THADERCONSUMO®

FEDERACIÓN MURCIANA DE ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA CONSUMIDORES Y USUARIOS



REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 145

Octubre 2026

- El peligro de financiar el verano: endeudarse por viajar puede arruinar tus finanzas
- El recibo de la luz se dispara un 30% este verano: la tregua geopolítica llega tarde para el consumidor
- El laberinto del acoso telefónico: las llamadas comerciales resisten a las restricciones de la ley SAC
- Las multas por instalar el aire acondicionado sin permiso rozan los 3.000 euros
- ¿Hogares o dormitorios? La desaparición de las cocinas explica la crisis de la vida moderna
- Pequeños gestos para salvar el planeta
- Entrevista: Antonia Martínez Llorente
- Actividades de la Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- Claves de la nueva jubilación flexible para cobrar la pensión y trabajar, también como autónomo
- Miles de empleadas del hogar se asoman a una vejez sin pensión contributiva

¡YO SOY AMA DE CASA!

El 9 de octubre se conmemora el Día Mundial del Ama de Casa, una fecha destinada a visibilizar y homenajear el valor incalculable del trabajo doméstico. Desde la Federación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios THADERCONSUMO, rendimos un homenaje a quienes, con dedicación y esfuerzo diario, sostienen el bienestar de sus familias y el desarrollo de toda la sociedad.

Las amas de casa desempeñan un rol multidimensional: administran los recursos del hogar, forman a las nuevas generaciones, cuidan de nuestros mayores y coordinan la vida cotidiana. Aunque a menudo permanece invisible y no remunerada, esta labor es un pilar esencial para la estabilidad de las familias y la economía global.

Desde THADERCONSUMO reafirmamos nuestro compromiso de defender los derechos de las amas de casa, impulsar el reconocimiento social de su labor y promover la mejora continua de sus condiciones de vida. Invitamos a la sociedad a valorar, respetar y apoyar esta contribución fundamental para construir un futuro más justo y equitativo.



Pincha en la imagen para ver el video sobre el Día del Ama de Casa.

ALARMA EN LAS GASOLINERAS: LOS CARBURANTES ALCANZAN RÉCORDS DE AÑO Y SE APROXIMAN A LA BARRERA DE LOS DOS EUROS

El precio de los carburantes continúa su escalada imparable en España, marcando nuevos máximos anuales y situándose peligrosamente cerca del umbral de los dos euros por litro. En un contexto de encarecimiento sostenido, el coste de repostar se ha convertido en un obstáculo importante para la economía de los conductores, pues llenar un depósito medio supera ya holgadamente los 100 euros.

Actualmente, la barrera psicológica de los dos euros por litro ha sido rebasada en más de 3.300 estaciones de servicio en el caso de la gasolina y en más de 3.600 en el del gasóleo. La brecha de precios se agrava según la ubicación geográfica; por ejemplo, en la estación de servicio más cara del país, situada en Baleares junto al aeropuerto, la gasolina alcanza casi los 2,40 euros por litro y el diésel roza los 2,30 euros.

Esta tendencia al alza se produce tras semanas consecutivas de incrementos en los surtidores, lo que ha llevado al Gobierno a ajustar medidas de mitigación como la bonificación directa al combustible para amortiguar el impacto de la inflación energética.

No obstante, y pese a la volatilidad internacional, las grandes petroleras descartan por el momento problemas de desabastecimiento en el territorio nacional.

A pesar del notable encarecimiento que sufren los usuarios españoles, los precios de los combustibles en el país se mantienen ligeramente por debajo de la media registrada en la Unión Europea y la eurozona.



LA COMISIÓN EUROPEA PONE EN LA MIRA LA MONETIZACIÓN Y EL MICROPAGO EN LOS VIDEOJUEGOS INFANTILES

La Red europea de Cooperación para la Protección de los Consumidores (CPC), con el respaldo de la Comisión Europea, ha abierto una investigación coordinada a nueve grandes empresas desarrolladoras de videojuegos online —entre las que destacan los creadores de Minecraft, Candy Crush, Valorant y Clash of Clans— para evaluar si sus sistemas de monetización y privacidad vulneran la legislación comunitaria.



El expediente indaga sobre la transparencia en la venta de divisas virtuales y la exigencia de ofrecer precios claros en dinero real, con el fin de evitar que se obligue a los usuarios a adquirir monedas digitales o paquetes innecesarios para continuar jugando. Asimismo, las autoridades europeas analizarán la gestión de datos personales, los patrones de diseño adictivo, la configuración del control parental y las tácticas de marketing directo dirigidas a menores de edad.

