THADERCONSUMO®
FEDERACIÓN MURCIANA DE ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA CONSUMIDORES Y USUARIOS



OCTUBRE ROSA

El cáncer de mama continúa siendo el tumor más diagnosticado en mujeres en España, con unos 38.000 nuevos casos anuales. Sin embargo, los avances tecnológicos y médicos han transformado radicalmente su pronóstico, permitiendo abordar la enfermedad desde una perspectiva cada vez más personalizada y precisa.

En el ámbito del diagnóstico, la incorporación de la mamografía 3D, las ecografías con contraste y la inteligencia artificial permite detectar lesiones sutiles y de menor tamaño. Esto resulta crucial ante el incremento de casos en pacientes jóvenes, quienes suelen presentar subtipos más agresivos como el triple negativo.

Por su parte, los tratamientos han evolucionado con la llegada de los anticuerpos conjugados —que actúan guiando el fármaco directamente a la célula tumoral—, la inmunoterapia y nuevas opciones de hormonoterapia.

Además del abordaje médico y el apoyo psicológico, los expertos recuerdan la importancia de la prevención activa. Realizar una autoexploración mamaria mensual, preferiblemente la semana posterior a la menstruación mediante movimientos circulares con la yema de los dedos, permite detectar a tiempo cualquier bulto, secreción o alteración en la piel.

REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 146

OCTUBRE 2026

- Octubre rosa
- Las grandes cadenas de distribución transforman su marca blanca hacia un modelo más saludable y funcional
- Nace "soy yo", la herramienta digital para identificar las llamadas comerciales y frenar el spam telefónico
- La clonación de los centros urbanos: cómo la estandarización gastronómica sofoca el sabor local
- Las extraescolares se afianzan como un gasto fijo indispensable en la economía de los hogares
- Derecho a devolución por eventos aplazados o suspendidos tras la convocatoria electoral del 29-N
- Las pequeñas fugas de agua no detectadas amenazan el bolsillo y la estructura del hogar
- Entrevista: Cristina Rueda
- Actividades de las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- X Concurso Internacional Educando Contra la Violencia 2025: “El silencio que gritaba”



Pincha en la imagen para ver el video del primer día del Día Internacional de la Mujer Rural

LAS GRANDES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN TRANSFORMAN SU MARCA BLANCA HACIA UN MODELO MÁS SALUDABLE Y FUNCIONAL

El sector del comercio minorista de alimentación en España atraviesa una profunda transformación. Ante un entorno macroeconómico marcado por la inflación, la incertidumbre y el aumento de los costes de vida, las principales cadenas del país han decidido dar un giro estratégico a sus marcas propias, evolucionando desde el simple concepto de "producto económico" hacia propuestas enfocadas en la salud, la sostenibilidad y la comodidad.



Las nuevas exigencias del consumidor han impulsado a los lineales a adaptarse rápidamente. La demanda de productos de marca blanca enriquecidos con alto contenido en proteínas, fibra y probióticos, junto a opciones bajas en azúcar, grasas y alternativas de origen vegetal, se ha convertido en el nuevo estándar del mercado. A esto se suma el interés por el etiquetado claro, transparente y la dieta de proximidad, factores cada vez más determinantes a la hora de llenar la cesta de la compra.

Por otro lado, el ritmo de vida actual fomenta la búsqueda de soluciones listas para consumir o de fácil preparación. No obstante, los compradores no están dispuestos a sacrificar la calidad nutricional por la practicidad: exigen conveniencia combinada con ingredientes frescos y un aporte saludable.

Con esta estrategia, los gigantes de la distribución buscan equilibrar la relación calidad-precio. Las marcas propias dejan de ser una opción secundaria para consolidarse como la respuesta principal a un cliente más consciente, que prioriza el bienestar personal y el impacto ambiental sin renunciar al ajuste de su presupuesto familiar.

NACE "SOY YO", LA HERRAMIENTA DIGITAL PARA IDENTIFICAR LAS LLAMADAS COMERCIALES Y FRENAR EL SPAM TELEFÓNICO

La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) ha puesto en marcha la plataforma pública y gratuita "Soy Yo", un nuevo portal diseñado para ayudar a los usuarios a verificar la identidad de las entidades que se ponen en contacto con ellos y poner freno a las llamadas no deseadas.

