



REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 73

M A Y O 2025

- Se acabaron las llamadas de spam: las empresas deberán identificarse con un prefijo comercial
- Tras el caos por Bad Bunny, Ticketmaster promete transparencia total en el precio de las entradas
- Los españoles gastan más de 2.000 euros al año en productos frescos y eligen el supermercado por su buena relación calidad-precio
- El Gobierno impulsará una ley para frenar las reseñas falsas en hostelería y turismo
- El Supremo obliga a los bancos a devolver el dinero robado en estafas de 'phishing'
- Hacienda exige tributar por ellos: repuntan los avisos por falsas ganancias en apuestas deportivas
- Reciclar con cabeza: lo que sí y lo que nunca debes echar en cada contenedor
- Entrevista: Tatiana, francesa de sangre y murciana de corazón
- Actividades de las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- El gobierno renueva el programa cine senior: entradas a 2 euros para mayores de 65 años durante todo el año
- En pocas décadas España se ha convertido en uno de los países más longevos del mundo

SE ACABARON LAS LLAMADAS DE SPAM: LAS EMPRESAS DEBERÁN IDENTIFICARSE CON UN PREFIJO COMERCIAL

El Congreso de los Diputados avanza en la aprobación de una nueva ley de atención al cliente que incluye medidas para frenar las llamadas comerciales no deseadas. PSOE y Sumar han propuesto, con apoyo de otros grupos, que todas las llamadas con fines comerciales deban identificarse mediante un prefijo telefónico específico.

Esta norma, impulsada por el Ministerio de Consumo, obligará a las compañías telefónicas a bloquear automáticamente aquellas llamadas que no utilicen el prefijo correspondiente. Además, se declararán nulos los contratos firmados tras llamadas no consentidas, y las empresas deberán renovar el consentimiento del usuario cada dos años.

El objetivo es claro: poner fin al spam telefónico inesperado y proteger al consumidor. Con esta medida, el Gobierno pretende desincentivar el uso de técnicas invasivas en la captación de clientes y reforzar el derecho de los ciudadanos a una atención clara, transparente y sin presiones. La aprobación de la ley se prevé en las próximas semanas.



Pincha en la imagen para ver el video sobre el Día Mundial del Reciclaje

TRAS EL CAOS POR BAD BUNNY, TICKETMASTER PROMETE TRANSPARENCIA TOTAL EN EL PRECIO DE LAS ENTRADAS

Tras el colapso en la venta de entradas para los conciertos de Bad Bunny en España, Ticketmaster ha anunciado que comenzará a mostrar el precio final de las entradas desde el inicio del proceso de compra, incluyendo todos los recargos. La medida, denominada *All-In Pricing*, se aplicará inicialmente en Estados Unidos, aunque la compañía no descarta extenderla a otros países próximamente. La decisión llega en un momento crítico para la empresa, que ha sido duramente criticada por sus prácticas poco transparentes.



En la preventa de Bad Bunny, miles de fans se enfrentaron a colas virtuales interminables, errores en la web y precios que aumentaban drásticamente en el último paso de compra. Una entrada que partía de 79,50 euros llegó a superar los 260 euros debido a gastos de gestión, recargos VIP e incluso una donación preactivada.

Ante la presión pública, el Gobierno español también ha reaccionado. Desde el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 se trabaja en una nueva normativa que obligará a todas las empresas a mostrar el precio final desde el primer momento, con el desglose completo de impuestos y gastos adicionales. La medida afectará a entradas para conciertos, cines, discotecas y otros espectáculos.

El objetivo es claro: evitar que los consumidores se sientan engañados en el último paso del proceso de compra y garantizar mayor transparencia en el comercio online. Mientras tanto, el All-In Pricing de Ticketmaster se presenta como un intento de recuperar la confianza de los usuarios.

