



REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 81

FEBRERO 2024

- Curiosidades que no sabías de San Valentín
- Del campo al supermercado: el precio de los alimentos se encarece hasta un 875%
- Cuidado con la estafa de las tiendas clonadas
- Los trucos de la DGT para ahorrar hasta 500 euros en gasolina
- 2023 se convierte en el año de menor consumo histórico en España de televisión
- ¿Por qué no debes guardar el arroz y la pasta más de 24 horas en la nevera?
- ¿Cómo se celebra San Valentín en Japón?
- Catiana Martínez, Presidenta de la Asociación Amiga
- Asamblea General 2024 de la Federación de Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios THADERCONSUMO
- Actividades de las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- La maternidad, una barrera en el desarrollo laboral de las mujeres
- Nuevo indicador del paro: las mujeres soportan el 90% del coste social de desempleo

CURIOSIDADES QUE NO SABÍAS DE SAN VALENTÍN

Hay una fecha en el calendario reservada para la celebración del amor. Una jornada para regalar, preparar cenas románticas o simplemente para hacer carantoñas a la pareja. Para los más osados, también es un momento para dar el paso y confesar sus sentimientos hacia una persona especial. Hablamos de San Valentín, un fenómeno cultural y comercial que se ha extendido a lo largo y ancho del planeta.

Una curiosidad de San Valentín: ¿por qué se celebra el 14 febrero, si Valentín fue excluido del catálogo oficial de santos en 1969? San Valentín fue eliminado del santoral porque, para empezar, no está claro ni quién fue ni si existió realmente.

El San Valentín moderno, entendido como el día para celebrar el amor con regalos, desembarcó en España en 1948. Fue **José 'Pepín' Fernández, fundador de los grandes almacenes Galerías Preciados**, quien importó de Estados Unidos la moda de regalar flores y bombones a la persona amada cada 14 de febrero. El empresario ya había adoptado otras festividades comerciales, como el Día de la Madre o el Día del Padre, así que puso en marcha una campaña para que los clientes compraran detalles para sus seres queridos.



Josefa Martínez Inglés, Presidenta de la Asociación de Amas, Consumidores y Usuarios de Roldán presenta la revista nº81 de THADERCONSUMO.

Pincha en la imagen para ver el video de presentación.

DEL CAMPO AL SUPERMERCADO: EL PRECIO DE LOS ALIMENTOS SE ENCARECE HASTA UN 875%

El precio de los alimentos se encarece hasta un 875% desde su compra directa en el campo hasta su puesta a la venta en los lineales de los supermercados.

Por ejemplo, el kilo de **limones** en origen se pagaba a principios de enero a 0,20 euros. El precio por kilo en los puntos de venta está, de media, a 1,79 euros (un 695% más caro). Esta diferencia alcanza el 875% si se tiene en cuenta el precio más caro detectado en los supermercados.

Por su parte, el kilo de **lentejas pardinas** cuesta en el supermercado, de media, un 369% más de lo que se le paga al agricultor por ese mismo producto (0,76 euros/kg).

Mientras, el kilo de **manzanas fuji** cuesta 0,73 euros en origen, aunque su precio medio en los puntos de venta es de 2,54 euros (un 248% más).

En el caso de los **garbanzos**, el productor cobra el kilo a 0,79 euros, mientras que el precio de esta legumbre en los puntos de venta es de 2,43 euros (un 207% más). La diferencia máxima alcanza el 412% en el caso del paquete de garbanzos.

Por otra parte, el **aceite de girasol** se paga al agricultor a 0,96 euros/litro, mientras que su precio medio en los puntos de venta es de 2,00 euros/litro (un 108% más).

Sería importante que el Gobierno imponga un doble etiquetado, de manera que los consumidores puedan conocer cuánto han cobrado los agricultores por los productos que se venden en los supermercados.

