



Boletín de Información al Consumidor

Ahorrar no sólo depende
de ingresos, sino también
de **hábitos**



Octubre 2026

Además, en este número:

- Entrevista del mes: Josefa García Miranda. Consumidora residente en Villanueva de la Serena, Badajoz.
- *NOTA 1 de Octubre – Día Internacional de las personas de edad.*
- *NOTA Recomendaciones generales y específicas para disfrutar Halloween de manera segura.*
- *NOTA Novedades introducidas por la ley respecto a la indicación de precios.*
- Otras noticias de actualidad.



Entrevista del mes

Josefa García Miranda.

Consumidora residente en Villanueva de la Serena, Badajoz.

¿Considera que nuestros hábitos de consumo influyen en nuestra capacidad de ahorro? Sí, claro.

¿Reconoce que se deja llevar por la publicidad o tendencias de consumo antes de adquirir un producto?

Normalmente, no. Realmente compro lo que necesito sin tener en cuenta modas o tendencias.

¿En qué se suele fijar al comprar? ¿Se cree todo lo que ve? Me suelo fijar en la calidad y eficiencia del producto y por supuesto no me creo todo lo que veo, el "envoltorio" no es lo más importante.

¿Planifica su compra? En el sentido de llevar una lista de la compra, ajustarse a un presupuesto, comparar antes de tomar una decisión, etc. Casi siempre planifico mi compra, llevo siempre mi lista, pero también es verdad que si veo algo que no lo lleve en dicha lista que me interese, por oferta o cualquier otra circunstancia, lo compro, pero siempre que le vea utilidad a corto o medio plazo.



A veces hago cambios sobre la marcha, sobre todo en supermercados, dependiendo de los precios de los productos. Ejemplo, puedo cambiar una lubina por una dorada si esta está más barata.

¿Conoce los denominados "gastos hormiga"? ¿Se identifica con alguno? Los gastos hormiga los tenía más en cuenta antes, ahora, a mi edad y mi economía, no prescindo tanto de ellos, los tomo como pequeños caprichos que me permito.

¿Ha realizado compras en alguna ocasión por recomendación de alguien? Sí, a veces he comprado algún producto por



Entrevista del mes

Josefa García Miranda.

Consumidora residente en Villanueva de la Serena, Badajoz.

recomendación de alguna amiga que lo ha probado y, fiándome de su criterio, lo he adquirido, pero porque previamente tenía pensado adquirirlo, digamos que he cambiado la marca del producto por recomendación. Suelo tener las ideas claras de lo que quiero.

¿Realiza compras para aliviar un malestar personal o por impulso? ¿Sabe lo que significa el “consumo emocional”? No, no suelo caer en el consumo emocional, soy bastante pragmática, no alivio mis emociones con compras e intento ir al supermercado sin hambre para no comprar chucherías innecesarias, por ejemplo.

¿Qué cosas considera no se pueden comprar? Creo que se puede comprar de todo, depende de cada persona, yo evito ciertas cosas por salud, lo que yo digo que son "calorías innecesarias". Por supuesto hablando siempre de normalidad, no tengo en cuenta drogas o algo similar.

¿Se siente un consumidor responsable?

¿Hay algo que considera pueda cambiar?

Creo que sí, que soy una consumidora responsable y a esta altura de mi vida no cambiaría nada, quizás no ser tan responsable...jejeje

“No se trata de comprar menos, sino de comprar mejor”

Desde consumo, relacionamos directamente el consumo responsable con la mejora de la economía familiar, cuando adoptamos hábitos de compra conscientes, reducimos gastos innecesarios y tenemos más capacidad de ahorro.

¿Está de acuerdo con esta afirmación? Por supuesto que estoy de acuerdo con esa afirmación. Por ejemplo, cada año reviso precios de seguros, telefonía, compañías de energía, etc., para evitar pagar de más.



Ahorrar no sólo depende de ingresos sino también de **hábitos**

Proceso de una compra responsable

Un aspecto fundamental de la educación financiera es que la capacidad de ahorro no está determinada exclusivamente por el nivel de ingresos de una persona, sino que se ve influenciada de manera significativa por los hábitos que esa persona desarrolla en su vida cotidiana.

