



## LOS ESPAÑOLES REDUCEN LA COMPRA DE FRESCOS POR LA INFLACIÓN Y PRIORIZAN LOS PRODUCTOS MÁS BARATOS

Los consumidores españoles han reducido en 2022 la adquisición de productos frescos en su cesta de la compra debido a la importante subida de precio que han experimentado estos alimentos por el efecto de la inflación y en estos momentos priorizan las opciones más económicas frente a las de mayor coste.

En total, la fruta, verdura, pan, embutidos, carne, pescado fresco y huevos representaron un 43% del gasto anual en alimentación de los consumidores españoles el año pasado (frente al 41% del año anterior), lo que supone 35.625 millones de euros. De esta cantidad, el 36% corresponde a frutas y verduras, las categorías que concentran un mayor gasto dentro de la cesta de frescos de los españoles.

Es decir: compramos más chóped, patatas o naranjas que jamón, judías o kiwis debido a que son más económicos.

De esta forma, el 84,6% de los españoles reconoce que está reduciendo el consumo de pescado y marisco frescos. Por detrás aparecen la carne fresca (64,8%), frutas (30,9%), verduras y hortalizas (23,6%) y huevos (13,8%).

REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 99

NOVIEMBRE 2024

- Los españoles reducen la compra de frescos por la inflación y priorizan los productos más baratos
- Solidaridad con Valencia: THADERCONSUMO brinda ayuda a los afectados por la DANA
- ¿Es legal restringir el uso del baño a clientes en hostelería?
- Dos de cada diez hogares en España no mantienen una temperatura adecuada en invierno
- Reducción del IVA en panes especiales: impacto en los precios y beneficios para el consumidor
- Expediente de consumo a grandes plataformas por rebajas engañosas en el Black Friday
- Entrevista: Carol Méndez
- Las Amas de Casa de THADERCONSUMO se movilizan en apoyo a los afectados por la DANA
- Actividades de las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- Ayuda DANA: plataforma de asistencia a mayores afectados por la DANA
- Más de la mitad de las víctimas de ciberacoso escolar guardan silencio



**Pincha en la imagen** para participar en el **SORTEO** que hemos preparado en Instagram de nuestro Recetario Tradicional del Ama de Casa de la Región de Murcia.

**¡Sorteamos 3 libros cada viernes de noviembre!**



## SOLIDARIDAD CON VALENCIA: THADERCONSUMO BRINDA AYUDA A LOS AFECTADOS POR LA DANA

La reciente DANA que ha golpeado la Comunidad Valenciana ha dejado a su paso graves consecuencias, afectando viviendas, negocios y muchas familias que han visto interrumpida su vida diaria. Desde THADERCONSUMO nos solidarizamos profundamente con todos los afectados por esta situación, especialmente con nuestros vecinos de la Asociación de Amas de Casa y Consumidores TYRIUS, quienes también han sido impactados por esta crisis.

Desde nuestra federación ofrecemos todo el apoyo y asistencia necesaria para quienes necesiten ayuda en estos momentos difíciles. Estamos aquí para acompañar a aquellos que se han visto directamente perjudicados por las lluvias y ayudarles a resolver dudas o gestionar sus necesidades.

¿Cómo podemos ayudar desde THADERCONSUMO? Ponemos a disposición de todos los afectados nuestros servicios de asesoramiento y orientación. Nuestro equipo está preparado para atender consultas sobre posibles indemnizaciones, apoyo en trámites administrativos o cualquier otra cuestión que los afectados puedan necesitar. Podéis contactarnos a través de nuestro correo electrónico: [oficinavirtual@thader.org](mailto:oficinavirtual@thader.org) o llamando a nuestra línea de atención directa al teléfono **968 20 32 46**.

Por su parte, **TYRIUS** también ha dispuesto su canal de atención al público en el número **963 51 59 93**, donde su equipo ofrecerá el apoyo necesario.

En estos momentos, la unión y la solidaridad son esenciales. Desde THADERCONSUMO reafirmamos nuestro compromiso de brindar todo el respaldo posible a quienes lo necesitan y colaborar con TYRIUS para superar esta difícil situación.