En este contexto, el doble etiquetado ofrecería la posibilidad de conocer "*qué empresas inflan más sus márgenes de beneficio y cuáles castigan más al sector primario obligándoles a ajustar excesivamente sus precios*".



CUIDADO CON LA ESTAFA DE LAS TIENDAS CLONADAS

Los afectados deben interponer una denuncia y avisar al banco, pero recuperar el dinero no es sencillo porque las entidades consideran que son cargos formalmente autorizados.

Cada vez es más complicado mantener a salvo nuestro dinero y no caer en la trampa de las páginas web clonadas. En los últimos meses han crecido de forma considerable las tiendas falsas que imitan a marcas de reconocido prestigio, como *Hoff*, *Lefties*, *Abercrombie*, *Adidas*, *Asics*, *Billabong*, *Converse* y una extensa lista de enseñas más. Estas páginas proliferan en épocas de alta demanda comercial y, sobre todo, de descuentos. **Todas ellas tienen algo en común y es que suelen promocionar productos a precios muy bajos para atraer a las víctimas.**

Solo en las semanas previas al Black Friday de noviembre se contabilizaron más de 200 denuncias a la Policía Nacional y por ello han bloqueado algunas de estas páginas, aunque el peligro sigue ahí, sobre todo en los anuncios que los delincuentes cuelan en redes sociales como Facebook e Instagram, que redirigen al usuario a la web fraudulenta en un solo clic.

Los estafadores copian el diseño y la interfaz de las tiendas legítimas. Utilizan nombres muy similares a los de la marca original, introduciendo o eliminando un carácter apenas imperceptible, o registrando la página bajo dominios con terminación. **shop**. Además, se sirven de certificados SSL que cifran los datos introducidos y utilizan el protocolo HTTPS, que a su vez muestra un candado en la barra de navegación, que hasta ahora se daba como indicador de sitio de confianza.

Cuando las víctimas de los comercios falsos caen en la cuenta del fraude deben actuar rápidamente. Primero hay que contactar con el banco para informar y detener transacciones futuras y cambiar las contraseñas. Una vez se comunica a la entidad, el afectado no tiene que asumir ningún cargo por las operaciones no autorizadas que pudieran producirse a partir de ese momento. Es importante conservar toda la información relacionada con el fraude como pantallazos de la web, emails o mensajes recibidos para acreditar cómo se cometió. Lo siguiente es acudir a interponer la correspondiente denuncia ante las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado.





LOS TRUCOS DE LA DGT PARA AHORRAR HASTA 500 EUROS EN GASOLINA

La Dirección General de Tráfico (DGT) revela la velocidad ideal para ahorrar combustible. Y es que más allá de mejorar la seguridad, una velocidad de 90 km/h es el ritmo ideal para maximizar ese ahorro de combustible al conducir. Por contra, alcanzar velocidades de 120 km/h significa aumentar el consumo un 30%.

La DGT ha lanzado una serie de medidas para tratar de paliar el gasto que supone en total disponer de un vehículo actualmente y ahorrar hasta 500 euros al año en combustible, además de disminuir emisiones y alargar la vida de nuestro automóvil.

- Conducir con una marcha larga permite disminuir el consumo de la gasolina. Ante esta situación deberemos haber tomado la precaución de antes de sobrepasar los 50 KM/h poner el coche en 4º o 5º marcha.
- Manejar el coche a una velocidad y distancias adecuadas nos generará un uso adecuado del combustible del coche. Prácticas como acelerar de manera gradual en un semáforo serán muy útiles para cumplir las premisas asignadas.
- Hay que saber cuadrar o gestionar de la mejor manera el peso y la ocupación de nuestro equipaje en el coche. De esta manera, si, por ejemplo, el maletero llegara a quedarse pequeño respecto al número de objetos que vamos a introducir, es recomendable hacerse con un portaobjetos de techo cerrado para colocar bagaje de forma ordenada, evitando accidentes y un consumo inútil de la gasolina.
- Realizar una puesta a punto del coche a través de un taller profesional.
- Tener una presión adecuada en los neumáticos, hay que tener en cuenta que, por ejemplo, cuando se viaja con mucho peso, hay que aumentar la presión de estos con las indicaciones exactas que nos dicta el fabricante. Esta suele estar señalada en la tapa de la gasolina.