LOS ESPAÑOLES GASTAN MÁS DE 2.000 EUROS AL AÑO EN PRODUCTOS FRESCOS Y ELIGEN EL SUPERMERCADO POR SU BUENA RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

El supermercado se ha consolidado como la opción preferida por los hogares españoles para la compra de productos frescos. Así lo confirma la séptima edición del Observatorio de Productos Frescos, que revela **que el 57,6% del gasto en este tipo de productos se realiza ya en supermercados, muy por delante de los canales especializados y los hipermercados, que continúan perdiendo peso.**

Según el informe, **en 2023 los españoles destinaron una media de 2.096 euros anuales a la compra de frescos.** De esa cifra, alrededor de 1.200 euros se invirtieron en supermercados, gracias principalmente a su relación calidad-precio. Los frescos siguen siendo esenciales en la cesta de la compra, representando cuatro de cada diez euros gastados en alimentación.

Más del 50% de los hogares afirma haber modificado su forma de comprar frescos en los últimos tres años, y tres de cada cuatro lo ha hecho por motivos económicos. De hecho, **el 55% de los consumidores prevé seguir ajustando su presupuesto en 2025, pese a la moderación de la inflación.**

El precio se mantiene como factor clave: el 90% de los consumidores lo considera determinante, y el 72% destaca la relación calidad-precio como el principal motivo de compra. Además, el 55% de los hogares asegura que seguirá ajustando su presupuesto en 2025, pese a la moderación de la inflación.

Por regiones, el País Vasco lidera el gasto con 2.608 euros, seguido por Cataluña y Castilla y León. Canarias es la comunidad que menos invierte, con 1.689 euros.

La carne fresca encabeza el gasto por categoría (569,86 euros), seguida por frutas (413,47 €) y verduras (339,21 €). El estudio destaca también un cambio de hábitos: más del 50% de los hogares ha variado su forma de comprar frescos en los últimos tres años, principalmente por razones económicas.





EL GOBIERNO IMPULSARÁ UNA LEY PARA FRENAR LAS RESEÑAS FALSAS EN HOSTELERÍA Y TURISMO

Cuando buscamos un restaurante o un alojamiento, solemos guiarnos por las reseñas digitales si no tenemos referencias directas. Estos comentarios de otros usuarios pueden resultar muy útiles, pero también se han convertido en un arma de doble filo. Muchos empresarios denuncian que hay clientes que publican reseñas falsas con la intención de perjudicar su reputación.

Ante esta situación, el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 ha propuesto modificar la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. El objetivo es permitir que los empresarios del sector hostelero y turístico puedan solicitar la retirada de reseñas cuando demuestren que el comentario no se ajusta a la realidad. Desde el ministerio, dirigido por Pablo Bustinduy, explican que “se exigirá acreditar de forma fehaciente que la reseña no es real, bien porque el consumidor no ha disfrutado del servicio, bien porque su contenido es falso”.

Aunque la norma no especifica cómo deberá demostrarse, sí se plantean ejemplos como facturas manipuladas, precios erróneos o listas de clientes que prueben que la persona no estuvo en el establecimiento.

La propuesta también contempla otras novedades: solo se podrá dejar una reseña durante los 30 días posteriores a la compra o uso del servicio, para garantizar que la opinión sea reciente y basada en la experiencia real. Además, el empresario tendrá derecho a responder públicamente a cada reseña, lo que permitirá ofrecer su versión de los hechos y enriquecer la información que recibe el consumidor.

Estas medidas refuerzan otras ya vigentes, como la prohibición de compraventa de reseñas o la obligación de indicar si un comentario ha sido verificado. La reforma parece tener un amplio respaldo político: cuenta con el apoyo del PSOE, Sumar y previsiblemente también del Partido Popular, que esta misma semana ha registrado en el Senado una moción para impulsar el cambio legal contra las reseñas falsas.

EL SUPREMO OBLIGA A LOS BANCOS A DEVOLVER EL DINERO ROBADO EN ESTAFAS DE 'PHISHING'

El 'phishing' se ha convertido en una de las estafas más comunes de la era digital. Los ciberdelincuentes suplantan la identidad de bancos, empresas o entidades públicas mediante correos electrónicos o mensajes SMS (en este caso, llamado 'smishing'), con el objetivo de engañar a los usuarios, obtener sus datos personales o realizar cargos no autorizados. **Muchas veces, el fraude incluye enlaces a páginas web falsas o archivos infectados que comprometen la seguridad del dispositivo.** El resultado puede ser devastador para las víctimas, que ven desaparecer su dinero sin haber dado ningún consentimiento.