Desde nuestro organismo, instamos a ser responsables en nuestros actos de consumo, basándonos, en una **toma de conciencia de nuestros hábitos**, una **reflexión crítica** y, en consecuencia, una **gestión más consciente de los recursos que tenemos**.

Debemos comprender que las decisiones de compra tienen consecuencias económicas que afectan directamente a la capacidad de ahorro y al bienestar personal y familiar.

Las compras impulsivas suelen producirse en situaciones donde predominan estados emocionales que reducen la capacidad de análisis racional. Estas decisiones suelen generar gastos innecesarios que dificultan el ahorro y provocan que el presupuesto disponible para necesidades importantes se reduzca considerablemente.

Por ello, antes de comprar, **el consumidor se tiene que conceder un tiempo de reflexión para valorar si realmente necesita el producto o si se trata de un impulso pasajero**.

Además, **una planificación previa se convierte en una de las herramientas más eficaces** para lograr un consumo responsable, ayudándonos a reducir gastos innecesarios y a aprovechar mejor los recursos disponibles.



CUESTIONES COMO LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LA PUBLICIDAD, LAS REDES SOCIALES, LAS TENDENCIAS DE CONSUMO Y LAS EMOCIONES EN LA TOMA DE DECISIONES ECONÓMICAS DIARIAS MARCAN NUESTRO PERFIL DE CONSUMO.





Ahorrar no sólo depende de ingresos sino también de **hábitos**

Consorcio Extremoño de
Información al Consumidor

Entendiendo que el acto de consumo no se limita al momento en sí de adquirir el producto, podemos hablar de tres fases fundamentales:

ANTES DE LA COMPRA

En esta etapa se **analiza la necesidad real del producto**, se **recopila información y se comparan distintas opciones** disponibles en el mercado. También se **evalúa el impacto económico de la decisión**.

DURANTE LA COMPRA

Corresponde al momento en que **se toma la decisión de adquisición**. Se debe **actuar con criterios racionales** y **evitar que las promociones o reclamos publicitarios** condicionen la decisión previamente planificada.

DESPUÉS DE LA COMPRA

La responsabilidad del consumidor continúa tras la adquisición del producto o servicio. Es importante **evaluar si la compra cumplió las expectativas, conservar la documentación y analizar si la decisión fue acertada**.

DESDE CONSUMO, RELACIONAMOS
DIRECTAMENTE EL CONSUMO
RESPONSABLE CON LA MEJORA DE LA
ECONOMÍA FAMILIAR. CUANDO
ADOPTAMOS HÁBITOS DE COMPRA
CONSCIENTES, REDUCIMOS GASTOS
INNECESARIOS Y TENEMOS MÁS
CAPACIDAD DE AHORRO.

¡IDENTIFICA LA **EMOCION** QUE
QUIERES CALMAR Y BUSCA OTRA
ALTERNATIVA!

¡SÉ **CRÍTICO** Y NO TE DEJES LLEVAR!

PLANIFICACIÓN = COMPRA
RESPONSABLE

¡EL **PODER** DE **ELEGIR** ES TU PODER!
NO SE TRATA DE COMPRAR MENOS, SINO
DE **COMPRAR MEJOR**



1 OCTUBRE - DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS DE EDAD
2026



**envejecimiento activo,
prevención y empoderamiento**

envejecimiento activo, prevención y empoderamiento

Desde el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor se realizan actuaciones con nuestros mayores bajo los principios de **envejecimiento activo, prevención y empoderamiento**, contribuyendo a dar respuesta a necesidades actuales de este colectivo en un contexto social cada vez más complejo.

La **Red Sénior de Consumo** constituye una iniciativa pionera en el ámbito de la **protección y formación de las personas consumidoras mayores** en la Comunidad Autónoma de Extremadura. Su finalidad es dotar a las personas mayores de herramientas, conocimientos y estrategias que les permitan **ejercer plenamente sus derechos como consumidoras**. Este proyecto es fruto de la colaboración del Instituto de Consumo de Extremadura (INCOEX), a través de los Centros Mancomunados de Consumo (CMC) y el Servicio Extremeño de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a la Dependencia (SEPAD), a través de los Centros de Mayores de gestión directa.

