

n° 47

Enero
2026

CERCA

MAGAZINE

REVISTA
DIGITAL PARA
CONSUMIDORES



REBAJAS

TEMAS DEL MES: REBAJAS, VENTAS
PROMOCIONALES, TEXTIL Y HOGAR



AYUNTAMIENTO DE ALICANTE
CONCEJALÍA DE CONSUMO

Alicante
consumo



ÍNDICE



➤	PRESENTACIÓN	01
➤	INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA DEL MES	02
➤	RESOLUCIÓN DE CASO REAL	03
➤	NOTICIAS DE ACTUALIDAD	04
➤	ACTIVIDADES EN CERCA	05
➤	CONSEJOS PRÁCTICOS	06
➤	ENERGÍAS RENOVABLES Y CAMBIO CLIMÁTICO	07
➤	INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	08

REBAJAS REBAJAS REBAJAS REBAJAS REBAJAS
REBAJAS REBAJAS REBAJAS REBAJAS REBAJAS

COMIENZA EL AÑO: LA CUESTA DE ENERO, LAS REBAJAS Y LOS NUEVOS PROPÓSITOS

Empezamos el año nuevo y a los consumidores nos llegan, la cuesta de enero, las rebajas de invierno y los propósitos de año nuevo. Esto no son hechos aislados y forman un conjunto interrelacionado que influye en el comportamiento de los consumidores y en la manera en que las personas reorganizamos nuestras prioridades tras el periodo navideño.

La cuesta de enero puede entenderse como un efecto acumulado de tres factores: La sobrecarga de gasto en diciembre, impulsada por celebraciones, regalos y desplazamientos, el desfase entre ingresos y pagos, ya que muchos gastos extraordinarios coinciden con el cierre del año, y el incremento de precios estacionales, especialmente en suministros y servicios.

Para llevar mejor la cuesta de enero, revisamos presupuestos, intentamos reducir nuestro consumo y priorizamos necesidades básicas. Si aplicamos estos pequeños consejos se nos hará mas llevadera:

- Hacer una revisión rápida de los gastos de diciembre: Esta revisión facilita la identificación de patrones, gastos innecesarios y áreas donde se pueden hacer ajustes inmediatos, lo que permitirá tener un panorama claro.
- Establecer un presupuesto semanal, no mensual: Un presupuesto semanal permitirá controlar mejor el flujo de dinero y hacer ajustes sobre la marcha.
- Recortar gastos hormiga temporalmente: Los gastos hormiga, cafés, antojos, apps de comida, compras rápidas suelen dispararse en diciembre. En enero hay que reducirlos por unas semanas manera que ayudará a recuperar hábitos más conscientes a la hora de realizar las compras.
- Usar la regla de las 24 horas para compras no esenciales: Antes de comprar algo que no es urgente, esperar 24 horas. Con esta pausa se evitará realizar compras impulsivas y se analizará si es un deseo o una necesidad real.
- Evitar endeudarse para "salir del paso": Utilizar créditos personales o tarjetas de crédito para cubrir los gastos de enero, solo prolonga y agrava el problema.

Este comportamiento colectivo suele traducirse en una desaceleración del gasto general, que se compensa parcialmente con las rebajas, el otro fenómeno asociado al mes de enero.

Las rebajas de invierno cumplen una doble función. Por un lado, permiten a los comercios liquidar stock acumulado durante la campaña navideña. Por otro, ofrecen a los consumidores precios más accesibles en un momento en el que la presión financiera es mayor. Pero tienes que tener cuidado con las compras compulsivas y exigir los mismo derechos que en periodos normales de venta.

En este número de CERCA MAGAZINE, encontrarás artículos muy interesantes sobre los periodos de rebajas y la actuación de los consumidores, con consejos, tendencias, etc.

Por último, cada comienzo de año, nos planteamos cambios y nuevos propósitos. Los propósitos de año nuevo representan un fenómeno psicológico siendo los más comunes lo que afectan a mejorar nuestra salud (dietas, ejercicio, etc) o ahorrar y gestionar mejor el dinero, y el secreto para cumplirlos es ser realista y específico. Por ejemplo, el propósito no debe ser hacer ejercicio, el propósito será caminar 30 minutos tres veces a la semana, o el propósito no debe ser gastar menos, el propósito debe ser, por ejemplo, no pedir comida a domicilio, es decir cosas concretas.