Ante esta problemática creciente, el Tribunal Supremo ha emitido una sentencia clave: **los bancos están obligados a devolver el dinero robado mediante técnicas de 'phishing', salvo que puedan demostrar que el cliente actuó con negligencia grave.** La sentencia ratifica el derecho de un usuario a recuperar más de 83.000 euros extraídos de su cuenta sin autorización, a pesar de haber actuado con diligencia.



Según el Supremo, la entidad financiera solo podrá eludir su responsabilidad si acredita que la operación fue autenticada correctamente, que no hubo fallo técnico y que el cliente actuó con fraude o negligencia grave. Casos como escribir las claves en lugares visibles podrían considerarse negligentes, pero caer en un engaño bien elaborado no lo es.

Además, se subraya la obligación de los bancos de contar con sistemas capaces de detectar y bloquear operaciones sospechosas, especialmente cuando implican cantidades elevadas o patrones inusuales. Esta sentencia sienta un precedente claro: ningún pago realizado mediante engaño podrá considerarse autorizado, y el banco deberá reembolsar automáticamente el importe sustraído.



HACIENDA EXIGE TRIBUTAR POR ELLOS: REPUNTA LOS AVISOS POR FALSAS GANANCIAS EN APUESTAS DEPORTIVAS

La Campaña de la Renta 2024/2025, correspondiente al ejercicio fiscal de 2024, comenzó el pasado 2 de abril y finalizará el 30 de junio. Para muchos, se trata de una oportunidad para recuperar parte de lo tributado. Sin embargo, para otros, puede convertirse en un quebradero de cabeza, especialmente si descubren ingresos falsos en su borrador vinculados a apuestas deportivas.

Se ha detectado un preocupante repunte de avisos por supuestas ganancias en casas de apuestas online a nombre de personas que nunca participaron en ellas. Se trata de una nueva forma de usurpación de identidad: los delincuentes acceden a datos personales robados, abren cuentas en plataformas de juego y simulan beneficios para blanquear dinero.

Aunque las cantidades no sean reales, el sistema fiscal las considera ingresos declarables, lo que puede acarrear sanciones de hasta el 150% si no se denuncian a tiempo.

Aconsejamos no incluir esas ganancias en la declaración, presentar denuncia ante la Policía Nacional o Guardia Civil, solicitar a las casas de apuestas el cierre de las cuentas y recopilar toda la documentación para presentarla ante Hacienda. En caso de requerimiento, hay solo 10 días hábiles para responder.

El Ministerio de Consumo ya ha registrado casi 8.000 denuncias en el último año, el 90% relacionadas con apuestas deportivas. El protocolo PACS, activado en colaboración con Hacienda y las fuerzas de seguridad, pretende detectar y proteger a las víctimas de estas suplantaciones con ganancias superiores a 100 euros.

RECICLAR CON CABEZA: LO QUE SÍ Y LO QUE NUNCA DEBES ECHAR EN CADA CONTENEDOR

Cada 17 de mayo celebramos el Día Mundial del Reciclaje, una fecha que nos recuerda que cuidar del planeta empieza por pequeños gestos, como separar bien los residuos en casa. Aunque pueda parecer fácil, muchos siguen cometiendo errores que impiden que los materiales se reciclen correctamente.

El **contenedor amarillo** es el más traicionero. Solo admite envases de plástico, latas y briks. Es decir: botellas de agua, envases de yogur, latas de refresco, bandejas de corcho blanco y tapas de plástico. Sin embargo, no van ahí objetos de plástico duro como juguetes, perchas, cubos, utensilios de cocina o bolígrafos. Tampoco productos con restos orgánicos.

El **contenedor azul** es para papel y cartón limpio. Aquí puedes tirar periódicos, revistas, cajas plegadas, sobres, bolsas de papel... Eso sí, no deben tener grasa ni restos de comida (como las cajas de pizza usadas), ni mezclar briks, que son multicapa y van al amarillo.