El comisario europeo de Justicia y Protección de los Consumidores, Michael McGrath, advirtió que el volumen de la industria de los videojuegos exige responsabilidad: "El juego debe ser justo y las reglas deben ser respetadas", subrayó, haciendo especial hincapié en la protección de la infancia frente a prácticas abusivas.

Esta actuación surge tras el fracaso de los diálogos previos iniciados en 2025 entre la red CPC y el sector para promover la equidad y transparencia. La investigación afecta formalmente a compañías como King.com, Mojang, Riot Games, Supercell y Ubisoft, que deberán garantizar la información previa clara a las compras e integrar el derecho de desistimiento de los consumidores.



CLAVES PARA FRENAR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO Y PROTEGER EL BOLSILLO EN EL HOGAR

Cada año, el desperdicio de alimentos representa una importante pérdida económica para los hogares españoles. Según datos del sector, cada ciudadano tira a la basura una media de 30 kilos de comida anualmente, lo que equivale a desperdiciar alrededor de 250 euros por persona. Coincidiendo con la celebración del Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos, las asociaciones de consumidores y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación instan a la población a adoptar hábitos de consumo más eficientes para frenar esta tendencia y proteger el bolsillo.

A pesar de que el despilfarro doméstico ha experimentado una reducción cercana al 20% en los últimos años, el volumen de alimentos descartados en España aún supera los 1.100 millones de kilos y litros anuales. Para revertir estas cifras y optimizar los recursos, los expertos proponen una serie de pautas sencillas, pero de gran impacto en la economía del hogar.

La planificación es el primer pilar fundamental. Elaborar un menú semanal detallado antes de acudir al supermercado permite comprar únicamente lo necesario. Igualmente, importante es revisar la despensa y el frigorífico para evitar la duplicidad de artículos. Por su parte, priorizar la compra de productos frescos y de temporada asegura un mayor tiempo de conservación y una mejor calidad organoléptica.

Dentro de la cocina, la organización resulta determinante: colocar en la parte delantera de las baldas los productos con fecha de caducidad más próxima —aplicando la regla de consumir por orden de entrada— previene descuidos habituales. Asimismo, ajustar la cantidad de comida cocinada a las raciones reales de los comensales evita generar sobrantes innecesarios.

En caso de que quede comida tras las comidas, la congelación y la cocina de aprovechamiento surgen como aliados indispensables para dar una segunda vida a guisos, carnes o verduras. Finalmente, este hábito responsable debe extenderse a la hostelería, donde solicitar los excedentes no consumidos para llevar a casa se consolida como una práctica cada vez más habitual, sostenible y respetuosa con el medio ambiente y la economía doméstica.

LA CIENCIA DE LA COMPRA IMPULSIVA: LAS ESTRATEGIAS INVISIBLES QUE CONDICIONAN TU CESTA DE LA COMPRA

Entrar al supermercado a por dos productos básicos y salir con la bolsa llena no es cuestión de falta de voluntad, sino el resultado de un diseño comercial minuciosamente estudiado. La doctora en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Clara Talents, ha analizado a través de sus redes sociales las diferentes técnicas de marketing sensorial y neuroarquitectura que emplean las grandes superficies para guiar las decisiones del consumidor sin que este lo perciba.

El recorrido estratégico comienza desde la entrada, donde suelen ubicarse las frutas y verduras. Sus tonos vivos y su frescura generan un estado de ánimo positivo que predispone a un mayor gasto. A continuación, los artículos de primera necesidad —como el pan, la leche o los huevos— se sitúan deliberadamente en el fondo del establecimiento. Esta disposición obliga al cliente a atravesar múltiples pasillos, multiplicando las oportunidades de que añada productos imprevistos al carrito.

La altura de las estanterías también responde a una lógica comercial precisa. Los productos situados a la altura de los ojos venden hasta un 30% más, reserva habitual para marcas de mayor margen, mientras que las marcas blancas se relegan a las baldas inferiores. Asimismo, a la altura de la vista infantil se colocan cereales y galletas con personajes llamativos.

A todo ello se suman los estímulos auditivos, como la música de ritmo pausado para ralentizar el paso del comprador, y los antojos colocados junto a las cajas registradoras. Una combinación de diseño profesional destinada a maximizar las ventas en cada visita.



REMODELAR LA VIVIENDA ELEVA SU VALOR COMERCIAL HASTA UN 30%: LAS INTERVENCIONES MÁS RENTABLES

Renovar un piso antes de ponerlo a la venta puede incrementar su valor de mercado entre un 20% y un 30%, según los últimos datos de la firma de tasación Gloval.