Actualmente, la Red Sénior de Consumo cuenta con un total de **20 centros de mayores adheridos y más de 130 personas formadas como Agentes Senior de Consumo**, figura que representa en su entorno más cercano un papel de información e intermediación entre otros consumidores mayores y los organismos de consumo competentes.



[ACCEDE A LA RED SENIOR AQUI](#)

Un año más, nos sumamos a esta conmemoración y **durante el mes de octubre se llevarán a cabo diversas actuaciones de prevención en materia de consumo** en los diferentes Centros Mancomunados de Consumo de nuestra región, donde los verdaderos protagonistas sean nuestros mayores.



Busca tu oficina más cercana



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

Modo

HALLOWEEN SEGURO

activado



CONSEJOS GENERALES CONSEJOS ESPECÍFICOS

QUE EL TERROR INUNDE NUESTRAS CASAS EN
FORMA DE DISFRAZ O ACCESORIO, NO COMO RIESGO



[ACCEDE A LA NOTA COMPLETA AQUI](#)



Novedades introducidas por la Ley respecto a la **indicación de precios**



MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

*Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, más conocida como **Ley SAC**.*

Las personas consumidoras tienen derecho a conocer, antes de contratar un bien o un servicio, cuál será **el precio final completo** que deberán pagar.

Esta **información 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.

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

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.

- Los gastos de gestión forman parte del precio final -

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*.



[ACCEDE A LA NOTA COMPLETA AQUI](#)



Novedades introducidas por la Ley respecto a la **indicación de precios**



MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a

*la clientela, más conocida como **Ley SAC**.*

- Cuando el precio no puede conocerse de antemano -

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 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.**

- 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.

- 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.**



[ACCEDE A LA NOTA COMPLETA AQUI](#)

Noticias de actualidad

USTED
DEBE
SABER



El recibo de la luz se dispara un 28% en el septiembre más caro desde 2022

https://www.65ymas.com/economia/consumo/recibo-luz-se-dispara-28-en-septiembre-mas-caro-2022_86471_102.html

Movilización para pedir la aprobación del Defensor del Cliente Financiero

https://www.65ymas.com/economia/banca/carlos-san-juan-asufin-se-movilizan-pedir-aprobacion-defensor-cliente-financiero_86497_102.html

La reforma del crédito al consumo debe fomentar la protección del consumidor y la competencia

<https://www.cnmc.es/prensa/ipn-creditos-consumo-20261001?back=news>

Compras online: estas son las señales que pueden alertarte de que una tienda es falsa

https://www.65ymas.com/sociedad/tecnologia/compras-online-estas-son-senales-pueden-alertarte-tienda-es-falsa_85646_102.html

USTED
DEBE
SABER



El 'carro inteligente' para ahorrar en la cesta de la compra que podría llegar a España: "Es una nueva era"

https://www.20minutos.es/lainformacion/economia-y-finanzas/carro-inteligente-para-ahorrar-cesta-compra-que-podria-llegar-espana-es-una-nueva-era_7039811_0.html

Errores de precio en catálogos online y derechos del consumidor

<https://www.consumoteca.com/legal/errores-de-precio-en-catalogos-online-y-derechos-del-consumidor/>

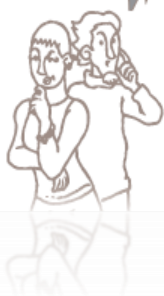
Derecho de consumo

<https://www.eleconomista.es/opinion/noticias/14015321/09/26/el-nuevo-curso-del-derecho-de-consumo-por-que-europa-ya-no-protege-solo-los-contratos.html>

Decathlon retira unos patinetes eléctricos por un defecto de seguridad que aumenta el riesgo de caída

https://www.eldiario.es/consumoclaro/decatlon-retira-patinetes-electricos-defecto-seguridad-aumenta-riesgo-caida_1_13531118.html

USTED
DEBE
SABER



Adiós a las dudas con la garantía: los productos y comercios deberán incorporar nuevos avisos a partir del 27 de septiembre

https://www.20minutos.es/lainformacion/consumo/garantia-productos-comercios-deberan-incorporar-nuevos-avisos-partir-27-septiembre-union-europea_7040845_0.html

El desperdicio alimentario ha bajado un 19% en un lustro, si bien todavía hay mucho margen de mejora

https://www.consumidorglobal.com/alimentacion/herrero-director-general-alimentacion-concienciar-jovenes-valor-alimentos_20506_102.html