El **contenedor verde** es exclusivo para envases de vidrio: botellas, frascos y tarros. Pero ojo: vasos rotos, bombillas, espejos o cristales de ventanas no van aquí. Aunque parezcan lo mismo, están hechos con materiales distintos y requieren tratamientos especiales.

El **contenedor marrón**, presente ya en muchas ciudades, es para residuos orgánicos: restos de comida, peladuras, servilletas sucias y restos vegetales. Lo que no debe ir aquí son pañales, compresas, colillas o pelo.

Finalmente, lo que no encaja en ninguno de los anteriores va al **contenedor gris o de resto**, pero con matices: pilas, medicamentos, aceite usado, aparatos electrónicos o muebles deben llevarse a un punto limpio, donde reciben un tratamiento adecuado.

Reciclar bien no es solo un acto de conciencia ambiental: es una forma de cuidar nuestros recursos, reducir la contaminación y contribuir a un modelo más sostenible. Aprovecha este Día Mundial del Reciclaje para revisar cómo separas tus residuos. Porque reciclar no es tirar por tirar... es tirar con cabeza.



JOYAS QUE CUENTAN HISTORIAS DESDE EL CORAZÓN DE LA HUERTA MURCIANA

Cada pieza de **Limonciana** nace del estado de ánimo de su creadora. *"Si no tengo ganas o estoy demasiado cansada, no creo. Sé que las piezas no saldrán bien"*, confiesa. Su inspiración es tan colorida como sus diseños: flores, formas geométricas, estampados clásicos de los 80 y 90... aunque también crea piezas más sobrias para quienes prefieren estilos más discretos. Pero lo que más le entusiasma son los encargos personalizados en los que el cliente le da total libertad creativa: *"Ahí es cuando más disfruto, porque dejo fluir toda mi imaginación"*.

Tatiana defiende con fuerza el valor de la artesanía en un mundo dominado por la producción en masa. **Para ella, las piezas hechas a mano tienen alma, cuentan una historia y reflejan el amor con el que han sido creadas.** Esta pasión por lo auténtico la ha llevado a formar parte de una comunidad de artesanos en Murcia con la que está impulsando una asociación para poner en valor el trabajo artesanal, recorriendo mercados y ferias en distintos puntos de la región.

Murcia también ha sido una gran fuente de inspiración para su marca. Desde las fiestas de primavera hasta su rica gastronomía, pasando por la calidez de su gente. Su primer diseño fue un estampado de limones, símbolo que da nombre a su marca. *"Me encantaban los limones incluso antes de venir, pero aquí sentí que formaban parte de mi identidad"*. Hoy, además de limones, Limonciana también incluye divertidas miniaturas de comida murciana como paparajotes, empanadillas o pasteles de carne, un guiño creativo y emotivo a la tierra que la ha acogido.

A las mujeres que sueñan con emprender, Tatiana les lanza un mensaje sincero y valiente: *"Es difícil destacar, hay mucha competencia, y exponer tus creaciones en redes sociales puede ser arriesgado, pero también es necesario. La clave está en ser fiel a tu estilo, a tu visión, y no tener miedo de ser tú misma. Eso es lo que da valor real a una marca"*.



TATIANA, FRANCESA DE SANGRE Y MURCIANA DE CORAZÓN

Tatiana es una creativa francesa nacida en un pequeño pueblo del sur de Francia, aunque ha vivido en varios países, entre ellos Holanda. En diciembre de 2019 conoció Murcia por primera vez, y esa visita le cambió la vida. Enamorada de su gente, su luz y su energía, decidió dejar atrás su rutina en Ámsterdam y mudarse definitivamente a la capital murciana en febrero de 2020. Desde entonces, se siente murciana de corazón.

