleadas** para determinar el precio.



▪ Límites a la utilización de precios personalizados

La utilización de sistemas automatizados para personalizar precios **debe respetar los principios de transparencia, igualdad de trato y protección de las personas consumidoras.**

No puede utilizarse para establecer diferencias de trato injustificadas entre consumidores **ni para aprovechar situaciones de urgencia, riesgo o necesidad** que puedan afectar a su capacidad para adoptar una decisión libre e informada.

En particular, **la normativa prohíbe que** un precio personalizado suponga **un incremento del precio final cuando** dicho incremento **responda al aumento de la demanda** producido **en contextos de urgencia, riesgo o necesidad** de la persona consumidora. A estos efectos, se consideran comprendidas las situaciones que hayan sido declaradas emergencias de protección civil conforme a la legislación vigente.

Asimismo, cuando una empresa utilice sistemas automatizados para personalizar el precio, **deberá** informar de esta circunstancia y **garantizar que el precio comunicado se mantenga durante todo el proceso de contratación**, evitando modificaciones posteriores que puedan afectar a la transparencia de la oferta.

La información sobre el precio constituye uno de los **elementos esenciales para que** las personas consumidoras **puedan comparar ofertas y adoptar decisiones de contratación con pleno conocimiento** de sus consecuencias económicas.

La obligación de comunicar desde el inicio el precio final completo, la inclusión de todos los costes que deban ser abonados, la transparencia en la utilización de precios personalizados y la información sobre los criterios de fijación del precio cuando exista una regulación específica contribuyen a reforzar la protección de las personas consumidoras y a favorecer unas prácticas comerciales más transparentes y una competencia leal entre las empresas.