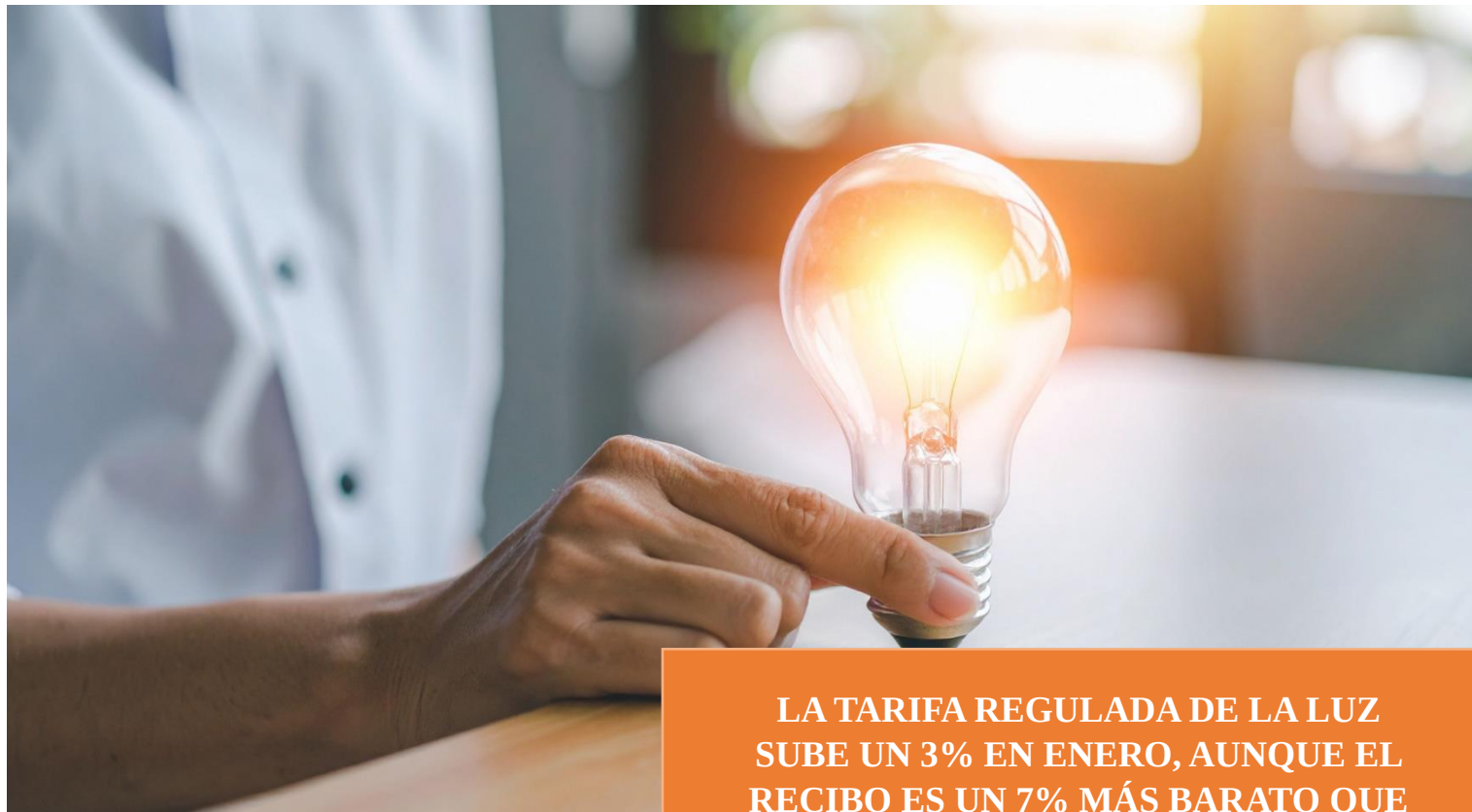




REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 129

FEBRERO 2026

- La tarifa regulada de la luz sube un 3% en enero, aunque el recibo es un 7% más barato que hace un año
- Las rebajas de invierno animan las compras con más transacciones, pero el gasto medio baja ligeramente
- El gerente de una empresa defiende que la subida de precios antes de las rebajas no fue deliberada tras recibir multa de consumo
- Crecen los fraudes telefónicos con numeraciones 807: llamadas que pueden costar hasta 50 €
- La DGT pone en marcha el registro obligatorio para patinetes eléctricos y exige seguro para circular
- Qué efectos tiene en el cuerpo comer alimentos enriquecidos con proteína y qué debes saber antes de comprarlos
- Expertos piden regular los ultraprocesados como el tabaco por su diseño para fomentar el consumo compulsivo
- Entrevista: Ascensión Aparicio León
- Actividades de las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- El cáncer, un gran enemigo de la longevidad: factores de riesgo principales y qué hacer
- Seguridad social alerta sobre correos falsos que buscan estafar a la población

LA TARIFA REGULADA DE LA LUZ SUBE UN 3% EN ENERO, AUNQUE EL RECIBO ES UN 7% MÁS BARATO QUE HACE UN AÑO

La tarifa regulada de la electricidad en España, conocida como Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC), ha registrado un incremento del 3 % en enero de 2026 respecto a diciembre, situando la factura media de un hogar tipo en torno a 52,50 €.

A pesar de este repunte mensual, el recibo continúa siendo más económico que en enero de 2025, con un 7 % menos de coste frente a los aproximadamente 56,40 € del mismo mes del año pasado.

La subida representa el segundo aumento consecutivo tras varias oscilaciones durante 2025, donde se alternaron descensos y alzas significativas motivadas por la evolución de los precios mayoristas y otros factores del mercado.

Según los datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la tendencia de la factura está marcada por la volatilidad de los precios mayoristas y por los ajustes en los cargos regulados que conforman el recibo eléctrico.



Pincha en la imagen para ver el video.

En THADERCONSUMO te ayudamos... ¡y totalmente GRATIS!