Una reforma integral —que contempla la redistribución de espacios y la renovación de sistemas de fontanería, electricidad y calefacción— alcanza la revalorización máxima del 30%. Por su parte, la actualización enfocada únicamente en cocina y baños representa la mejor relación entre la inversión realizada y el retorno obtenido, aumentando el precio final de la propiedad entre un 14% y un 20%. Asimismo, la mejora de la eficiencia energética mediante un aislamiento adecuado o el cambio de ventanas añade hasta un 10% adicional.

Según explican desde la sociedad de tasación Arquitasa, **para garantizar un rendimiento positivo es fundamental evitar obras cuyo coste supere el techo de precios de la zona o realizar intervenciones estéticas en viviendas con instalaciones obsoletas.**

Para justificar el aumento de precio y facilitar una valoración oficial, los propietarios deben conservar toda la documentación acreditativa, desde las licencias de obra hasta los certificados energéticos e instalaciones actualizadas.



LOS HOGARES DE ENTRE 30 Y 45 AÑOS LIDERAN EL DESPERDICIO DE COMIDA POR FALTA DE ORGANIZACIÓN EN LA COCINA

Los consumidores de entre 30 y 45 años, pertenecientes a la generación millennial, se sitúan a la cabeza del desperdicio de alimentos en el hogar debido a la falta de planificación y a los descuidos cotidianos. Así lo revela el reciente estudio Prevención del Desperdicio Alimentario, elaborado por la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) tras consultar a más de un millar de consumidores.

El informe concluye que más de la mitad de los ciudadanos admite olvidar los productos que guarda en el frigorífico hasta que es demasiado tarde. En este apartado, la franja millennial registra el peor desempeño. Los alimentos que con mayor frecuencia terminan en el cubo de la basura son las frutas, las hortalizas, el pan, los cereales y los platos preparados. Entre los motivos esgrimidos para tirar la comida, un 26% alude a su bajo valor económico, un 21% al mal cálculo de las raciones y un 14% a las compras impulsivas o excesivas.

En el extremo opuesto se sitúan las personas mayores de 60 años y las familias de pocos miembros, que conforman el 23% de los hogares que afirman no tirar absolutamente nada. El grado de concienciación aumenta notablemente con la edad: el 87% de los baby boomers comprueba el estado de los frescos antes de comerlos —frente al 65% de la Generación Z— y un 84% coloca los productos respetando las distintas zonas de frío.



a de forma progresiva pautas de ahorro. Un 80% de los compradores revisa las fechas de caducidad antes de pagar, el 69% planifica su menú semanal y un 64% recurre a la congelación para alargar la vida útil de sus alimentos. Asimismo, fuera del hogar se consolida una práctica cada vez más habitual: el 88% de los clientes ya pide habitualmente un envase con las sobras para llevárselo a casa tras comer en un restaurante.

INÉS ANANDA IMPULSA UN MECENAZGO COLECTIVO PARA SUFRAGAR SU FORMACIÓN LÍRICA EN NUEVA YORK

Su potencial no ha pasado desapercibido para la élite de la ópera. El reconocido tenor estadounidense John Fredric West ha decidido tutelar personalmente su evolución vocal. Esta tutoría no solo implica el perfeccionamiento técnico, sino también una guía estratégica para acceder a circuitos y profesionales de primer nivel que suelen estar fuera del alcance de los jóvenes talentos europeos. Para aprovechar esta oportunidad de aprendizaje en Nueva York, la soprano ha decidido poner en marcha una campaña de crowdfunding con la que recaudar los fondos necesarios.

La iniciativa ha puesto de manifiesto las enormes barreras económicas a las que se enfrentan los músicos noveles. Ananda denuncia la falta de estructuras de patrocinio e instituciones de apoyo en la música clásica, a diferencia de lo que ocurre en el deporte de alta competición. Frente a las críticas recibidas por solicitar financiación pública a través de Internet, la artista defiende la validez de este sistema como una evolución contemporánea del mecenazgo histórico que impulsó las carreras de genios como Leonardo da Vinci, Mozart o Callas. Ananda ha denunciado la falta de apoyos institucionales para los jóvenes músicos en comparación con otras disciplinas, destacando que ***"a veces hablamos del talento como si bastara por sí solo, y no basta: para desarrollarlo hacen falta formación, tiempo, grandes maestros y recursos económicos".***



Afrontar esta exigente carrera requiere renuncias cotidianas, ensayos prolongados y un estricto cuidado del cuerpo como instrumento vocal. No obstante, Ananda no percibe estos esfuerzos como una carga, sino como la consecuencia natural de una profunda vocación de servicio a través del arte, afirmando convencida que:

"si con mi voz puedo conseguir que alguien sea un poco más feliz y pueda olvidarse de sus problemas, aunque sea durante unas horas, tengo absolutamente claro que quiero dedicar mi vida a esto". Con la mirada fija en su inminente etapa formativa en Estados Unidos, la joven intérprete no oculta su gran anhelo de debutar algún día en el mítico escenario del Metropolitan Opera de Nueva York.