Con un espíritu inquieto y una mente siempre abierta a la experimentación, Tatiana ha explorado múltiples disciplinas artísticas: desde la fotografía digital hasta la cerámica, la serigrafía o el diseño. *"Siempre aprendí haciendo, viendo y probando. Soy completamente autodidacta"*, afirma. Esa necesidad constante de crear la llevó en 2024 a dar vida a **Limonciana**, una marca de joyería artesanal con piezas hechas a mano en arcilla polimérica. Este proyecto nació como respuesta a un momento complicado: tras ser diagnosticada con una enfermedad autoinmune, Tatiana se vio obligada a frenar su trabajo como fotógrafa. En lugar de rendirse, canalizó su energía en una nueva pasión que le permitiera mantener las manos ocupadas y el corazón en calma.

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

ELECCIONES DE LA NUEVA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE SANTIAGO DE LA RIBERA



ELECCIONES DE LA NUEVA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CEHEGÍN



LAS ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ALCANTARILLA, ABARÁN Y MURCIA EN EL II FORO DE MUNICIPALISMO



NUEVA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ABARÁN Y HOMENAJE A LA ANTERIOR PRESIDENTA ARACELI CARRASCO



LA FEDERACIÓN PARTICIPA EN JORNADAS DE GANADERÍA EN LORCA: “EL ARTE DE NUTRIR EL FUTURO GASTRONÓMICO”



EL GOBIERNO RENUEVA EL PROGRAMA CINE SENIOR: ENTRADAS A 2 EUROS PARA MAYORES DE 65 AÑOS DURANTE TODO EL AÑO

El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado este miércoles la orden del Ministerio de Cultura que regula la concesión directa de subvenciones a salas de exhibición cinematográfica para fomentar el acceso al cine de las personas mayores de 65 años durante 2025 y 2026.

Así, el Gobierno renueva el programa Cine Senior, que permitirá a los mayores de 65 años disfrutar del cine por solo 2 euros, todos los martes del año, principal novedad de esta edición. El objetivo es garantizar que no haya ningún periodo del año sin esta oferta cultural accesible para este colectivo.

El programa persigue reforzar el papel de las salas de cine como espacios de difusión cultural y asegurar el derecho de las personas mayores a participar en la vida social y cultural, según recoge el Real Decreto.

La cuantía total destinada al programa asciende a 8,5 millones de euros, distribuidos en dos anualidades. De esta cifra, 8.150.000 euros irán destinados a ayudas directas a las salas, y 350.000 euros a la compensación de la entidad colaboradora. Además, se prevé una reserva de 900.000 euros para cubrir posibles aumentos derivados de una mayor participación.

El plazo máximo de ejecución será de un año desde la publicación de la resolución de concesión.

Según la Federación de Cines de España (FECE), el programa atrajo un 82 % más de espectadores sénior en 2024 respecto al año anterior, con 766.034 asistentes adicionales, lo que confirma su impacto positivo.



EN POCAS DÉCADAS ESPAÑA SE HA CONVERTIDO EN UNO DE LOS PAÍSES MÁS LONGEVOS DEL MUNDO



España ha logrado un notable avance en longevidad en las últimas décadas. Actualmente, la esperanza de vida supera los 83 años, la más alta de la Unión Europea y la tercera del mundo, solo por detrás de Japón y Suiza. Según un artículo del Centro Internacional sobre el Envejecimiento (CENIE), se estima que las mujeres nacidas en 2035 vivirán, de media, más de 87 años.

Este cambio es impresionante si se considera que, a principios del siglo XX, la esperanza de vida rondaba los 35 años, debido principalmente a la alta mortalidad infantil, la pobreza, la mala alimentación y la falta de acceso a la sanidad. Hoy, factores como una mejor higiene, alimentación y educación han contribuido significativamente a este progreso.

Hay que destacar el papel del Estado del bienestar y del sistema sanitario público, universal y de calidad. Desde la aprobación de la Ley General de Sanidad de 1986, se ha desarrollado el Sistema Nacional de Salud, con la expansión de la Atención Primaria, nuevos centros de salud y mejor formación profesional. En cuatro décadas, el gasto sanitario público se ha incrementado, el número de médicos se ha duplicado y la profesión de enfermería se ha fortalecido.

“El bienestar no se mide solo en años de vida, sino en años vividos con salud y autonomía”, pese a las desigualdades aún existentes, hoy España es un país donde se vive más y mejor.