Hackeo a Renfe

https://www.consumidorglobal.com/tecnologia/hackeo-renfe-datos-viajeros-quedado-descubierto_20527_102.html

Adiós al 'greenwashing': qué publicidad verde queda prohibida desde el 27 de septiembre

<https://www.economistjurist.es/actualidad-juridica/legislacion/adios-al-greenwashing-que-publicidad-verde-queda-prohibida-desde-el-27-de-septiembre/>

¿Por qué caemos en las estafas de inversión? Las técnicas que utilizan para convencernos

<https://opcions.org/es/por-que-caemos-en-las-estafas-de-inversion-las-tecnicas/>

Lo que debes revisar antes de comprar una vivienda para evitar problemas después

https://www.65ymas.com/economia/economia-familiar/debes-revisar-antes-comprar-vivienda-evitar-problemas-despues_86103_102.html

USTED
DEBE
SABER



Boletín de Información al Consumidor

CENTROS MANCOMUNADOS DE CONSUMO EN EXTREMADURA

GERENCIA

C/ San Salvador, 9
06800 Mérida
Tif. 924 00 47 09

C.M.C. SIERRA SUROESTE

Plaza de la Alcazaba, s/n
(Antiguas escuelas)
06380 Jerez de los Caballeros
Tif. 683 621 116

C.M.C. VALLE DEL ALAGÓN

Plaza de España, 1
10810 Montehermoso
Tif. 663 90 39 32
663 90 39 06

C.M.C. LA SERENA-VEGAS ALTAS

C/ Tentudía, s/n - 1ª planta
06700 Villanueva de la Serena
Tif. 924 84 92 36 (Ext. 3) – 682 44 89 98

C.M.C. TAJO SALOR

C/ Oscura, nº 10
10900 Arroyo de la luz
Tif. 927 27 22 59

C.M.C. VEGAS BAJAS

Plaza
de España, 8 - 1ª planta
(Casa del navegante)
06480 Montijo
Tif. 924 45 41 29 (Ext.5) / 621 24 06 21

C.M.C. VILLUERCA-IBORES-JARA

C/ Iglesia, nº 34
10120 Logrosán
Tif. 927 15 98 12

C.M.C. LA VERA

Paseo Ruiz Giménez, s/n
10450 Jarandilla de la Vera
Tif. 927 17 22 94

C.M.C. TENTUDÍA

Ronda Segura de León, 7
06260 Monesterio
Tif. 924 51 61 08

C.M.C. CÍJARA

C/ Polideportivo, s/n
Edificio CID La Siberia
06670 Herrera del Duque
Tif. 924 64 27 88

C.M.C. MUNICIPIOS ZONA CENTRO

Polígono Industrial 1º de Mayo
Camino de la Vascona, 10
10100 Miajadas
Tif. 927 34 51 17

C.M.C. MUNICIPIOS GUADIANA

Plaza de Hernán Cortés, 3
06411 Medellín
Tif. 924 82 28 10

C.M.C. S.S.B. ZONA DE BARROS

Plaza de la Constitución, 3
06150 Santa Marta
Tif. 924 69 01 17

C.M.C. TIERRA DE BARROS-RIO MATAHEL

C/ 8 de marzo, s/n
06220 Villafranca de los Barros
Tif. 924 52 09 75

C.M.C. COMARCA DE TRUJILLO

C/ Ruiz de Mendoza, 8-3º planta
10200 Trujillo
Tif. 927 32 33 15 (Ext.3)
927 32 10 50 (Ext. 8)

C.M.C. SIERRA DE MONTÁNCHEZ

Avda. Adolfo Suárez, 4
10186 Torre de Santa María
Tif. 927 38 90 30

C.M.C. MUNICIPIOS CENTRO

Polígono Industrial Dehesa del Rey
Acceso Ctra. n-630, s/n
06810 Calamonte
Tif. 924 32 41 06

C.M.C. COMARCA DE OLIVENZA

C/ Rusia, 1-2º planta Edificio CID
06100 Olivenza
Tif. 924 49 23 05

C.M.C. VALLE DEL JERTE

Plaza de la Casa Caída, s/n
10610 Cabezuela del Valle
Tif. 927 47 21 34
(Ext. 7)