La iniciativa surge como un complemento a la nueva normativa reguladora del sector. A partir de este fin de semana, la legislación española exigirá a las empresas comercializadoras utilizar de forma obligatoria numeraciones específicas con el prefijo 400 para realizar prospecciones telefónicas. De esta forma, el ciudadano podrá identificar fácilmente que se trata de una llamada de carácter publicitario.

La nueva herramienta web permite realizar búsquedas de forma completamente anónima, sin necesidad de que el usuario facilite datos personales o de contacto. Bastará con introducir el número de teléfono entrante para consultar de manera instantánea a qué compañía pertenece y cuál es la finalidad del contacto antes de decidir si descolgar o no la llamada.

Con esta solución, el sector digital busca dar un paso más en la protección de la privacidad, reforzando los mecanismos de transparencia corporativa y ofreciendo a la ciudadanía un instrumento de control directo frente al acoso telefónico. Las operadoras, por su parte, deberán bloquear de forma automática cualquier intento de prospección comercial que no cumpla con los estándares de identificación exigidos por la ley.





LA CLONACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS: CÓMO LA ESTANDARIZACIÓN GASTRONÓMICA SOFOCA EL SABOR LOCAL

Pasear por el centro histórico de cualquier gran ciudad europea ofrece una experiencia cada vez más homogénea. La proliferación incesante de cadenas de comida rápida, cafeterías de especialidad de estética idéntica, tiendas de gominolas temáticas y locales enfocados en la cultura del delivery está transformando radicalmente el paisaje urbano. A este fenómeno se le conoce como "gastrificación", un proceso de uniformización que desplaza el tejido hostelero tradicional en favor de propuestas internacionales repetitivas.

El problema no afecta únicamente a las franquicias de consumo rápido. Gran parte de los establecimientos independientes que presumen de cocina casera recurren habitualmente a los productos de quinta gama: platos elaborados previamente en cocinas industriales que solo requieren un último golpe de calor antes de servirse. Aunque estos preparados cumplen con rigurosos controles de calidad, provocan que la oferta gastronómica pierda personalidad y biodiversidad culinaria.

Este giro hacia la uniformidad responde tanto a las dinámicas de los algoritmos en redes sociales —que replican patrones estéticos virales en todo el mundo— como a la búsqueda de confort por parte de los consumidores. En un entorno saturado de decisiones diarias, el cliente suele priorizar la previsibilidad y la rapidez frente a la incertidumbre de descubrir nuevos sabores.

Esta estandarización reduce la fatiga mental a la hora de elegir qué comer, pero conlleva un alto coste cultural: la progresiva invisibilización del recetario regional y la pérdida de identidad de los barrios.

LAS EXTRAESCOLARES SE AFIANZAN COMO UN GASTO FIJO INDISPENSABLE EN LA ECONOMÍA DE LOS HOGARES

Las actividades extraescolares han dejado de considerarse un mero añadido opcional para convertirse en una partida presupuestaria habitual y de gran calado en los hogares españoles. En el marco del inicio del curso lectivo, donde el coste por hijo alcanza ya los 2.484 euros de media —un 4% más que el periodo anterior—, la factura orientada al desarrollo fuera del aula consolida su peso financiero durante todo el año.

Según estimaciones del sector y la CEAPA, el desembolso mensual por alumno en este tipo de actividades oscila entre los 50 y los 150 euros. Sin embargo, este importe se incrementa notablemente si se opta por academias privadas de idiomas, disciplinas deportivas federadas o clases de refuerzo educativo. Asimismo, el impacto económico varía según la etapa académica: mientras que en Infantil y Primaria predomina la necesidad de conciliación laboral, en la ESO y Bachillerato el presupuesto se dispara debido a la alta demanda de apoyo escolar intensivo en asignaturas clave o la preparación de exámenes.



Expertos del ámbito financiero, subraya que los meses de septiembre y octubre representan el momento de mayor tensión financiera, al coincidir los costes de matrícula y equipamientos con la compra de material escolar. Más allá del ámbito formativo o deportivo, las extraescolares operan en la actualidad como un recurso imprescindible de supervivencia para adaptar la jornada escolar a la realidad laboral de los progenitores.