Tyrius

Estamos con Vosotros

**Desde Tyrius,  
enviamos todo nuestro  
apoyo a las personas  
afectadas por la  
reciente DANA**

 **963515993**



## SOLIDARIDAD CON VALENCIA:

THADERCONSUMO BRINDA **AYUDA GRATUITA** A LOS AFECTADOS POR LA DANA DESDE NUESTRA OFICINA

 [oficinavirtual@thader.org](mailto:oficinavirtual@thader.org)  
 **968 20 32 46**



Si necesitas orientación, resolver dudas o gestionar cualquier trámite, no dudes en contactarnos.

**Nuestro equipo está listo para ayudarte.**





## ¿ES LEGAL RESTRINGIR EL USO DEL BAÑO A CLIENTES EN HOSTELERÍA?

*En España, es común encontrar en bares y restaurantes carteles que indican "El baño es de uso exclusivo para clientes". Esta práctica lleva a algunos a comprar una bebida o un snack solo para tener acceso al baño. Otros incluso fingen ser clientes. Sin embargo, ¿es realmente legal que se restrinja el acceso al baño solo a quienes consumen?*

Existen leyes y decretos que regulan las condiciones sanitarias de los establecimientos de hostelería, como el **Real Decreto 3484/2000**, que establece las normas higiénico-sanitarias que deben cumplir estos espacios. Este decreto, sin embargo, no especifica si los baños deben estar disponibles para personas que no sean clientes. De manera similar, el **Real Decreto 39/2010 regula el acceso a espacios públicos en general, sin incluir normas directas para los baños en locales de hostelería.**

Negar el uso del baño a personas no clientes podría considerarse una forma de discriminación indirecta. Esta interpretación adquiere relevancia en situaciones en las que el acceso al baño resulta necesario, como en el caso de personas con necesidades especiales, turistas, mujeres embarazadas, personas mayores, o aquellas con enfermedades crónicas.

**Aunque la decisión final sobre el acceso al baño recae en el propietario del local, los establecimientos deben considerar situaciones excepcionales que puedan justificar el uso del baño sin que sea necesario realizar una compra.**

Según la **Ley de Igualdad de Trato y No Discriminación**, es posible argumentar que negar el uso del baño a personas no clientes puede ser contrario a este principio.

Facilitar el acceso en casos específicos puede mejorar la percepción del público hacia el establecimiento, al tiempo que se evita la exclusión y se responde a una necesidad básica en determinadas circunstancias. Esta flexibilidad podría mejorar la imagen del negocio y demostrar sensibilidad social ante casos de necesidad puntual.

## DOS DE CADA DIEZ HOGARES EN ESPAÑA NO MANTIENEN UNA TEMPERATURA ADECUADA EN INVIERNO

En España, el 20,7% de los hogares no pudo mantener una temperatura confortable en invierno en 2023, según el informe de pobreza energética de la Universidad Pontificia Comillas. A pesar de las medidas del Gobierno, como la reducción del IVA y los bonos sociales eléctricos y térmicos, casi el 10% de los españoles tuvo retrasos en el pago de facturas energéticas. Este porcentaje es similar al de 2021, gracias a la protección contra cortes de suministro vigente para beneficiarios del bono social.

José Carlos Romero, coordinador de la Cátedra de Energía y Pobreza, destaca que, aunque estos apoyos previenen cortes de luz, es crucial mantenerlos debido a la vulnerabilidad de muchos hogares. Sin ellos, la pobreza energética sería mayor, reflejando la dificultad para asegurar un acceso asequible a la energía.

El informe también revela que el gasto desproporcionado, que afecta a hogares que destinan el doble de la media nacional en energía, alcanzó el 17% en 2023, el nivel más alto registrado. Asimismo, la pobreza energética oculta afecta a un 28,6% de los hogares, que reduce su consumo por no poder costearlo.

Las comunidades más afectadas por la pobreza energética severa, donde el gasto está muy por debajo de las necesidades, son Extremadura (26,5%), Castilla-La Mancha y Castilla y León, debido a las duras condiciones climáticas, viviendas de baja eficiencia y menores ingresos.