Tú solo tienes que contarnos tu caso, nosotras nos encargamos de todo lo demás.

LAS REBAJAS DE INVIERNO ANIMAN LAS COMPRAS CON MÁS TRANSACCIONES, PERO EL GASTO MEDIO BAJA LIGERAMENTE

El periodo de rebajas de invierno ha dinamizado la actividad comercial en España, impulsando el número de transacciones tanto en tiendas físicas como en comercio electrónico, aunque con una moderación en el gasto medio por compra. Las operaciones durante las rebajas han aumentado un 5,5 % en comparación con el mismo periodo del año anterior, y un 12,31 % respecto a una semana normal del resto del año, lo que evidencia el efecto de los descuentos en la decisión de compra de los consumidores.

Sin embargo, pese a este mayor volumen de compras, el ticket medio se ha reducido ligeramente, situándose en 40,55 € frente a los 41,16 € de las rebajas de 2025, lo que indica que los compradores están distribuyendo su gasto en más operaciones, pero con desembolsos individuales menores. El volumen total procesado por los medios de pago, por su parte, ha crecido casi un 4 % interanual, subrayando el dinamismo comercial de estas semanas.

Los expertos señalan que esta tendencia responde a un perfil de consumidor más activo y sensible al precio, que aprovecha las ofertas para realizar compras frecuentes sin elevar en exceso el gasto por operación.

También se observa un cambio en los patrones de consumo respecto a años anteriores, con una mayor integración entre canales físicos y digitales que facilita las transacciones.

En conjunto, las rebajas de invierno están cumpliendo su función tradicional de estimular la actividad comercial en los primeros meses del año, aunque reflejan la cautela de las familias a la hora de destinar grandes sumas a una sola compra.



EL GERENTE DE UNA EMPRESA DEFIENDE QUE LA SUBIDA DE PRECIOS ANTES DE LAS REBAJAS NO FUE DELIBERADA TRAS RECIBIR MULTA DE CONSUMO

El Ministerio de Consumo ha impuesto una sanción de 100.000 euros a una empresa por inflar los precios de algunos de sus productos en los días previos a las rebajas para, posteriormente, aplicar descuentos que no eran reales. La práctica, considerada una infracción grave de la normativa de protección al consumidor, y el gerente de la compañía defendió su actuación y negó que existiera intención de engañar.

