

Economía

Activos Finanzas personales Comunicación empresarial

Rebajas

¿Acelera el Black Friday la adicción a las compras?

El Black Friday y el Ciber Monday ya están aquí. Sin duda, una oportunidad excelente de cara a los regalos de las fiestas. Pero ¿realmente se compra lo que se necesita?



Ciudadanos entrando en una tienda de la calle Rúa, en Vigo. / DABLO HERNÁNDEZ CAMARRO



Leer



Cerca



Jugar

Mar Mato

Vigo 28 NOV 2025 11:04

"Con la llegada del **Black Friday** o el **Ciber Monday** del 1 de diciembre, millones de personas se preparan para aprovechar los descuentos. Esto es normal pero para alguna gente deja de ser un placer u oportunidad y se convierte en un impulso difícil de controlar. Le puede afectar a su salud mental, a la economía o a las relaciones familiares o amistades", avisa la psicóloga sanitaria **María Quevedo**, directora de tratamiento de RECAL, Centro de desintoxicación y rehabilitación de adicciones en Madrid.

PUBLICIDAD

Quevedo aclara que solo con la inundación de carteles y mails con descuentos o las ventanas que surgen en internet por el Viernes Negro o el Ciber Lunes **no tenemos por que caer en las compras compulsivas o en la adicción a las adquisiciones.**

"Normalmente, aparecen en personas que ya tienen predisposición a ello. No es que s días se dispare el riesgo a personas que antes no tenían esta adicción. La



Leer



Cerca



Jugar

adicción no es solo por un día sino que tiene que haber una predisposición". En caso de presentar esta propensión entonces el Black Friday sí que podría "disparar" las ansias de comprar en estas fechas.

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD



Pero **¿cómo diferenciar la necesidad de compras masivas aprovechando los descuentos de las adquisiciones por adicción?** La psicóloga Paula Marcos, del Colexio de Psicoloxía de Galicia, señala que "para hablar de adicción tiene que interferir en la vida de la persona o que se vean dañados varios ámbitos (social, económico, familiar, laboral...). Las adicciones son patologías. Comprar solo por el Black Friday forma parte de una sociedad materialista".

Señala que "el marketing que se utiliza para campañas como el Viernes Negro hace que enganche mucho a la gente que puede tomar decisiones impulsivas o se exceda en determinados productos que no necesita; pero esto **hay que diferenciarlo** de una adicción que es una enfermedad de **salud mental**".



Leer

PUBLICIDAD
Cerca

Jugar



Leer



Cerca



Jugar



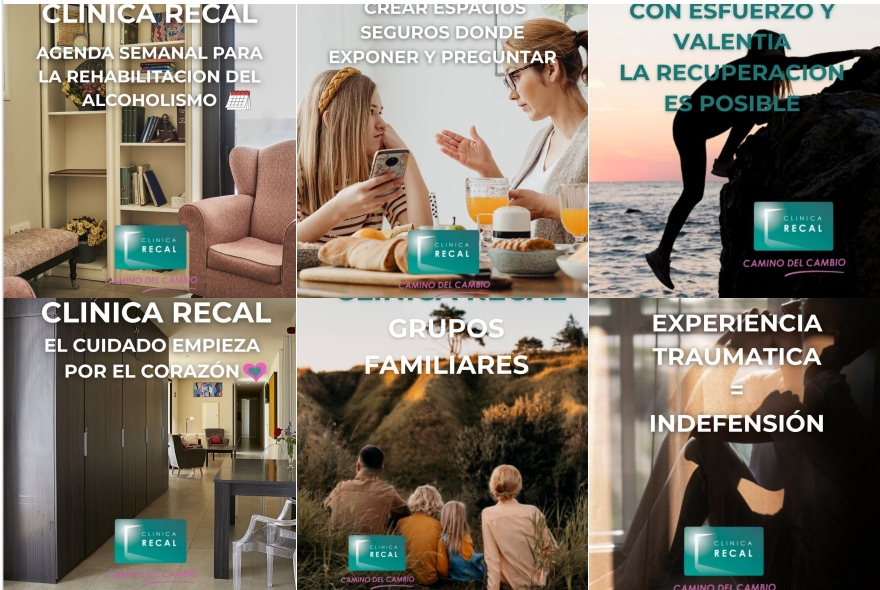
clinicarecal

CLÍNICA RECAL

2215 seguidores

•

1424 publicaciones



Ver perfil completo en Instagram

María Quevedo, ante todo, subraya que **"es importante detectar a tiempo"** la **oniomanía**, la adicción a las compras. "Por ejemplo cuando se compra sin necesidad real o cuando se utilizan las compras para gestionar emociones negativas. Muchas veces cuando la persona siente soledad o tristeza o ansiedad compra para gestionarlas. Si se da cuenta de que experimenta eso, esa es una alerta", advierte.