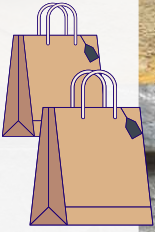
Enero se convierte, por tanto, en un mes de reajuste que podemos aprovecharlo para fijar nuestra estrategia vital y esto va a condicionar nuestra actuación como consumidores.

Ánimo y a por el 2026 !!!

Juan Carlos Victoria
Responsable de CERCA.

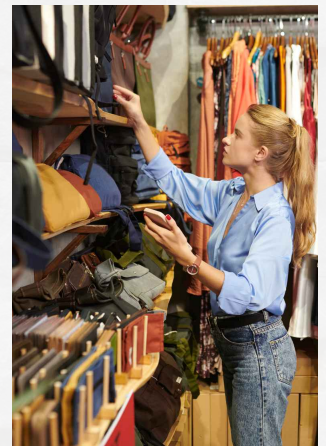
INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA DEL MES

COMIENZAN LAS REBAJAS DE INVIERNO: LA UNIÓN DE CONSUMIDORES DE ALICANTE RECUERDA LOS DERECHOS DE LA CIUDADANÍA Y LAS OBLIGACIONES DE LOS COMERCIOS



Con el inicio de la campaña de Rebajas de Invierno, que tradicionalmente comienza el 7 de enero, la Unión de Consumidores de la Comunidad Valenciana en Alicante ha lanzado una serie de recomendaciones dirigidas a todas las personas que planean realizar compras durante estas fechas, con el objetivo de fomentar un consumo informado, seguro y responsable.

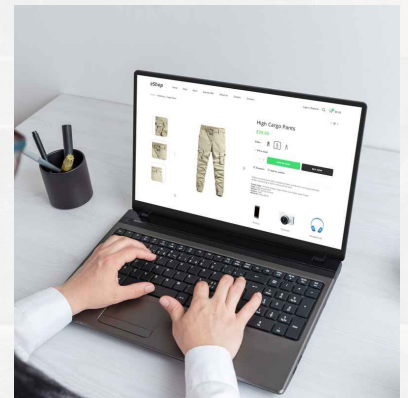
Cecilio Nieto, presidente de la Unión de Consumidores en Alicante, subraya la importancia de que los consumidores conozcan sus **derechos básicos** y que los establecimientos cumplan con las **obligaciones legales** durante este periodo de ventas con descuentos. Entre las principales recomendaciones destaca la necesidad de planificar las compras, evitar compras impulsivas y comparar precios antes de decidirse por un producto.



Derechos de los consumidores

Nieto recuerda que, aunque los precios puedan ser más atractivos, los derechos no se rebajan con las ofertas. En este sentido, las personas consumidoras mantienen, durante las rebajas, las mismas protecciones que el resto del año:

- **Información clara y veraz:** los productos en rebajas deben mostrar de forma visible tanto el precio original como el rebajado, así como cualquier coste adicional si aplica. Las rebajas no pueden usarse como excusa para ocultar información relevante sobre el producto o sus condiciones de venta.
- **Garantía y calidad:** los artículos rebajados deben estar en perfecto estado y mantener la garantía legal correspondiente; no se pueden ofertar como rebajados productos defectuosos.
- **Garantía legal:** los plazos de garantía legal (dos años para bienes nuevos) se mantienen intactos en las compras realizadas durante las rebajas.
- **Devoluciones:** en compras online o a distancia, los consumidores cuentan con el derecho de desistimiento de 14 días naturales desde la recepción del producto, sin necesidad de justificar el motivo. En establecimientos físicos, las devoluciones voluntarias dependen de la política de la tienda, salvo en caso de falta de conformidad o defecto del producto.



Obligaciones de los comercios

Según Nieto y según la normativa vigente, los comerciantes también tienen responsabilidades específicas en este periodo:

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:

<https://alicantealdia.es/comienzan-las-rebajas-de-invierno-la-union-de-consumidores-de-alicante-recuerda-los-derechos-de-la-ciudadania-y-las-obligaciones-de-los-comercios/>

INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA DEL MES

REBAJAS: CONSEJOS PARA COMPRAR CON GARANTÍAS

Las rebajas suponen una buena oportunidad para que las personas consumidoras adquieran productos como ropa, electrodomésticos o electrónica a precios más bajos que el resto del año.



Aunque en la Comunidad de Madrid cada comercio puede establecer el periodo de rebajas libremente, los meses de enero y julio son los más habituales.