“No era intencionado ni mucho menos”, aseguró el responsable de la empresa, quien explicó que la gestión de un catálogo con miles de referencias puede provocar errores puntuales en los precios, especialmente cuando se realizan cambios masivos a través de sistemas informáticos. Según su versión, algunas de las subidas detectadas fueron mínimas y no respondían a una estrategia deliberada para falsear descuentos.



La sanción se enmarca dentro de una campaña de control impulsada por Consumo para combatir las llamadas ‘**falsas rebajas**’, una práctica que consiste en elevar el precio de un producto poco antes de un periodo promocional para simular después una oferta atractiva. La legislación vigente obliga a que cualquier descuento tome como referencia el precio más bajo aplicado en los 30 días anteriores, una norma pensada para garantizar transparencia y evitar el engaño al consumidor.

El gerente también señaló que la empresa ha recurrido la multa por considerarla desproporcionada y defendió que muchos de los productos señalados apenas se vendieron antes de las rebajas, lo que, a su juicio, demuestra que no hubo un perjuicio real a los clientes.

Pese a estas explicaciones, desde Consumo insisten en que el simple hecho de alterar los precios antes de una promoción vulnera la ley y mina la confianza de los consumidores. Las autoridades recuerdan que este tipo de prácticas son especialmente sensibles en periodos como las rebajas, cuando muchos ciudadanos planifican sus compras confiando en la veracidad de los descuentos anunciados.



CRECEN LOS FRAUDES TELÉFONICOS CON NUMERACIONES 807: LLAMADAS QUE PUEDEN COSTAR HASTA 50 €

Los fraudes telefónicos vinculados a numeraciones de tarificación adicional 807 están aumentando en España y ya se han convertido en una de las principales causas de reclamaciones por cargos inesperados en la factura del teléfono. Estas llamadas pueden suponer un coste de hasta 50 euros, especialmente cuando se prolongan durante varios minutos sin que el usuario sea plenamente consciente del precio real del servicio.

El engaño suele comenzar en internet. Muchos usuarios buscan en Google teléfonos de atención al cliente de empresas de suministros, aerolíneas, bancos o plataformas digitales y acceden a anuncios patrocinados que aparentan ser números oficiales. Aunque en un primer momento se muestra una numeración aparentemente normal, la llamada termina siendo redirigida a un 807, que no está incluido en las tarifas planas y tiene un precio muy elevado por minuto.

Estas numeraciones están legalmente autorizadas para ofrecer servicios profesionales o de información especializada, pero su uso se ha desvirtuado en numerosos casos, utilizándose como falsos teléfonos de atención al cliente.

El resultado es que muchos consumidores solo descubren el fraude cuando reciben la factura y detectan cargos desproporcionados por una simple consulta.

Ante esta situación, se está reclamando un mayor control sobre el uso de estos números y una vigilancia más estricta de los anuncios que aparecen en buscadores. También se insiste en la necesidad de reforzar la información al consumidor antes de realizar la llamada, dejando claro el coste total del servicio.

Como medida de prevención, los expertos recomiendan comprobar siempre los canales oficiales de las empresas, desconfiar de enlaces patrocinados y, en caso de duda, evitar llamar a números que empiecen por 807

LA DGT PONE EN MARCHA EL REGISTRO OBLIGATORIO PARA PATINETES ELÉCTRICOS Y EXIGE SEGURO PARA CIRCULAR

La Dirección General de Tráfico (DGT) ha aprobado e iniciado la implementación del Registro Nacional de Vehículos Personales Ligeros (VMP), una medida que marca un antes y un después en la regulación de los patinetes eléctricos y otros vehículos de movilidad personal en España. Este registro, impulsado por la Ley 5/2025, es el paso previo necesario para aplicar la obligación de contratar un seguro de responsabilidad civil para poder circular con estos vehículos, reforzando la seguridad vial en entornos urbanos.