## REDUCCIÓN DEL IVA EN PANES ESPECIALES: IMPACTO EN LOS PRECIOS Y BENEFICIOS PARA EL CONSUMIDOR

El Tribunal Supremo ha establecido que los panes “especiales” deben beneficiarse del tipo de IVA superreducido del 2%, igual que el pan común. Esta decisión, que estará vigente hasta el 31 de diciembre, trata de reducir del 10% al 2% para una amplia variedad de panes especiales, como los multicereales, de Viena, biscotes, pan de molde y colines. La medida responde a la necesidad de aplicar un trato fiscal uniforme a los bienes de primera necesidad, en sintonía con la normativa europea, y se espera que la rebaja tenga un impacto positivo en los precios de estos productos, facilitando el ahorro para el consumidor medio.

La sentencia establece que el concepto de “pan especial” no es suficiente para justificar un tipo de IVA distinto al del pan común. A juicio del tribunal, ingredientes adicionales, como harinas de diferentes granos o semillas, o métodos de elaboración como el horneado en molde o el rallado, no son perceptibles para el consumidor medio y, por tanto, no deben conllevar una fiscalidad diferente. Así, una barra de pan especial que hoy cuesta dos euros podría bajar unos 15 céntimos, dado que el 10% de IVA representa 20 céntimos, mientras que el 2% equivaldría a solo 4 céntimos.

Para la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Supremo, la diferencia de ingredientes en los panes especiales no supone un cambio suficiente que justifique un IVA superior. **Por tanto, el tribunal determina que no hay una distinción fiscal clara en la normativa del IVA para estos panes y que, en ausencia de una diferencia perceptible, el tipo reducido debe aplicarse a todos.**

## EXPEDIENTE DE CONSUMO A GRANDES PLATAFORMAS POR REBAJAS ENGAÑOSAS EN EL BLACK FRIDAY

El Ministerio de Derechos Sociales y Consumo abrió en noviembre de 2023 expedientes sancionadores a varias grandes plataformas de comercio electrónico, acusándolas de prácticas engañosas durante la campaña de Black Friday. Esta festividad, que busca impulsar las ventas a través de grandes descuentos el cuarto viernes de noviembre, se habría visto manipulada por algunos operadores que inflaron los precios de productos para luego “rebajarlos” al precio original, creando una falsa ilusión de ahorro.

Durante la investigación de Consumo, se constató que, **entre el 15 y 20 de noviembre, algunas plataformas subieron los precios de productos estratégicos, como un televisor cuyo precio pasó de 526,99 a 629,99 euros el 20 de noviembre. Con el inicio del Black Friday, el precio volvió a bajar a los 526,99 euros, haciendo creer a los compradores en un descuento de 103 euros que en realidad nunca existió.** Este tipo de práctica infringe el artículo 20 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, que exige reflejar el “precio anterior” real, es decir, el precio más bajo de los 30 días anteriores.

El Ministerio, utilizando la herramienta de la Comisión Europea “Price Reduction Tool”, monitoreó a diario 1.140 productos para identificar estos casos. Las plataformas sancionadas ofrecen una gran variedad de productos, desde tecnología y electrodomésticos hasta cosmética y artículos deportivos, lo que amplifica el impacto de estas prácticas en el mercado. Consumo ha abierto expedientes a dos operadores y sigue investigando otras plataformas sospechosas.

Las sanciones por estas prácticas podrían llegar hasta los 100.000 euros por infracción o multiplicarse hasta seis veces el beneficio ilícito obtenido. Sin embargo, la apertura de estos expedientes no prejuzga el resultado final de la investigación. Durante el período de investigación, el Ministerio de Consumo evaluará el cumplimiento normativo y dictará la resolución final para cada operador involucrado. Esta actuación busca proteger a los consumidores y garantizar la transparencia en campañas de descuentos que, en muchos casos, resultan clave para la economía de las familias.



## "ES MUY COMPLICADO Y AGOTADOR, PERO HAY QUE LUCHAR POR LOS SUEÑOS Y, AUNQUE CUESTE, HAY QUE PERSEGUIRLOS"

Su interés por crear contenido en Instagram surgió durante su primer embarazo. Aunque siempre había sentido atracción por el mundo digital, fue en ese momento cuando decidió lanzarse a hablar a través de la pantalla, explorando temas de familia y maternidad. *"Lo más importante para mí es transmitir la unión familiar, el respeto, el amor y el tiempo juntos"*, explica Carol, subrayando la importancia de valores auténticos en sus publicaciones.