Otra señal es **"ocultar adquisiciones a familiares o amigos"**. A veces, puntualiza, se quedan las etiquetas en la ropa sin sacarla y sin mostrar esas prendas a nadie. Otro síntoma sería experimentar euforia tras la compra para luego tener arrepentimiento. Otro síntoma claro es acumular deudas, aunque se tenga mucho dinero, de manera que afecte a la economía".

PUBLICIDAD



Leer



Cerca



Jugar

PUBLICIDAD



Consejos contra la adicción

Si se ha desarrollado una adicción, esta psicóloga recomienda **"controlar el comportamiento de compra"**. Puede ayudar el realizar un registro de datos con las compras realizadas y el presupuesto disponible; así como darse un tiempo de espera para adquirir con el fin de reflexionar sobre la necesidad o no de lo que se ansía.

"También hay que trabajar las causas emocionales profundas. Hay que regular lo que la persona intenta calmar a través de la compra: ansiedad, vacío, dificultades en las relaciones, estrés... La compra a veces sustituye unos buenos vínculos con los demás o de la persona consigo misma", apunta.

PUBLICIDAD



Leer



Cerca



Jugar

Lo que tiene claro María Quevedo es que las personas con adicción a las compras deberían "**mantenerse lejos de las tiendas y la publicidad online**" estos días. "Antes quien más sufría esta adicción eran mujeres de 30 a 45 años pero ahora nos está viniendo a la clínica un montón de gente joven por debajo de los 25 años. Aumentaron un 20% respecto al año pasado. Es por las compras online".

Señala que estas actúan como "un acelerador potente" de la adicción al ofrecer disponibilidad inmediata (24 horas, siete días del año). Además se hace un pago invisible indoloro porque la persona no ve la retirada del dinero. También hay una publicidad hiperpersonalizada", dirigida a controlar gustos y rutinas en compras.

Cuidado con los patrones oscuros y la IA

La psicóloga y directora de tratamiento del **Centro de desintoxicación y rehabilitación de adicciones RECAL**, **María Quevedo**, alerta de que "los algoritmos detectan patrones de preferencia y vulnerabilidades de la persona: saben a qué hora compras, qué te gusta, cuándo eres más impulsiva...". Una investigación de la Universitat Oberta de Catalunya señalaba en 2022 que "el 97% de los sitios web y las aplicaciones más populares en Europa empleaban al menos una práctica comercial desleal", lo que denominaron como "patrones oscuros" que pueden alterar la toma de decisiones. Entre estos incluían la

aparición de avisos constantes para incitar al consumidor a comprar un determinado



Leer



Cerca



Jugar

producto, la obligación de registrarse dando datos personales para acceder a una compra o servicio, ofrecer temporizadores engañosos sobre los productos disponibles en la tienda online o los cargos inesperados justo antes de realizar el pago. Al facilitar la persona consumidora sus datos personales, los algoritmos ponen en marcha "prácticas de manipulación" que pueden generar daños financieros y mentales", señalaba la UOC. Por su parte, el **Colexio Profesional de Enxeñaría en Informática en Galicia (CPEIG)** pedía esta semana **extremar la precaución para protegerse de las ciberestafas mediante la IA generativa**. Esta puede 'falsificar' páginas web que parecen las reales de las marcas, manipular vídeos para recomendar tiendas fraudulentas, emplear asistentes virtuales para pedir datos personales o bancarios u ofrecer ofertas personalizadas basándose en tus datos para persuadirte mejor.

TEMAS

COMPRAS

BLACK FRIDAY

ADICIONES

Te puede interesar



Estilo navideño para todos

Patrocinado Pepco

María Terremoto: Descubre la voz de la nueva generación del Flamenco

Patrocinado Amazon Music



Alfa Romeo Giulia

Patrocinado Alfa Romeo Giulia



Vivía con un zumbido constante. Hasta que probó esto

Patrocinado GAES

El truco de la almohada que casi nadie usa contra la apnea del sueño

Patrocinado Salud – Noticias



Escapa de Santiago De Compostela y disfruta de un -55%

Patrocinado Barceló Hotel Group