El nuevo registro permitirá a los propietarios inscribir sus patinetes eléctricos y obtener un certificado digital con una etiqueta identificativa que deberá colocarse en el vehículo. La inscripción se puede realizar de forma telemática a través de la sede electrónica de la DGT y también se ofrece asistencia a través del teléfono 060 para quienes necesiten ayuda durante el proceso.



Una vez registrados, los propietarios podrán contratar el seguro obligatorio que exige la normativa, que busca ofrecer mayor protección tanto a los usuarios como al resto de agentes de la vía.

Las sanciones por circular sin seguro o sin la inscripción requerida pueden oscilar entre los 250 y los 800 euros, dependiendo de si el patinete se considera un vehículo personal ligero o un vehículo de motor, reforzando así el cumplimiento de la nueva regulación.

Una vez registrados, los propietarios podrán contratar el seguro obligatorio que exige la normativa, que busca ofrecer mayor protección tanto a los usuarios como al resto de agentes de la vía.

QUÉ EFECTOS TIENE EN EL CUERPO COMER ALIMENTOS ENRIQUECIDOS CON PROTEÍNA Y QUÉ DEBES SABER ANTES DE COMPRARLOS



Según expertos en nutrición, estos productos —como yogures proteicos, barras energéticas o bebidas enriquecidas— pueden aportar beneficios, especialmente en casos específicos, pero no son una panacea para todos los consumidores.

Los alimentos enriquecidos con proteína están diseñados para incrementar la ingesta de este macronutriente sin añadir demasiadas calorías, algo que puede ser útil para personas con necesidades elevadas de proteínas, como deportistas, personas mayores con riesgo de sarcopenia o quienes buscan preservar masa muscular durante dietas hipocalóricas. En estos casos, consumir productos proteicos puede ayudar a mejorar la recuperación muscular, la saciedad y el mantenimiento de la masa magra.

Sin embargo, los profesionales advierten que incluir estos alimentos de forma excesiva o sin una necesidad real puede tener efectos indeseados. Un consumo elevado de proteína —más allá de lo que el cuerpo necesita— no se traduce automáticamente en más beneficios y, en algunos casos, puede suponer una sobrecarga para los riñones, especialmente en personas con problemas renales, y provocar malestar digestivo, hinchazón o desequilibrio en otros nutrientes si sustituye a alimentos completos y variados.

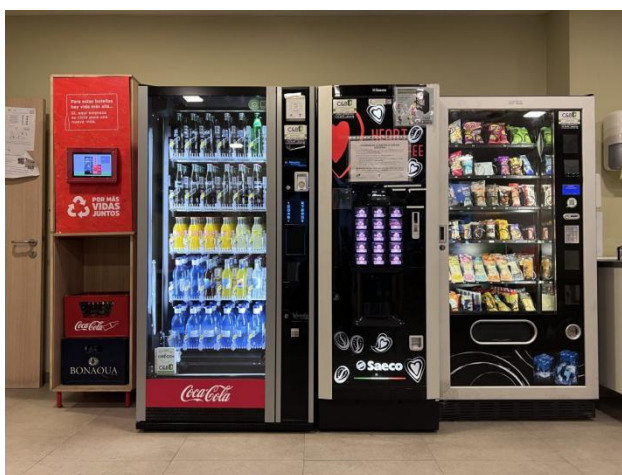
Además, muchos productos enriquecidos pueden contener azúcares añadidos, grasas o aditivos para mejorar sabor y textura, **por lo que leer las etiquetas y comparar ingredientes es fundamental.** Los nutricionistas recomiendan que estos alimentos se integren dentro de una dieta equilibrada, priorizando fuentes naturales de proteína —como legumbres, huevos, pescado, carnes blancas o frutos secos— y usando los productos enriquecidos de forma complementaria cuando realmente aporten valor nutricional según las necesidades individuales.