Equilibrar la vida familiar y la creación de contenido no es tarea sencilla para Carol, quien reconoce que el camino es *"es muy complicado y agotador, pero al final, hay que luchar por los sueños, y aunque cueste, hay que perseguirlos"*. Sin embargo, su motivación por perseguir sus sueños la mantiene en marcha. Aprovecha las mañanas para grabar contenido y organizar su agenda, mientras que las tardes están dedicadas a su familia, contando con el apoyo de su pareja para atender a los niños si surge alguna tarea de última hora.

Carol afronta la presión de las expectativas de sus seguidores con serenidad y transparencia, procurando ser fiel a sus valores personales. *"Soy fiel a mis principios, aunque eso no guste a todos"*, afirma, dejando claro que solo colabora con marcas que realmente encajan con su estilo de vida.

**¿Qué consejos darías a alguien que desea comenzar una cuenta similar a la tuya en redes sociales?**

*Que sean ellos mismos, que se muestren en redes tal cual son, que la transparencia y lo real se valora mucho en redes, pero sobre todo que dejen un margen entre su vida personal y lo que expongan, tampoco es bueno que tus seguidores vean al 100% cómo es tu vida...pero sobre todo que disfruten haciendo el contenido y que se pongan unas metas para ir mejorando.*



### CAROL MÉNDEZ: CREADORA DE CONTENIDO DE LIFESTYLE Y FAMILIA

Carol Méndez, nacida en Lorca y residente en la costa de Águilas desde hace seis años, es una mujer que ha encontrado en el mundo de las redes sociales una plataforma para compartir su vida familiar y estilo de vida. Con 30 años y madre de dos hijos, comenzó su aventura en Instagram hace cinco años, motivada por la maternidad y el deseo de encontrar su espacio en la red. Desde entonces, ha cultivado una comunidad en torno a su visión de la familia, el hogar y los valores que considera fundamentales.

**Para Carol, Instagram es un espacio donde la transparencia y la autenticidad no solo se valoran, sino que permiten conectar con una audiencia que comparte y aprecia los mismos principios.**



## LAS AMAS DE CASA DE TODA LA REGIÓN DE MURCIA SE MOVILIZAN EN APOYO A LOS AFECTADOS POR LA DANA

Las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios integradas en la Federación THADERCONSUMO han iniciado una campaña para ayudar a los damnificados por la reciente DANA que ha afectado a la Comunidad Valenciana. A través de diversas acciones solidarias, las asociaciones están trabajando activamente para apoyar a las familias afectadas, proporcionando donaciones y asistencia en la organización de recursos básicos. Asociaciones como la de Torre Pacheco y Santomera han colaborado con la causa para ofrecer ayuda en estos momentos difíciles, mostrando una vez más su compromiso y solidaridad con el resto de España. Otras muchas asociaciones han engrosado la ayuda a través de otras organizaciones gubernamentales.

### LAS AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE TORRE PACHECO COLABORANDO EN LA RECOGIDA DE ALIMENTOS PARA VALENCIA



### LAS AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE SANTOMERA COLABORANDO EN LA RECOGIDA DE ALIMENTOS PARA VALENCIA



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

### LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDRES Y USUARIOS DE ÁGUILAS VIAJAN A ORIHUELA



### NOMBRAN COMO HIJA ADOPTIVA DE LA LEAL Y NOBLE CIUDAD DE TOTANA A JULIANA DE LA PEÑA GARCÍA

### LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDRES Y USUARIOS DE SANTOMERA EN LA JORNADA AGRO



### LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDRES Y USUARIOS DE CUEVAS DE REYLLO CELEBRA SU 26 ANIVERSARIO



# LA POBREZA INFANTIL EN LA REGIÓN DE MURCIA SUPERA CUATRO PUNTOS LA MEDIA NACIONAL

La pobreza infantil alcanza en la Región de Murcia índices que superan la media española. En nuestra comunidad el porcentaje supera el 38% mientras que en el resto del país está cuatro puntos por debajo. Una situación muy preocupante, según la plataforma de la infancia, que observa que en la Región la pobreza infantil se debe más a la falta de ingresos familiares que a la carencia de material o de alimentos.

Es decir, en la Región de Murcia, este año, los datos que ha recopilado el Instituto Nacional de Estadística y que ha analizado la Plataforma de la Infancia, demuestran que el porcentaje de niños en riesgo de pobreza sigue en aumento, pero, sin embargo, mejoran en índices materiales como la posibilidad de comer de forma correcta o disponer de un ordenador.