2023 SE CONVIERTE EN EL AÑO DE MENOR CONSUMO HISTÓRICO EN ESPAÑA DE TELEVISIÓN

El consumo de televisión de los españoles en 2023 fue de 181 minutos por persona al día de media, es decir, tres horas y un minuto, lo que supone un 4,7% menos que en el año 2022, ejercicio en el que se registraron 9 minutos más.

2023 se convierte en el año de menor consumo histórico desde 1992 cuando comenzaron las mediciones.

En el caso del consumo diferido, en 2023 pondera 8 minutos de promedio diario y representa el 4% del consumo total de la televisión. De los 8 minutos promedio, 5-6 minutos provienen de la televisión lineal y en abierto, que significa el 2% de su consumo, y 2 minutos son de los contenidos de las cadenas de Pago, que sobre su totalidad de representación alcanza un porcentaje del 10% del tiempo de consumo de este apartado.

Por otro lado, el consumo lineal y diferido de televisión tradicional por espectador (las personas que sí ven la televisión cada día) alcanza los 297 minutos (4 horas y 57 minutos), cuando en 2022 ponderaba 303 minutos (5 horas y 3 minutos), lo que supone una merma de 5 minutos diarios, un 1,7% menos.



En cambio, **los espectadores únicos en la modalidad de visionado híbrido** (consumo de vídeo a través de Internet) **logra su máximo histórico en 2023 hasta superar los 43,7 millones de espectadores.**

Por sexo, los datos de consumo televisivo diario por espectador (297 minutos) revelan que **las mujeres, con 313 minutos, son las mayores consumidoras de televisión, con 34 minutos más al día que los hombres.**

Por tramos de edad, los que más consumen son el grupo de **45 a 64 años con cerca de 5 horas y 10 minutos y los mayores de 64 años con un tiempo de 6 horas y 49 minutos de permanencia diaria en la televisión de siempre.**

¿POR QUÉ NO DEBES GUARDAR EL ARROZ Y LA PASTA MÁS DE 24 HORAS EN LA NEVERA?



Comer todos los días con táper se hace pesado y requiere constancia si se quiere seguir una dieta saludable. El lunes, por ejemplo, es un clásico aprovechar los restos de los arroces del domingo. La pasta que ha sobrado en casa el día anterior también es un éxito asegurado en la fiambra, recalentada en el microondas al día siguiente.

Hay que tener cuidado, la pasta y el arroz no deberían guardarse en la nevera más de 24 horas. ¿Por qué? ¿Cuál es el problema? No nos damos cuenta de que pueden tener toxinas de *bacillus cereus*. Estas toxinas, no se ven ni huelen, pero nos pueden provocar molestias gastrointestinales, e incluso vómitos incontrolables. Normalmente se resuelve bien, pero pueden dar problemas. Si enfriamos y recalentamos el arroz varias veces, en estos ciclos de cambio de temperatura las esporas del microorganismo pueden germinar.

¿Qué hacer con los restos de arroces o pasta? Podemos comerlos al día siguiente, siempre que los refrigeramos enseguida y los calentamos por encima de 75 °C, o nos los comamos fríos en ensalada, por ejemplo. Si los calentamos a medias, es donde está el peligro, porque no se destruyen las toxinas que se hayan podido formar, dice Robles. En frío (a 4 °C), como ha sido refrigerado y te lo comes tal y como está, la espora tampoco germina y los microorganismos no proliferan.

Esto se explica porque las bacterias se multiplican con mayor facilidad a temperaturas medias, y tienen más dificultad para proliferar cuando están por debajo de los 4 °C o por encima de los 65 °C.