EXPERTOS PIDEN REGULAR LOS ULTRAPROCESADOS COMO EL TABACO POR SU DISEÑO PARA FOMENTAR EL CONSUMO COMPULSIVO

Un estudio publicado recientemente en la revista *Milbank Quarterly* recomienda que los alimentos ultraprocesados — como refrescos, bollería industrial, snacks y productos altamente manufacturados— sean regulados de forma similar a los cigarrillos debido a sus efectos y mecanismos de consumo compulsivo. Los investigadores, de universidades de Estados Unidos, señalan que estos productos están diseñados para maximizar el consumo y activar los circuitos de recompensa del cerebro, lo que se asemeja a la forma en que el tabaco se ha comercializado históricamente.

El informe resalta que, además de los daños para la salud asociados con su consumo excesivo, las estrategias de producción y de marketing de la industria alimentaria comparten similitudes con las empleadas por la industria del tabaco, incluyendo mensajes publicitarios que resaltan supuestos beneficios engañosos (como etiquetas “bajo en grasa” o “sin azúcar”), pese a que no reducen el daño real del producto.

Entre las medidas propuestas por los autores figura aplicar restricciones publicitarias, intervenciones estructurales y acciones legales contra prácticas dañinas, con el objetivo de abordar no solo la responsabilidad individual del consumidor sino también el papel de la industria en la configuración del entorno alimentario.



Aunque algunos expertos llaman a la cautela y subrayan que aún se necesita más evidencia para equiparar farmacológicamente la adicción a ultraprocesados con la del tabaco, el debate pone de manifiesto la creciente preocupación por el impacto de estos alimentos en la salud pública y la necesidad de considerar políticas que protejan mejor a la población frente a sus riesgos.

ALMALEON, JOYAS QUE CUENTAN HISTORIAS DESDE LA ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA

ALMALEON defiende una artesanía contemporánea y sostenible, incorporando materiales poco habituales en joyería como el metacrilato o la piedra natural. El primero le ofrece libertad creativa, ligereza y la posibilidad de trabajar con color, transparencias y volúmenes llamativos sin renunciar a la comodidad. La piedra natural, en cambio, aporta conexión con la naturaleza y singularidad, ya que cada fragmento es irrepetible. La combinación de ambos materiales refleja su visión: tradición, innovación y sostenibilidad conviviendo en equilibrio.



En sus creaciones no existen dos piezas iguales. Ascensión reivindica la belleza imperfecta como símbolo de autenticidad, inspirándose en la filosofía japonesa wabi-sabi. “La singularidad es, en sí misma, una forma de belleza”, una idea que impregna colecciones como Kanzashi y que conecta directamente con la mujer que elige sus joyas: consciente, libre y comprometida con un consumo responsable.

Para ella, una joya ALMALEON no es solo estética, sino una forma de expresión personal. “No concibo la joyería únicamente como un adorno, sino como una extensión de la identidad”, afirma. Sus piezas buscan transmitir seguridad, sensibilidad y libertad, recordando que la belleza puede ser llamativa, ligera y profundamente significativa al mismo tiempo.



ASCENSIÓN APARICIO LEÓN Y LA BELLEZA IMPERFECTA COMO FORMA DE IDENTIDAD

Ascensión Aparicio León es la creadora de ALMALEON, una firma de joyería artesanal que nace de la unión entre diseño, narrativa y sensibilidad artística. Desde 2016, desarrolla de manera íntegra todo el proceso creativo de cada pieza, desde el primer boceto hasta el ensamblaje final. Su trayectoria está marcada por una profunda conexión con el arte y la necesidad de transformar experiencias, tradiciones y referencias culturales en joyas contemporáneas pensadas para quienes buscan llevar algo más que un complemento.

El origen de la marca surge en un momento vital de cambio, vivido como una mezcla de vértigo y entusiasmo. Lejos de una decisión impulsiva, la creación de ALMALEON fue el resultado de un proceso de maduración personal y profesional. Apostar por emprender en solitario le permitió construir una marca coherente con sus valores, sus tiempos y su forma de entender la artesanía. Para Ascensión, crear joyas es también crear vínculos emocionales entre las personas y los objetos que las acompañan.