Es la Tasa AROPE, que sitúa a la Región de Murcia la cuarta por la cola, ya que sólo registran mayores porcentajes de pobreza infantil Andalucía, Comunidad Valenciana y Extremadura. Para Ibarra, son datos muy preocupantes, que reflejan que en nuestro país más de 2.000.000 de niños y niñas viven en situación de pobreza, algo que también nos coloca a la cola con respecto a Europa.

La tasa AROPE (porcentaje de personas en riesgo de pobreza y exclusión) entre niños y adolescentes aumentó en 2023 en la comunidad murciana 2,6 puntos porcentuales, el cuarto menor incremento nacional por regiones.

Este indicador subió también en Baleares (8,1 puntos), Comunidad Valenciana (7,9) Cantabria (4,1), Andalucía (3,8), Aragón (3,6), La Rioja (3,4), Extremadura (2,6), Navarra (1,5) y Galicia (0,9), mientras que se redujo en Canarias (4 puntos porcentuales menos), Castilla-La Mancha (3,6), Asturias (3), Murcia (2,6), Castilla y León (1,3), Madrid (1) y País Vasco (1).

"No todas las comunidades autónomas van al mismo ritmo y no tienen las mismas problemáticas", ha señalado este lunes Eva García, autora del análisis de la encuesta de condiciones de vida con enfoque de infancia de 2024, elaborado por la Plataforma de Infancia.



**JORNADA DÍA MUNDIAL DE LA INFANCIA**  
19 de noviembre de 2024

Salón de actos del Consejo Económico y Social de la Región de Murcia  
Planta baja. C/ Alcalde Gaspar de la Peña 1, 30004 Murcia

En directo YouTube: [https://youtube.com/live/E-Tal\\_p\\_YGik](https://youtube.com/live/E-Tal_p_YGik)

**09:30 RECEPCIÓN**

**10:00 APERTURA INSTITUCIONAL**  
Concepción Ruiz Caballero  
Consejera de Política Social, Familia e Igualdad

José Antonio Cobacho Gómez  
Presidente del Consejo Económico y Social de la Región de Murcia

**10:20 PRESENTACIÓN DEL INFORME DEL CES DE ESPAÑA: DERECHOS, CALIDAD DE VIDA Y ATENCIÓN A LA INFANCIA**  
Antón Costas Comesaña  
Presidente del Consejo Económico y Social de España

**10:55 PONENCIA**  
Retos y oportunidades para garantizar los derechos de la infancia  
Ricardo Ibarra Roca  
Director de la Plataforma de Infancia de España

**11:30 PAUSA - CAFÉ**

**12:00 MESA REDONDA**  
Proyecto de Ley de Infancia en la Región de Murcia

Carolina Olivares Serrano Presidenta de UNICEF Comité Murcia	Raquel Jiménez Martos Directora del Área de Desarrollo Corporativo de Fundación Diagrama Intervención Psicosocial	Begoña Castellanos Sanz Dirección General de Familias, Infancia y Conciliación de la CARM
--	---	--

Moderador: Pedro Martínez López  
Consejero del CESRM del Grupo III y Presidente del CERMI

**12:45 CLAUSURA**  
María Luisa Lozano Semitell  
Directora General de Familias, Infancia y Conciliación CARM

 

## MÁS DE LA MITAD DE LAS VÍCTIMAS DE CIBERACOSO ESCOLAR GUARDAN SILENCIO



Según el estudio de la Fundación ColaCao y la Universidad Complutense de Madrid, un 55% de las víctimas de ciberbullying no comparte su experiencia con nadie. Esta cifra supera al acoso presencial, donde el 38% guarda silencio. El estudio, presentado en el Día Internacional Contra la Violencia y el Acoso en la Escuela, alerta sobre la gravedad de este silencio, que impide detectar y abordar los casos a tiempo.

Entre quienes sí hablan, los amigos (78%) y los padres (68%) son los principales apoyos. La investigación destaca también la relación entre el ciberacoso y la salud mental: uno de cada cuatro agresores y uno de cada cinco víctimas ha considerado el suicidio. Estos datos subrayan la necesidad de estrategias preventivas y apoyo emocional para afectados y agresores.