Rebajas: lo que son y lo que no son

Un establecimiento que anuncie en su escaparate que está en periodo de rebajas debe tener como mínimo la mitad de sus productos rebajados. Si los productos rebajados son menos del 50%, no se puede anunciar de manera general que hay rebajas. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

El producto que se ofrezca en rebajas debe haber estado incluido con anterioridad en condiciones de precio ordinario dentro del establecimiento. Para que un artículo se considere rebajado, el precio anterior debe figurar en la etiqueta junto con el nuevo, incluyendo en ambos casos siempre el IVA y debe estar expuesto de manera independiente a los productos que no están rebajados.

Un producto rebajado debe cumplir en todo momento todas las normas de calidad y etiquetado.

En el caso de que existiera algún error en el precio que refleja la etiqueta, el consumidor tiene derecho a que se le cobre el importe inferior de todos los marcados.

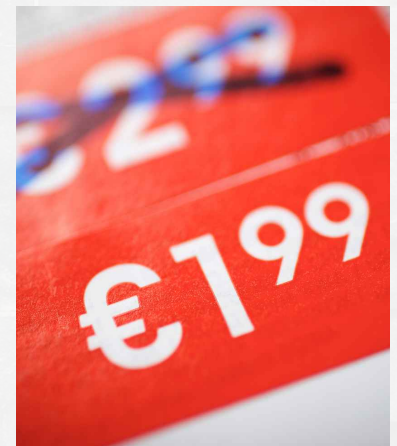
Las ventas de liquidación (artículos a la venta a precio más bajo por cierre o cambio de negocio, entre otros) y los saldos (artículos con algún desperfecto o taras) no se consideran rebajas.

La venta de saldos se puede simultanear con las rebajas, pero tienen que estar expuestos en lugares diferentes y claramente diferenciados. Sin embargo, una tienda que tenga productos en liquidación no puede a su vez tener artículos rebajados.

La duración del periodo de rebajas debe exhibirse en un lugar del establecimiento visible al público, incluso cuando el establecimiento se encuentre cerrado.

Garantía y devoluciones de compra

Al igual que sucede fuera de rebajas, los productos tienen una garantía de tres años. Es decir, si el producto presenta un defecto de fábrica, el vendedor debe repararlo o cambiarlo por uno nuevo, sin que ello suponga costes para el consumidor.



Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:
<https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/rebajas-consejos-comprar-garantias>

INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA DEL MES

SUPERAR LA CUESTA DE ENERO: CONSEJOS DE LA ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES PARA LOGRARLO

Tras las fiestas navideñas y los desembolsos que estas conllevan, enero se convierte en un mes delicado para muchas familias, al que solemos llamar la 'cuesta de enero'. Después de unas semanas gastando más de lo habitual y haciéndolo 'más alegremente', toca volver a las rutinas de gasto controlado y búsqueda de opciones de ahorro.

Para ayudar a los consumidores a gestionar mejor sus finanzas y evitar gastos innecesarios, la Asociación Española de Consumidores ha elaborado un Decálogo de consejos con pautas prácticas y sencillas.

Planificar la economía familiar

El primer paso para superar la cuesta de enero es analizar los ingresos y gastos, tanto fijos como variables, y ajustar un presupuesto que permita afrontar el mes, y también el resto del año, con mayor seguridad financiera, y marcándose una meta de ahorro.

Controlar los gastos innecesarios

Ser críticos con los gastos y evitar aquellos productos o servicios que no sean imprescindibles ayuda a mantener la economía doméstica bajo control. Los grandes ahorros se consiguen, a veces, con pequeños recortes diarios en cosas que no necesitamos.

Ahorrar en electricidad, gas y agua es una medida simple que genera un impacto notable en la factura mensual y no siempre hay que conseguirla restringiendo el consumo, sino negociando mejores condiciones en los contratos cuando sea posible.



Preferir el efectivo a la tarjeta de crédito

Para los consumistas 'natos', pagar en efectivo facilita controlar los gastos y evita caer en compras impulsivas que pueden desajustar el presupuesto.

Evitar la publicidad consumista

En una economía ajustada, lo recomendable es comprar solo lo necesario y aprovechar oportunidades que supongan un verdadero ahorro.

Planificar la cesta de la compra

Hacer la lista de la compra de acuerdo con el presupuesto familiar y las necesidades reales evita compras superfluas y ayuda a no salirnos de lo previsto.