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

La Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de San Javier con los rollitos de San Antón



Taller de joyas artesanales y velas en la Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de Cartagena



La Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de Monteagudo con los rollitos de San Antón



La Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de Santomera visitando Fitur



Merienda en la Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de Los Alcázares



La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios presentan sus actividades con motivo de las festividades de San Valentín y Carnaval



EL CÁNCER, UN GRAN ENEMIGO DE LA LONGEVIDAD: FACTORES DE RIESGO PRINCIPALES Y QUÉ HACER

El cáncer continúa siendo uno de los principales obstáculos para alcanzar una vida larga y saludable, según diversos expertos en longevidad y salud pública. Aunque el envejecimiento por sí mismo aumenta el riesgo de desarrollar tumores, múltiples factores externos y del estilo de vida influyen de manera decisiva en la aparición de esta enfermedad a lo largo de la vida.

Entre los principales factores de riesgo se encuentra el tabaquismo, responsable de un gran porcentaje de casos de cáncer de pulmón y otros tipos relacionados con sustancias químicas nocivas. La exposición prolongada al humo del tabaco no solo daña los pulmones, sino que también afecta múltiples órganos, multiplicando las posibilidades de mutaciones malignas en las células.

El sedentarismo y la mala alimentación se suman a la lista: dietas ricas en grasas saturadas, azúcares procesados y alimentos ultraprocesados, junto con la falta de actividad física regular, favorecen la obesidad y la inflamación crónica, dos condiciones estrechamente vinculadas con varios tipos de cáncer. A ello se suma el consumo excesivo de alcohol, que incrementa el riesgo de tumores en boca, esófago, hígado y otros órganos.

También se destacan los factores ambientales, como la exposición a radiación ultravioleta sin protección y la contaminación del aire, así como aspectos genéticos que pueden predisponer a algunas personas a desarrollar ciertos tumores.

Los especialistas señalan que, aunque no todos los factores son modificables, adoptar hábitos saludables —no fumar, mantener una dieta equilibrada, hacer ejercicio y protegerse del sol— puede reducir significativamente el riesgo y contribuir a una vida más larga y con mejor calidad.



SEGURIDAD SOCIAL ALERTA SOBRE CORREOS FALSOS QUE BUSCAN ESTAFAR A LA POBLACIÓN



La Seguridad Social ha emitido una alerta urgente por la circulación de correos electrónicos fraudulentos que intentan engañar a la ciudadanía haciéndose pasar por comunicaciones oficiales del organismo. Este tipo de mensajes forman parte de una campaña de estafas digitales cuyo objetivo es obtener datos personales o bancarios de los usuarios, poniendo en riesgo su seguridad y su información sensible.

Los correos falsos suelen incluir mensajes alarmantes o con tono urgente, solicitando a los destinatarios que hagan clic en enlaces o descarguen documentos adjuntos para “verificar” o “actualizar” sus datos. Sin embargo, al hacerlo, las personas pueden ser dirigidas a páginas web maliciosas o terminar instalando software dañino en sus dispositivos. Estos métodos, conocidos como phishing, se aprovechan del prestigio de instituciones públicas para parecer legítimos y así obtener información privada.

La Seguridad Social insiste en que no envía comunicaciones oficiales solicitando datos personales por correo electrónico, ni pide contraseñas, números de cuenta o información sensible mediante enlaces. Por ello, recomienda no abrir ni interactuar con correos sospechosos y verificar siempre el remitente y la dirección web antes de facilitar cualquier dato.

Además, anima a los usuarios que reciban este tipo de mensajes a eliminarlos de inmediato y a informar a las autoridades competentes. En caso de duda, la recomendación es acudir directamente a los canales oficiales de la Seguridad Social o a través de su sede electrónica para confirmar la veracidad de cualquier notificación. La prevención y la cautela son claves para evitar caer en estas estafas cada vez más sofisticadas.