¿CÓMO SE CELEBRA SAN VALENTÍN EN JAPÓN?

Los japoneses son grandes expertos en tomar festividades occidentales y hacerlas propias, dándoles un toque muy japonés, como es el caso, por ejemplo, de Halloween o Navidad. Y eso mismo sucede con el día de **San Valentín (バレンタインデー)**, una fecha de origen occidental pero muy popular en el Japón actual, aunque con características propias.

La particularidad de San Valentín en Japón es que son sólo los hombres los que reciben un regalo... ¡y no un regalo cualquiera! En el día de los enamorados, las mujeres regalan bombones y dulces hechos de chocolate a los hombres de su vida.

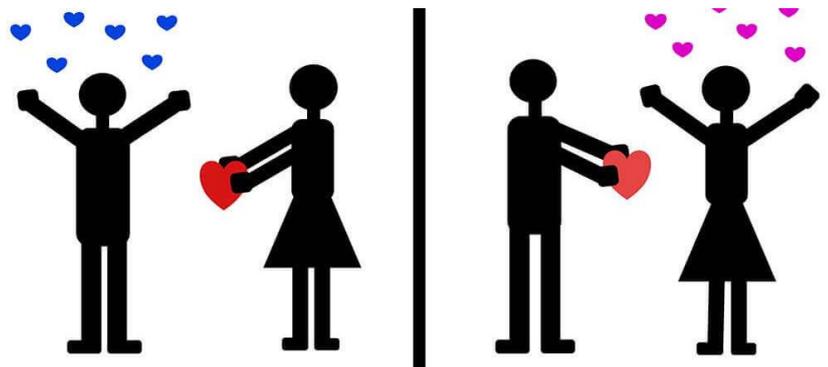
Pero lo que quizás nos sorprenda más es que estos bombones o chocolates no se entregan sólo a la pareja o a aquella persona por la que se tienen sentimientos románticos, sino también a amigos, familiares y compañeros de trabajo. Así pues, una caja de bombones en San Valentín puede ser desde una declaración de amor hasta una simple obligación social, ¡hay que evitar confundirse!

De hecho, los bombones o chocolates que damos a la persona que nos gusta se llaman **honmei-choko** (literalmente, chocolate favorito), mientras que el chocolate que damos a los amigos se llama **tomo-choko** (chocolate de amistad). Finalmente, el chocolate que damos a nuestros compañeros de trabajo se llama **giri-choko** (literalmente chocolate por obligación).

Según parece, **el día de los enamorados llegó a Japón en 1936**, gracias a un anuncio destinado a los extranjeros que vivían en tierras japonesas en aquella época, aunque realmente no comenzó a popularizarse hasta la década de 1950. En 1953 se pusieron a la venta los primeros bombones con forma de corazón y en 1958 se celebraron las primeras ‘rebajas de San Valentín’ para fomentar el consumo y la economía.

Actualmente, durante el mes de enero, Japón se prepara para la llegada de San Valentín y las marcas de bombones y chocolates hacen su particular agosto, con grandes ventas y beneficios durante la primera mitad del mes de febrero.

Pero no penséis que los hombres japoneses están de suerte por el hecho de no tener que regalar nada por San Valentín. Y es que el 15 de marzo se celebra el **White Day o día blanco**, que sería como el San Valentín para las chicas. Y en este caso son los chicos los que tienen que “devolver el favor” y regalar algo a las chicas.



“NO PUEDE SER QUE UN SISTEMA QUE HA DEDICADO TANTOS ESFUERZOS A CURARNOS (ECONÓMICOS Y PERSONALES) LUEGO NOS DEJE DESPROTEGIDAS EN ALGO TAN IMPORTANTE COMO EL ÁMBITO LABORAL”

Catiana llegó a AMIGA en el año 2005 por recomendación de una enfermera del Hospital Morales Meseguer que le informó que organizaban una charla y, desde ese momento, se quedó.

“En AMIGA encontré a mujeres que estaban pasando por lo mismo que yo y eso me ayudó mucho a afrontar la enfermedad, porque al principio, recién diagnosticada, tenía la sensación (como ocurre a muchas mujeres) de que estaba sola, que esto sólo me ocurría a mí. En AMIGA encontré a muchas mujeres en distintas fases de la enfermedad y con experiencias vitales increíbles y eso me hizo poner en perspectiva lo que yo estaba viviendo, además de sentirme acompañada.”

En 2009, la que hasta el momento era presidenta de AMIGA, decidió dejar el cargo y fue Catiana la que decidió continuar con el proyecto de ayudar a otras mujeres que habían vivido o vivirían lo mismo que ella.

“Si algo tengo que agradecer al cáncer es haber puesto en mi vida a AMIGA y esta tarea de ayudar, a través del compromiso del voluntariado, a mujeres que se enfrentan a esta adversidad en sus vidas. Es difícil, muy duro a menudo, pero satisfactorio el poder hacer más fácil el camino en el recorrido por la enfermedad.”

AMIGA nace en el año 2005 como una asociación sin ánimo de lucro con el objetivo de convertirse en un referente para el apoyo a las mujeres que padecen cáncer de mama, colaborando en la prevención de dicha enfermedad, insistiendo en la decisiva importancia de la detección precoz, apoyando los esfuerzos vinculados a esta patología en los ámbitos de la sanidad y la investigación, y como interlocutor de las pacientes ante las administraciones públicas. En Amiga ofrecen una atención personalizada en su sede. **Acoger y acompañar a las mujeres en los primeros momentos del diagnóstico que es uno de sus objetivos más importantes.**

El entorno socio laboral del cáncer de mama es un aspecto aún pendiente de abordar y en muchos casos complica e incluso a veces sobrepasa el impacto del diagnóstico. Es decir, la situación socioeconómica de la paciente es tan vulnerable que el cáncer “solo” es una circunstancia más. De hecho, el diagnóstico de cáncer en ocasiones aboca a la mujer a una situación de pobreza. La necesidad de la adaptación del puesto de trabajo si hay secuelas, la reincorporación progresiva que sería necesaria en procesos de larga duración, las medidas de apoyo para mujeres que necesitan incorporarse al mercado laboral tras un cáncer, el apoyo a mujeres autónomas que no pueden desarrollar su trabajo durante la enfermedad o el apoyo legal para situaciones de incapacidad o minusvalías son algunos de los aspectos más urgentes a abordar.

“Lo más importante es que sepan que no están solas, que hay miles de mujeres en España (casi 35.000 cada año) que viven un diagnóstico de cáncer y que existen asociaciones como la nuestra a las que acudir para buscar apoyo, información y recursos que hagan más llevadera la enfermedad.”



Catiana Martínez, Presidenta de la Asociación Amiga

Catiana Martínez, murciana, nacida en La Alberca, estudió Geografía e Historia en la Universidad de Murcia y poco después comenzó a trabajar en Aguas de Murcia donde actualmente es la responsable de Atención al Cliente.

En el año 2005 le detectaron un cáncer de mama y a partir de ese momento conoció a AMIGA, que acababa de comenzar su andadura como asociación. *“En 2006 sufrí una recaída del cáncer y todo comenzó de nuevo. Afortunadamente pertenezco a ese porcentaje de mujeres que sobreviven a un cáncer de mama.”*

Es madre de dos hijos: Javier, de antes de la enfermedad, (tenía sólo 15 meses cuando le diagnosticaron, ahora 19) y Mara, (su regalo de la vida) a la que tuvo la suerte de tener tras la enfermedad, ahora tiene 12 años.

“Me considero una mujer comprometida socialmente y ese compromiso me ha hecho estar en diferentes movimientos sociales, sobre todo en la defensa de la Sanidad y la Educación Pública. Desde 2007 soy la presidenta de Amiga.”

ASAMBLEA GENERAL 2024 DE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS THADERCONSUMO



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

Las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Los Alcázares y Santiago de La Ribera en la romería de San Blas (San Javier), celebrando el nombramiento de romera de honor de Carmen Romero, presidenta de Amas de Casa de Santiago de La Ribera



Tertulia “*Vacunación en el adulto. Logros, mitos y realidad actual*” con Montserrat Ortega García y José Pedro Olivo Ros del Centro de Salud Cartagena en la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Cartagena



La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Águilas en fiestas de Barranda



El Pleno de Los Alcázares nombra hija predilecta a Rosa del Carmen Albaladejo



Reunión de la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Roldan en su nuevo local



La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Cieza celebran una Chocolatada



Entregan casi 800 broches, para los comercios de Los Alcázares, realizados por el Baúl de la Sabiduría y la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Los Alcázares



LA MATERNIDAD, UNA BARRERA EN EL DESARROLLO LABORAL DE LAS MUJERES

“¿Conciliar en un país donde una guardería pública sólo abre hasta las 5:30? ¿Conciliar cuando te acoges a una ley que te hace diferente?”

“¿Qué sentido tiene tener hijos a los que no ves? ¡Jornada intensiva ya!”

Son algunos de los testimonios expresados en romper el muro de la conciliación creado por la asociación **Yo No Renuncio**. Esta acción busca dar salida y reflejar el malestar de la sociedad, y en concreto de las mujeres, en cuanto a la conciliación de la vida laboral y familiar.

La maternidad continúa siendo una barrera en el desarrollo laboral de las mujeres. Los roles y estereotipos de género que acompañan a las mujeres inciden en su acceso, permanencia y ascenso en el empleo. El rol de cuidadora tradicionalmente otorgado a las mujeres les obliga a elegir entre el desarrollo profesional y la maternidad. **Así, 6 de cada 10 mujeres renuncian a su carrera laboral para ser madres. De las que continúan, 3 de cada 4 ven afectada su vida laboral.**

Precisamente, las dificultades laborales a las que se enfrentan, ocasionan que renunciar a su carrera profesional sea la única salida. Sumado a todo esto, encontramos la reticencia de las empresas a la concesión de derechos y medidas relacionados con la conciliación y la corresponsabilidad. En estos casos la vía judicial supone una inversión de esfuerzo, tiempo y dinero que no todas pueden afrontar. Así, el coste de renunciar a su carrera profesional es menor.

Queda patente, de nuevo, que las mujeres tienen mayores cargas y dificultades a la hora de participar en diferentes ámbitos tradicionalmente reservados a los hombres, por lo que se hace necesaria la perspectiva de género para promover soluciones legislativas y sociales.



NUEVO INDICADOR DEL PARO: LAS MUJERES SOPORTAN EL 90% DEL COSTE SOCIAL DE DESEMPLEO



Actualmente en España, la **Tasa de desempleo es del 11,8% según datos de la EPA del tercer trimestre del año**. La Tasa de desempleo es una medición cuantitativa que mide el número de personas sin trabajo del total de la población activa.

La investigación que ha dado como resultado este indicador, muestra, además, como **las mujeres, que representan el 30% de las personas en desempleo, son quienes sufren el mayor impacto de las consecuencias de no tener trabajo**. La conclusión se centra en que las personas mujeres de más 45 años, que llevan 2 años en desempleo, con nivel educativo medio-bajo representan el 30% de las personas en paro. Sin embargo, soportan el 90% del coste social de desempleo.

El indicador se calcula a partir del coste social del desempleo que se establece con la suma del total de las rentas perdidas por todas las personas desempleadas. Para ello se analizan tres dimensiones: (1) Incidencia, número de personas en paro; (2) Severidad, duración media del desempleo y la renta perdida; (3) histéresis, probabilidad de que la persona en paro siga en situación de desempleo tras perder su trabajo.