C.M.C. RIVERA DE FRESNEDOSA

Plaza Mayor, 1- 2ª planta
10830 Torrejoncillo
Tif. 927 30 30 90
679 41 29 89

C.M.C. RÍO BODIÓN

Avda. de los Cameranos, 47
06300 Zafra
Tif. 924 55 01 46 (Ext.6)

C.M.C. LÁCARA - LOS BALDÍOS

Avda. de Colón, 6
06192 Villar del Rey
Tif. 924 41 40 64

C.M.C. AGUAS DE LLERENA

C/ Santiago, 59
06900 Llerena
Tif. 924 87 25 92 / 673 92 95 02

C.M.C. LA SERENA

Avda. de América, 6 Edificio CID
06420 Castuera
Tif. 924 76 06 33

C.M.C. SIERRA DE SAN PEDRO

C/ Pizarro, 16
10500 Valencia de Alcántara
Tif. 927 66 81 47

C.M.C. RIBEROS DEL TAJO

C/ Real, 62 -2º A
10820 Cañaveral
Tif. 927 30 04 00

C.M.C. SIERRA DE GATA

C/ Mayor, 3 1º
10850 Hoyos
Tif. 927 51 45 83 (Ext.2)

C.M.C. VALLE DEL AMBROZ

C/ Tras de Diego, 20
10700 Hervás
Tif. 927 48 12 71

C.M.C. SIBERIA

Plaza de España, 22
06650 Siruela
Tif. 924 63 11 94

C.M.C. CAMPO ARAÑUELO

Travesía de la iglesia nº 5
10529. Majadas de Tiétar
Tif. 927 54 73 57
927 55 11 76 (Ext. 2158)





Boletín de Información al Consumidor

Consorcio Extremeño de Información al Consumidor

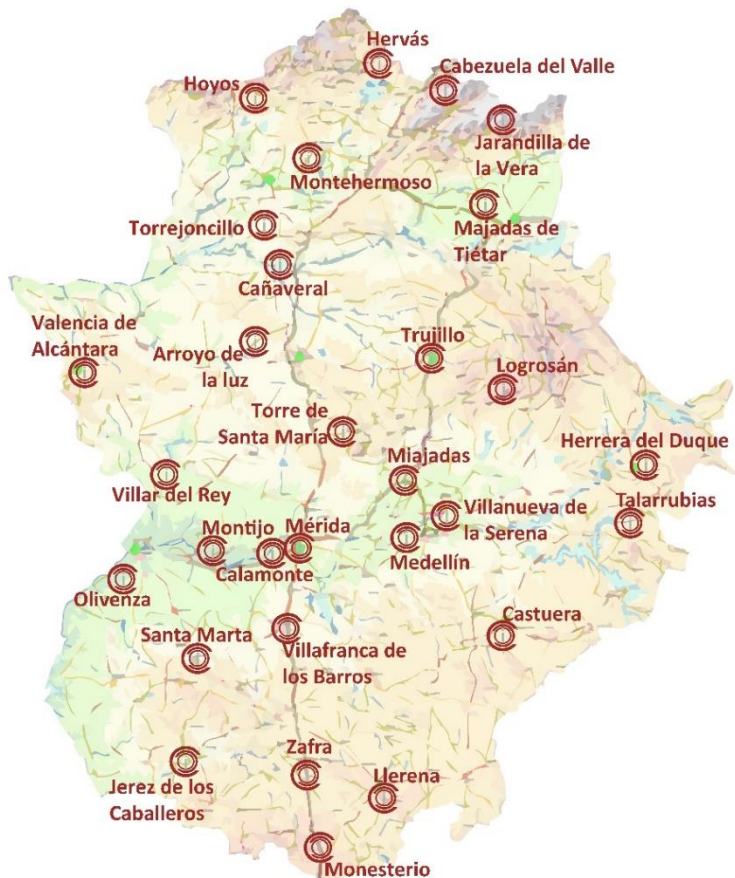
GERENCIA

C/ San Salvador, nº 9
06800 Mérida (Badajoz)

Tlf. 924 00 47 00

E-mail: consultasmasamano@salud-juntaex.es

<https://saludextremadura.ses.es/masamano>



Instituto de Consumo
de Extremadura

JUNTA DE EXTREMADURA



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor