



Recuerda que el cambio empieza
en nuestras manos.

REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 88

M A Y O 2 0 2 4

- El contenedor amarillo: no solo para plásticos
- Persiste el alza de precios del aceite de oliva a pesar de la reducción de costos en origen
- El declive de la industria de los juguetes en España
- ¿Sabes para qué sirven los números de tu tarjeta de crédito o débito?
- Los consumidores sénior dominan el consumo en España
- La unión europea dice adiós a los sobres de ketchup y otros envases de un solo uso
- El coste de una boda en España y cómo ahorrar en la celebración
- Entrevista: Anastasia Kouras, maquiladora profesional
- XXIII Certamen de Masas Corales de la Federación de Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios THADERCONSUMO en Cuevas de Reylo
- Actividades de las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- Detectando la violencia de género en jóvenes: señales que no debemos ignorar

EL CONTENEDOR AMARILLO: NO SOLO PARA PLÁSTICOS

En un 19,5% de los hogares recicladores españoles aún no se recicla siempre correctamente. El contenedor amarillo, mal llamado “el de plásticos”, es el que más dudas despierta. En este contenedor debemos arrojar los envases generados en los domicilios, es decir, envases de plástico como botellas de agua, de refresco, de suavizantes, bolsas de patatas fritas, envases de yogurt y bolsas de plástico. También se deben depositar envases metálicos como latas de refrescos, latas de conservas, tapas y tapones metálicos de frascos, así como envases tipo brik de leche, de zumo, de tomate frito, entre otros.

Adicionalmente, las bandejas y envoltorios de aluminio también deben ir al contenedor amarillo, aunque solo un 82,1% de los hogares recicladores lo sabe. Las bandejas de corcho blanco son depositadas correctamente por un 71,6% de los hogares y los sprays y aerosoles por un 69,7

Un error común, compartido por el 56,2% de los encuestados, es creer que los juguetes de plástico deben tirarse al contenedor amarillo. En realidad, estos deben llevarse a un punto limpio, junto a otros restos de plástico como mangueras, cepillos de dientes y cubos. Es fundamental que la ciudadanía esté bien informada para mejorar las prácticas de reciclaje y contribuir de manera efectiva al cuidado del medio ambiente.



Explicación sobre que hay que tirar y que no al contenedor amarillo.

Pincha en la imagen para ver el vídeo

PERSISTE EL ALZA DE PRECIOS DEL ACEITE DE OLIVA A PESAR DE LA REDUCCIÓN DE COSTOS EN ORIGEN

Aunque los costos de producción del aceite de oliva han disminuido, los precios al consumidor continúan elevados, un fenómeno que ha causado desconcierto entre los consumidores. El precio del aceite de oliva virgen extra se mantuvo en 13,45 euros el litro en abril, incluso cuando el precio pagado al agricultor bajó a 6,88 euros, mostrando una disminución notable desde enero. Esta situación se atribuye al "efecto dominó" y al "efecto stock", donde la acumulación de inventarios adquiridos a precios altos y la lenta traslación de las reducciones de precios a lo largo de la cadena de suministro impiden que los consumidores vean una disminución inmediata en los precios de los supermercados.



Expertos del sector alimentario señalan que las variaciones en los precios de origen entre diferentes productores y la anticipación de una buena cosecha para la próxima temporada, gracias a las lluvias de primavera, son factores que también juegan un papel importante. Las campañas recientes han sido desfavorables, con una producción significativamente menor en comparación con años anteriores, lo que ha contribuido a la presión sobre los precios. Sin embargo, existe optimismo de que, con una cosecha exitosa en octubre, los precios comiencen a estabilizarse.

Desde el punto de vista económico, se prevé que los precios al consumidor podrían empezar a disminuir a partir del tercer trimestre de este año, la mejora en las condiciones de producción y las reservas acumuladas podrían permitir una reducción en los precios hacia finales de año o principios de 2025, lo que sería una noticia alentadora para los consumidores.

EL DECLIVE DE LA INDUSTRIA DE LOS JUGUETES EN ESPAÑA

La industria de los juguetes en España enfrenta un período de declive, marcado por el cierre de importantes cadenas jugueteras y una reducción en las ventas que se sitúa en casi un 4% en comparación con el año anterior. **Este sector, altamente dependiente de la temporada navideña, ha visto cómo la inflación, la disminución del consumo, la baja tasa de natalidad y la predilección de los niños por las tecnologías digitales han disminuido sus ingresos.** Además, problemas como la falta de innovación y la competencia de productos de belleza en el mercado femenino joven, han contribuido a esta situación.

Otro desafío significativo para el sector es la competencia desleal de juguetes vendidos en línea que no cumplen con las normativas de seguridad, representando un peligro para los consumidores y una amenaza para los fabricantes legítimos. Estas ventas se suman a las dificultades causadas por las falsificaciones y las copias de productos.

“El mayor problema que tiene el sector es la cantidad de juguetes que se venden fundamentalmente en mercados online a través de terceros a precios muy económicos que, en su mayoría, no cumplen con la actual legislación de seguridad del juguete y en muchos casos son inseguros porque se desprenden piezas, son inflamables, contienen boro...”, denuncia la presidenta de la AEFJ. *“Además de poner en riesgo la seguridad suponen una competencia desleal. Esto unido al volumen de falsificaciones y copias que afectan a nuestro sector, que, según la EUIPO [Oficina de la Propiedad Intelectual de la Unión Europea, en su traducción al castellano], es del 12,3% de las ventas”*, añade.

El futuro del sector juguetero en España dependerá de su capacidad para atraer a nuevos consumidores, lanzar productos innovadores y reducir su dependencia de la temporada navideña. Aunque el contexto actual presenta numerosos retos, la industria tiene la oportunidad de reinventarse y adaptarse a las nuevas realidades del mercado para seguir siendo relevante en un mundo cada vez más digitalizado.



¿SABES PARA QUÉ SIRVEN LOS NÚMEROS DE TU TARJETA DE CRÉDITO O DÉBITO?

Los números en tu tarjeta de crédito o débito no son aleatorios; cada dígito tiene un propósito específico y está cuidadosamente diseñado para ofrecer información esencial sobre la tarjeta. En la mayoría de las tarjetas emitidas en España, encontrarás 16 cifras organizadas en el formato ABBB BBCC CCCC CCDD.



El primer grupo, representado por la letra 'A', identifica el esquema emisor o la industria bajo la cual opera la tarjeta, pudiendo ser desde aerolíneas hasta gobiernos. Las letras 'B' que siguen revelan el banco o entidad financiera que ofrece la tarjeta. Las letras 'C' son quizás las más personales, ya que representan el número de cuenta individual del titular de la tarjeta. Finalmente, la 'D' al final es el dígito de verificación, calculado mediante el algoritmo de Luhn, una fórmula de suma de verificación que asegura la validez de la tarjeta.

Además de estos números, es crucial prestar atención a otros datos impresos en la tarjeta como la fecha de caducidad y el código de verificación CVV, especialmente importante para transacciones en línea. Para aumentar la seguridad, algunas tarjetas ahora incluyen un CVV dinámico que cambia con cada transacción, lo que ayuda a proteger al usuario de posibles fraudes. Conocer el significado de estos números no solo es interesante, sino que también es fundamental para garantizar la seguridad en el manejo de nuestras finanzas personales.



LOS CONSUMIDORES SÉNIOR DOMINAN EL CONSUMO EN ESPAÑA

El informe "Segmentación de Familias: el Consumidor del Futuro" revela que los consumidores mayores de 50 años son responsables del 56% de las ventas en el sector de gran consumo en España durante 2023. Este grupo demográfico, que incluye 5,2 millones de familias con ingresos superiores a la media, muestra un gasto medio anual en la cesta de la compra de 3.409 euros, contrastando con las familias de menores ingresos, que, aunque menos numerosas, gastan más por término medio. Estas cifras subrayan la relevancia creciente de los consumidores sénior, quienes tienden a preferir productos frescos y tradicionales que promueven la salud.



El estudio también destaca que, a pesar de la inflación, este segmento se ha visto menos afectado en comparación con las familias con niños pequeños. Además, se observa que los hogares sénior gastan menos en compras online pero más en tiendas tradicionales y especializadas. Con España envejeciendo rápidamente, se prevé que la tendencia de un mercado dominado por consumidores mayores se intensifique, adaptándose a sus necesidades cambiantes y a su creciente impacto económico.

Este análisis proporciona una visión crucial para las empresas en el sector de FMCG (Fast Moving Consumer Goods), sugiriendo la necesidad de ajustar las estrategias de marketing y de producto para atender a este segmento demográfico en expansión.



Pincha en la imagen para ver el video

EL COSTE DE UNA BODA EN ESPAÑA Y CÓMO AHORRAR EN LA CELEBRACIÓN

Organizar una boda en España puede ser una tarea complicada y costosa, especialmente durante los meses favoritos de junio y julio. La media de una boda en 2023 ha aumentado un 6%, situándose entre 12.000 y 45.000 euros. Verónica Almodóvar, wedding planner de Eventos Multiverso, atribuye este aumento a la alta demanda y poca disponibilidad, elevando sus tarifas debido a la organización de más eventos.

El coste varía significativamente según la región; Asturias es la más cara con un coste medio por invitado de 267 euros, mientras que Murcia es la más económica con 134 euros. Los mayores gastos suelen ser el menú y la barra libre, con precios aproximados de 120 euros por menú y 50 euros por hora de barra libre por invitado. Otros gastos incluyen el vestido de novia y el traje del novio (600-1.800 euros), maquillaje y peluquería (120-300 euros), y complementos (400-800 euros).

A pesar de estos gastos, es posible ahorrar. Se recomienda establecer un presupuesto realista, abrir una cuenta específica para los gastos de la boda e ingresar una cantidad fija mensualmente. Revisar el presupuesto regularmente y hacer recortes en gastos grandes también es crucial. La planificación conjunta y la comunicación abierta sobre los objetivos de ahorro pueden ayudar a evitar problemas financieros y personales.



LA UNIÓN EUROPEA DICE ADIÓS A LOS SOBRES DE KÉTCHUP Y OTROS ENVASES DE UN SOLO USO

En un esfuerzo por combatir la creciente problemática de los residuos plásticos, la Unión Europea ha anunciado una nueva medida que prohibirá, dentro de seis años, todos los envases de un solo uso en supermercados, bares, restaurantes y hoteles. Este cambio radical también afectará a los sobres de ketchup, azúcar y minibotes de aseo personal, que dejarán de distribuirse en favor de alternativas más sostenibles.

La nueva regulación permitirá que los consumidores lleven sus propios recipientes para rellenar con los condimentos deseados, así como táperes para comida sobrante y tazas para café. Además, se promoverá la reutilización de envases en lugar de depender de opciones desechables, lo que incluye productos como envases para frutas y verduras frescas, alimentos y bebidas listos para consumir, y envases pequeños de higiene personal.

Además, la propuesta del Parlamento Europeo también prohíbe la venta de otros productos de un solo uso. Este es el listado completo de los artículos que desaparecerán:

- Los envases de frutas y verduras frescas sin procesar. Las clásicas bandejas de tomates o zanahorias, por ejemplo.
- Los alimentos y bebidas que no necesitan más elaboración y suelen consumirse en el propio envase, como una ensalada rápida.
- Las porciones individuales. Como son las monodosis, por ejemplo, de azúcar, de aceite o de salsas como el ketchup, mostaza o mayonesa.
- Los envases pequeños de higiene personal como los minibotes de gel o champú que se ofrecen en hoteles.
- Las bolsas de plástico muy ligeras, es decir, de 15 micras o menos.

Esta medida sigue a la prohibición de 2021 de varios productos plásticos desechables, y se suma a otros esfuerzos para reducir el residuo plástico en Europa, que en 2021 generó 84 millones de toneladas de basura. Con esta iniciativa, la UE busca reducir la producción de residuos de envases en un 15% para el año 2040, promoviendo prácticas más sostenibles en toda la región.

Anastasia es un ejemplo de dedicación y pasión en el mundo del maquillaje, demostrando que, con esfuerzo y perseverancia, se puede alcanzar el éxito en este arte

Aunque le apasionaba la parte artística del maquillaje, Anastasia decidió ampliar sus horizontes estudiando Bellas Artes. Esta etapa fue especialmente complicada para ella ya que debía compaginar sus estudios con el trabajo en dos ciudades diferentes. Sin embargo, el apoyo constante y los consejos de **Junior Cedeño** le permitieron equilibrar su formación universitaria con su carrera como maquilladora.

La pandemia de 2020 obligó a Anastasia a volver a Murcia, donde comenzó a trabajar como maquilladora freelance. Desde entonces, ha realizado trabajos de maquillaje para novias, invitados, spots publicitarios, teatro, bodypaint para embarazadas y cortometrajes, además de impartir clases de dibujo y pintura en la Galería Leucade.

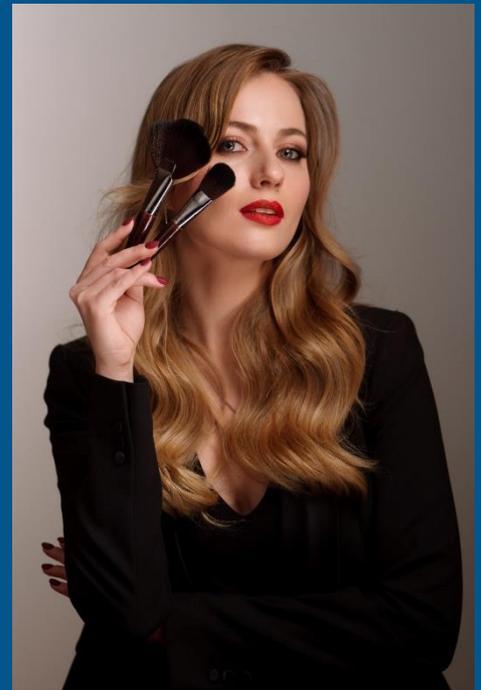
Anastasia se acercó al mundo del maquillaje inicialmente para ayudar económicamente a su familia, pero pronto descubrió que había encontrado su verdadera vocación. **Desde el primer momento que sostuvo un pincel, sintió una conexión especial, como si el pincel fuera una extensión de su propio cuerpo.** Esta pasión la llevó a explorar el maquillaje artístico, donde ve la piel como un lienzo delicado y vivo, similar al papel. *“Cada trazo debe ser preciso, ya que tanto la piel como el papel son difíciles de reparar si se dañan.”*

La maquilladora destaca la importancia de ser resolutiva, mantener la calma y mostrar comprensión en todo momento. Desde tranquilizar a una novia emocionada hasta solucionar problemas técnicos en un rodaje, cada día presenta nuevas pruebas.

La pandemia y la guerra en Ucrania han sido épocas difíciles para ella. Sin embargo, ha logrado adaptarse y continuar su carrera en un campo dominado mayoritariamente por hombres. A pesar de que las grandes marcas de maquillaje suelen tener nombres masculinos, Anastasia ha observado **un cambio positivo, con más mujeres maquilladoras ganando reconocimiento y más hombres utilizando maquillaje.**



Para Anastasia, el maquillaje es: *“una forma de expresión que trasciende el género. La profesión exige trabajo en equipo, autocontrol y la capacidad de transmitir tranquilidad y confianza.”* Nunca se aburre en su trabajo, ya que siempre hay algo nuevo que aprender. Mantenerse actualizada y participar en masterclasses le ayuda a recargar energías, inspirarse y estar al tanto de las últimas innovaciones en productos.



ANASTASIA KOURAS, MAQUILADORA PROFESIONAL

Anastasia Kouras es una inquieta artista de 29 años cuya trayectoria en el mundo del maquillaje comenzó a los 15 años cuando trabajaba como modelo.

Durante esa etapa, conoció a dos figuras que marcarían su carrera: **Junior Cedeño, Maquillador Internacional de Dior, y Aarón Blanco, Director de la escuela de maquillaje Aarón Blanco Make Up Studio.**

Inspirada por estos grandes artistas, Anastasia decidió formarse en el campo del maquillaje, inscribiéndose en la escuela de Aarón Blanco en Elche. A los seis meses de comenzar sus estudios, recibió una oferta para unirse al equipo de maquilladores de la escuela.



XXIII CERTAMEN DE MASAS CORALES DE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS THADERCONSUMO EN CUEVAS DE REYLLLO



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

LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE EL RAAL EN LA ROMERÍA DE SAN ISIDRO



LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ABARÁN EN EL SANTURIO DEL ORO EN LA SIERRA

LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE TOTANA EN LA JURA DE BANDERA



CHARLA DE CONSUMO EN LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CARTAGENA



DETECTANDO LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN JÓVENES: SEÑALES QUE NO DEBEMOS IGNORAR

La manera en que los adolescentes se relacionan ha cambiado drásticamente con la llegada de las redes sociales y las aplicaciones móviles. Si antes “el amigo o amiga” visitaba nuestras casas, ahora los jóvenes interactúan a través de likes, mensajes y seguidores en un universo digital que les resulta mucho más natural. Esta transición trae consigo nuevos desafíos, especialmente en la detección de violencia de género. Los adolescentes pueden quedar atrapados en relaciones tóxicas sin darse cuenta, ya que las redes sociales facilitan el control y el acoso de maneras antes impensables.

Los padres a menudo se sienten desorientados ante la omnipresencia de estas aplicaciones, preguntándose cómo monitorear y regular el uso que sus hijos hacen de ellas. Aunque las redes sociales no son intrínsecamente peligrosas, el mal uso de estas plataformas puede magnificar el daño en relaciones de pareja. Un chico que inicialmente parece cariñoso puede, poco a poco, comenzar a ejercer un control excesivo, pidiendo fotos, criticando la ropa, vigilando los likes y seguidores, e incluso geolocalizando y hackeando el móvil de la chica. Este tipo de comportamiento genera una atmósfera de inseguridad y desánimo que es difícil de manejar para las adolescentes.

Como padres, es crucial estar atentos a los cambios de comportamiento que puedan indicar que algo no va bien. Si una hija se muestra más nerviosa, irritable o triste, es fundamental hablar con ella, escuchar sus temores y ayudarla a identificar las contradicciones y abusos en su relación. Aunque la reacción inicial puede ser de rechazo, es esencial persistir y ofrecer apoyo constante. Finalmente, la decisión de alejarse de una relación tóxica será de la joven, pero nuestras palabras y acciones pueden ser el ancla que necesite para encontrar su camino hacia la seguridad y el bienestar.



LOS CAVI DE LA REGIÓN DE MURCIA ATENDIERON A MÁS DE 3.500 MUJERES ENTRE ENERO Y ABRIL DE 2024



Los Centros de Atención Especializada a Víctimas de Violencia de Género (CAVI) de la Región de Murcia atendieron a 3.592 mujeres y realizaron 16.555 intervenciones entre enero y abril de 2024. Además, el Centro de Atención a Víctimas de Violencia Sexual asistió a 410 mujeres y realizó 1.294 intervenciones. El Centro de Emergencia prestó servicios a 26 mujeres y 17 menores, y las casas de acogida atendieron a 42 mujeres y 13 menores.

Estos datos se presentaron en el Consejo asesor regional contra la Violencia hacia la Mujer, convocado por la Comunidad. El encuentro, presidido por la consejera de Política Social, Familias e Igualdad, Conchita Ruiz, buscó unificar criterios y sugerencias para coordinar los esfuerzos de los agentes implicados en la lucha contra la violencia de género y sexual.

Durante la reunión, se destacó la importancia de evaluar las acciones de las distintas áreas implicadas y se valoró positivamente la implementación de un Protocolo de coordinación interinstitucional en violencia sexual. Este protocolo será desarrollado por un grupo de trabajo coordinado por la Consejería de Política Social, e incluirá a representantes de diversos sectores, como la policía, fiscales, y profesionales de servicios sociales.

Además, se anunció una nueva convocatoria de subvenciones, dotada con 500.000 euros del Pacto de Estado contra la Violencia de Género, para entidades sin ánimo de lucro que trabajen en la prevención y atención a víctimas de violencia. También se planea la creación de un recurso residencial de media estancia especializado en salud mental para mujeres víctimas de violencia y sus hijos, financiado por el Fondo Social Europeo Plus.

La Región de Murcia cuenta actualmente con 15 casas de acogida, un Centro de Emergencia, un centro de atención 24 horas para víctimas de violencia sexual y una red de 23 CAVI distribuidos por toda la región.