Comparar precios

Revisar varias opciones antes de adquirir un producto permite equilibrar calidad y coste, logrando un consumo más inteligente.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:
https://www.ideal.es/almeria/almeria/superar-cuesta-enero-consejos-asociacion-consumidores-lograrlo-20260109203827-nt_amp.html

INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA DEL MES

REBAJAS DE ENERO 2026: PRIMERAS SEÑALES DE COMPORTAMIENTO Y GASTO DEL CONSUMIDOR

Las rebajas de enero 2026 se acercan con un consumidor más planificado y cauteloso. Encuestas recientes muestran que el 56 % de los españoles no tiene previsto comprar nada, mientras que entre quienes sí participan, la mayoría prioriza productos necesarios.

Las rebajas de enero de 2026 se acercan en un contexto marcado por la contención del gasto, la planificación anticipada de la compra y una clara orientación al valor. Los primeros indicadores y encuestas de mercado muestran que los consumidores españoles esperan entrar al periodo de descuentos con decisiones más meditadas, enfocándose en necesidades concretas y priorizando categorías como moda y calzado.



El periodo de rebajas usualmente consolida un patrón recurrente que se basa en la planificación de los consumidores españoles para sus compras, comparando precios y priorizando valor sobre volumen o compras impulsivas. Pero, según un estudio de la app financiera Plazo, recogido por Financial Food, el 56 % de los consumidores españoles no tiene previsto comprar nada durante las rebajas de enero de 2026.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:

<https://tnrnews.es/insights-de-la-industria/rebajas-de-enero-2026-primeras-senales-de-comportamiento-y-gasto-del-consumidor/>

REBAJAS DE INVIERNO 2026: MÁS GASTO, PERO MENOS CONFIANZA EN LOS DESCUENTOS

Las Rebajas de invierno 2026 comienzan oficialmente este 7 de enero en un contexto marcado por un consumo más prudente, selectivo y condicionado por la subida de precios. Aunque el presupuesto medio por persona vuelve a aumentar y alcanza máximos históricos, los consumidores españoles confían cada vez menos en el valor real de los descuentos tradicionales.

Así lo refleja la última encuesta elaborada por el comprador financiero Banqmi, que sitúa el gasto medio previsto en 104,65 euros por persona, lo que supone un incremento del 4,64% interanual frente a los 100.01 euros registrados en 2025. Se trata del mayor presupuesto medios desde que Banqmi realiza este estudio, superando incluso los niveles previos a la pandemia.

Más gasto, pero una percepción más crítica de las rebajas

Pese al aumento del presupuesto, la valoración de las rebajas como una oportunidad real de ahorro continúa debilitándose. En 2026 solo el 32,38% de los consumidores considera que las rebajas siguen ofreciendo grandes descuentos, una cifra incluso inferior a la de 2025 (33,19%), lo que evidencia que menos de uno de cada tres españoles asocia este periodo con un ahorro significativo.



Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:

<https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/publicaciones/rebajas-invierno-2026-arrancan-mas-gasto-pero-menos-confianza-descuentos>

RESOLUCIÓN DE UN CASO REAL

Desde ADACUA, la Asociación de Amas de casa, Consumidores y Usuarios de Alicante, nos traen la resolución de un caso práctico real:



Hechos

En la ciudad de Alicante, un comercio local en época de rebajas promociona junto con los productos rebajados, productos en liquidación y productos de saldo. Un consumidor al ver con grandes carteleras la palabra “REBAJAS” entró en el establecimiento para ver qué productos estaban realmente rebajados (el consumidor era un visitante asiduo del establecimiento por la proximidad con su domicilio). Su sorpresa fue que los productos de liquidación eran muy superiores a los rebajados y ocurría lo mismo con los productos de saldo. Tan sólo un 10% de los productos podían considerarse de Rebajas, el resto había sufrido un cambio de cartel y ponía “NUEVA TEMPORADA”. Ante esa coyuntura el consumidor reclama al establecimiento el escaso porcentaje de productos con precio inferior a pesar de tener grandes carteles con esa leyenda.



Pretensión de la parte reclamante

La pretensión de la reclamante era por un lado, que el establecimiento no mezclara con las rebajas los productos en saldo o liquidación y por otro, le indicara cuales eran los descuentos no especificados en etiquetas sobre algunos productos que ya había visto el consumidor y que esperaba para adquirirlos cuando estuvieran rebajados.

Alegaciones de la parte reclamada

En nombre de la reclamada le atiende uno de los encargados, que le comunica la negativa del establecimiento a sus dos pretensiones. Aduce el establecimiento que lo que el consumidor diferencia entre rebajas, productos de saldo y productos de liquidación son la misma cosa y que la suma de todos supera el 50% de productos rebajados en el establecimiento. Además le informa que los productos no señalados con descuento, porque no figuran en las etiquetas, podrían ser objeto de una rebaja de precio por ser cliente habitual no porque el establecimiento tenga obligación de bajarlos.