DERECHO A DEVOLUCIÓN POR EVENTOS APLAZADOS O SUSPENDIDOS TRAS LA CONVOCATORIA ELECTORAL DEL 29-N

La decisión de celebrar elecciones generales el próximo 29 de noviembre repercutirá directamente en el calendario de numerosos acontecimientos culturales, deportivos y de ocio programados con anterioridad. Frente a esta coyuntura, los usuarios tienen garantizado el derecho a recuperar el dinero de las entradas, inscripciones o reservas abonadas para actividades que sufran cancelaciones o modificaciones de fecha a causa de los comicios.

A pesar de que el proceso electoral responde a un supuesto imprevisible de fuerza mayor, esta condición no faculta a las entidades organizadoras para retener los importes de servicios que no vayan a prestarse bajo los términos pactados. Casos como la Media Maratón de Sevilla, cuya fecha original del 29 de noviembre ha sido pospuesta al 13 de diciembre, ilustran este escenario. Si la nueva programación no resulta conveniente para el comprador, este puede exigir el reembolso íntegro, salvo que opte voluntariamente por validar su acceso para la convocatoria posterior.

Por otra parte, la reclamación de costes adicionales derivados —tales como billetes de transporte o alojamientos hoteleros— dependerá de la relación contractual vinculada al espectáculo. Si los desplazamientos y el hospedaje fueron adquiridos dentro de un paquete promocional conjunto o si es posible certificar de forma directa que se contrataron exclusivamente para asistir al evento suspendido, el usuario podrá requerir su indemnización. Ante cualquier reclamación, resulta indispensable conservar todos los comprobantes de pago, entradas, reservas y notificaciones emitidas por las promotoras.



LAS PEQUEÑAS FUGAS DE AGUA NO DETECTADAS AMENAZAN EL BOLSILLO Y LA ESTRUCTURA DEL HOGAR



En un escenario económico donde la inflación empuja a las familias a optimizar su presupuesto, pequeños fallos domésticos desapercibidos pueden suponer un grave contratiempo para la economía personal. Es el caso de los denominados «gastos vampiro», desembolsos pasivos e inconscientes entre los que destacan las fugas y filtraciones de agua no localizadas en la vivienda.

A diferencia de las pérdidas puntuales, un goteo constante o una fuga sutil en las cañerías no solo eleva gradualmente el recibo mensual, sino que con el tiempo genera humedades, deteriora suelos y paredes e incluso acaba provocando daños estructurales en inmuebles colindantes. Según datos de Allianz Partners, las averías relacionadas con el agua concentran aproximadamente la mitad de las emergencias domésticas atendidas al año, alcanzando una media inicial de 273 euros por intervención, coste que aumenta considerablemente si se retrasa la reparación.

Para prevenir estos imprevistos y evitar que un fallo invisible se transforme en una factura desorbitada, los expertos aconsejan monitorizar periódicamente el contador de agua con todos los grifos y electrodomésticos apagados; un movimiento ininterrumpido del indicador confirmará la existencia de una filtración. Asimismo, resulta clave vigilar incrementos anómalos en las facturas respecto a ejercicios anteriores, revisar posibles fugas en la cisterna del inodoro mediante colorante alimentario e inspeccionar zonas críticas como juntas de fregaderos y lavadoras o la aparición de manchas y desperfectos en superficies de la casa.

DE LA CAPILLA SIXTINA A LOS PROYECTOS TEXTILES CON SELLO PROPIO

A lo largo de su carrera ha firmado trabajos de gran calado local, como el encargo que desarrolló el año pasado para Estrella de Levante con motivo del Día de la Región de Murcia, una colaboración muy ansiada que supuso un firme impulso a su proyecto. Sin embargo, su lenguaje artístico actual no surgió de inmediato: transcurrieron casi diez años desde su etapa universitaria hasta alcanzar la solidez expresiva que ostenta en la actualidad.

Para nutrir su imaginario, la creadora huye de las búsquedas forzadas y prefiere desconectar de las pantallas, pasear o estar en contacto con la naturaleza. Asimismo, encuentra estímulos en la arquitectura, la moda, la música o la literatura. Su Murcia natal opera como un pilar en su paleta visual: el mar, la montaña, las costumbres, las vivencias familiares y la majestuosidad de la Catedral de Murcia impregnan de forma directa cada uno de sus trabajos.

Superadas las dudas iniciales sobre su identidad creativa y el valor de su tiempo, la autora anima a quienes empiezan a apoyarse en herramientas de difusión como las redes sociales sin dejarse paralizar por el perfeccionismo ni por la opinión ajena. A la hora de relativizar la presión durante el proceso de trabajo, Cristina Rueda sintetiza su filosofía personal con una cita musical:





«A veces ayuda recordar la frase 'la verdad es que nada es tan importante', de Viva Suecia, para lanzarse sin miedo».



CRISTINA RUEDA: EL ARTE MURCIANO QUE NACE DEL VIAJE Y LA MEMORIA

Cristina Rueda es una artista, ilustradora y diseñadora murciana con una inquietud creativa que la acompaña desde su infancia. Sus padres la matricularon en clases de pintura con tan solo tres años, sentando las bases de una vocación que florecería definitivamente tiempo después.

Tras realizar el bachillerato científico, un viaje a la Capilla Sixtina y la contundencia de las obras de Miguel Ángel supusieron para ella una experiencia reveladora, similar al síndrome de Stendhal, que la recondujo hacia las Bellas Artes. Hoy, además de profundizar en la ilustración, ha abierto una nueva faceta profesional dedicada al diseño de pañuelos.

«El mayor obstáculo al que me he enfrentado he sido yo misma; aprender a confiar en tu propio criterio ha sido fundamental en mi camino.»

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

La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Lorca celebrando el Día del Ama de Casa









La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de La Unión con su patrona



La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de El Raal



La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Bullas inicio de curso









La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Cehegín comida por el Día del Ama de Casa









X CONCURSO INTERNACIONAL EDUCANDO CONTRA LA VIOLENCIA 2026: *"EL SILENCIO QUE GRITABA"*

La Federación Murciana de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios THADERCONSUMO y la Asociación Regional de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios ACUM, en colaboración con la Consejería de Política Social, Familias e Igualdad de la Región de Murcia, anuncian la apertura del **X Concurso Internacional de Relato Corto y Poesía "Educando contra la Violencia: *El silencio que gritaba"***, correspondiente a la edición 2026.

Este certamen, que cuenta con la colaboración del Consejo Escolar de la Región de Murcia y la Asociación de Creadores y Artistas Palin, tiene como objetivo seguir fomentando la concienciación y la prevención de la violencia a través de la expresión literaria.

Los participantes podrán optar por dos modalidades diferentes, cada una con sus propios requisitos técnicos:

- **Relato Corto**: Con una extensión máxima de 550 palabras (excluyendo el título).
- **Poesía**: De métrica libre y con una extensión máxima total de 50 versos por autor.

El jurado, integrado por especialistas designados por las entidades organizadoras y la Dirección General de Mujer de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, otorgará los siguientes galardones para cada una de las modalidades (relato y poesía):

- **Categoría Mayores de 18 años:** Un primer premio consistente en un cheque de 350 € y un reconocimiento para el finalista que recibirá un lote de libros.
- **Categoría Menores de 18 años:** El ganador o ganadora recibirá una Tablet o dispositivo similar junto a un lote de libros, mientras que el finalista será obsequiado con otro lote de libros.

La entrega de premios se llevará a cabo en la ciudad de Murcia en una fecha cercana a la conmemoración del **Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer** de este año.

Los trabajos deberán enviarse exclusivamente de forma digital a través del correo electrónico **educandocontralaviolencia@gmail.com**, utilizando el sistema de plica (en un archivo el texto con pseudónimo y en otro los datos personales y declaración jurada) para garantizar el anonimato durante la valoración. El plazo oficial para la recepción de los textos ya está abierto y concluirá el **31 de octubre de 2026 a las 23:59 horas** (horario peninsular español). Las bases completas del certamen pueden ser consultadas a través de los canales oficiales de las asociaciones organizadoras.