EL IMPARABLE ASCENSO DE LA JOVEN SOPRANO INÉS ANANDA

Con tan solo 18 años y más de una década de trayectoria sobre los escenarios, la soprano española Inés Ananda se consolida como una de las promesas más destacadas del panorama lírico actual. Su vocación se hizo evidente a temprana edad: debutó con siete años y comenzó su carrera profesional a los catorce. Tras su paso por célebres concursos de televisión como Prodigios, La voz kids o Idol Kids, Ananda ha logrado actuar en auditorios de renombre internacional como el Palau de les Arts de Valencia, el Teatro Monumental de Madrid y el Auditorio Nacional de Música. Sin embargo, la cantante mantiene una postura humilde ante los elogios y subraya que aún le queda un largo recorrido formativo por delante para definir su propia identidad artística, evitando comparaciones prematuras con grandes mitos de la música como Montserrat Caballé.

ACTIVIDADES DE LAS ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS

Apertura de curso de la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Lorca

El alcalde de Lorca, Fulgencio Gil, acompaña a la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Lorca en el acto oficial con el que la entidad da comienzo al nuevo curso



El Grupo de Teatro de la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Lorca actuando en Águilas



La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Lorca presentando el inicio del nuevo curso junto a su coral









Concepción Ruiz Caballero, Consejera de Política Social, Familias e Igualdad e Ignacio Jáudenes Murcia, Concejal del Área de Gobierno de Educación y Hacienda visitan la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Cartagena









Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de Alcantarilla participa en El Casting de La7









CRECE LA ALARMA SOCIAL POR EL AUMENTO DE CRÍMENES MACHISTAS Y LA HOSTILIDAD DIGITAL

El primer semestre del año se ha cerrado con un preocupante balance en España: 22 mujeres han sido asesinadas por sus parejas o exparejas, lo que representa el doble de víctimas mortales registradas en el mismo periodo de 2025 y la cifra más alta desde 2019. La virulencia de los ataques y la persistencia de fallos en el sistema de protección mantienen en alerta a las instituciones y colectivos especializados.

Un dato especialmente alarmante es que el 40,9% de las víctimas ya había presentado denuncia previa contra su agresor, casi el doble de la media del año pasado. Expertos como el exfiscal y forense Miguel Lorente advierten de que las valoraciones de riesgo judiciales suelen quedarse cortas y solo se actúa ante un peligro inminente. A esto se suma el recelo judicial hacia las medidas cautelares, habiéndose rechazado cerca del 30% de las órdenes de protección solicitadas recientemente.

Entre las causas principales, los especialistas señalan la creciente polarización en redes sociales y discursos públicos, donde se cuestiona la legislación de género y se magnifican las falsas denuncias. Esta narrativa cala entre la población, provocando que solo el 0,7% de los ciudadanos considere la violencia machista un problema prioritario, según datos del CIS. Asimismo, se observa una preocupante banalización del problema entre la juventud.

Ante la proximidad de los meses de verano, periodo que históricamente concentra un repunte de feminicidios, expertos y juristas exigen reforzar con urgencia los mecanismos de prevención, la concienciación social y la atención sanitaria para detectar el peligro a tiempo.



LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS THADERCONSUMO CELEBRA EL DÍA DEL AMA DE CASA CON UN ENCUENTRO EN ABARÁN



La Federación THADERCONSUMO ha elegido el municipio de Abarán como sede para la celebración del Día del Ama de Casa 2026. El evento, fijado para el próximo sábado 24 de octubre, revestirá un carácter verdaderamente especial al coincidir con el 50º aniversario de la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Abarán.

El encuentro se concibe como una jornada festiva de convivencia, reconocimiento y puesta en valor de los principios que sustentan los hogares murcianos. A través de este homenaje, la organización busca visibilizar el trabajo doméstico y fomentar el cuidado compartido como pilares esenciales para construir una sociedad más solidaria e igualitaria.

El encuentro tendrá una comida de, regalos, sorteos y actividades diseñadas para el disfrute de todas las asistentes. Además, como gesto conmemorativo de unión y compromiso con el medio ambiente, las 24 asociaciones participantes llevarán a cabo un acto simbólico mediante la plantación de un árbol en el parque municipal de la localidad.