Intervención de ADACUA

El consumidor que se había puesto en contacto con el establecimiento manifestó sus pretensiones al no obtener respuesta adecuada acude a nuestra asociación, para que de modo gratuito gestionemos su reclamación y demos solución a la controversia ocasionada.

Se informa al reclamante una vez en nuestra asociación que debe acreditarse mediante D.N.I, domicilio, y teléfono de contacto, una vez identificada la parte reclamante se le solicita que nos indique los datos del establecimiento, es decir, los datos de la parte reclamada, también se le informa que en el caso de ser múltiples los establecimientos de la misma marca debe indicarnos claramente la calle, número, localidad y provincia del mismo.



RESOLUCIÓN DE UN CASO REAL

Tras contarnos los hechos el consumidor se le informa en relación a los productos rebajados lo siguiente:

- Los establecimientos tienen que especificar claramente cuales son los productos de rebajas (Precio rebajado con respecto al precio habitual), los productos de saldo (Productos con tara, desperfecto y que por ello se vende a precio inferior) y producto en liquidación (Productos con precio más bajo por cierre o cambio de negocio).
- Debe aparecer el precio habitual y el rebajado e informar del mismo en lugar visible, además de que es importante guardar tickets y facturas.

Las compras en rebajas tienen una garantía de 3 años mientras que los contenidos y servicios digitales de dos.

El incumplimiento de ambos precios (habitual y rebajado) supone un incumplimiento legal así como no tener aproximadamente un 50% de los productos rebajados.



Resultado

En Adacua dimos una solución a la reclamación favorable a la consumidora puesto que el comerciante mezclaba la denominación de rebajas con la de saldos y productos en liquidación y la suma de productos únicamente en rebajas era muy escasa.

¡Gracias por confiar en ADACUA!

En la **Asociación de Consumo ADACUA** encontrarás **ASESORAMIENTO GRATUITO** (también para no asociados) para cualquier consulta y reclamación en temas de consumo.

¡Estamos para ayudarte! ¡Conoce tus derechos!

Encuentranos en: C/ General Primo de Rivera, 12, Entlo.

Telf: 966 16 52 40 / 672 63 21 54

email: consumidores@adacua.org

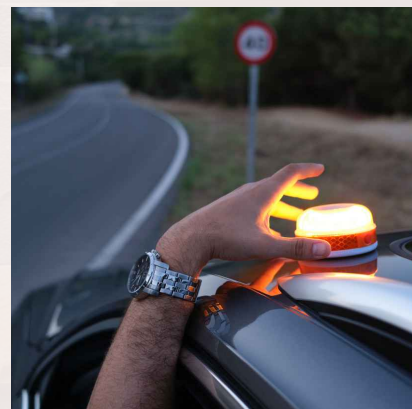


NOTICIAS DE ACTUALIDAD

LA DGT APLICARÁ UN «PLAZO RAZONABLE» ANTES DE MULTAR POR NO LLEVAR LA BALIZA V-16

Marlaska califica de «imprescindible» la medida de la baliza V-16 para reducir los atropellos y la siniestralidad en las carreteras españolas

Desde el 1 de enero de 2026, la baliza luminosa V-16 es el único dispositivo legal para señalar averías o accidentes, sustituyendo definitivamente a los tradicionales triángulos. No obstante, las fuerzas y cuerpos de seguridad aplicarán un periodo de «flexibilidad razonable» antes de comenzar a multar a los conductores que aún no dispongan del dispositivo. Así lo han reconocido desde la DGT durante la presentación del balance provisional de siniestralidad vial de 2025.



El ministro de Interior, Fernando Grande-Marlaska ha calificado la implantación de la baliza como una medida «imprescindible para frenar la sangría de atropellos en carretera», una causa que en 2025 se cobró la vida de 103 peatones, representando casi el 10% del total de las 1.119 víctimas mortales del año.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:

<https://www.abc.es/motor/reportajes/dgt-aplicara-plazo-razonable-multar-llevar-baliza-20260108115857-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fnoticias%2Fconsumo%2F>

EL CONGRESO APRUEBA LA PRIMERA LEY QUE BLINDA LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LAS GRANDES EMPRESAS EN LA ATENCIÓN A LA CLIENTELA

La Cámara Baja ha aprobado de forma definitiva la ley impulsada por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, que por primera vez regula los servicios de atención a la clientela en España y garantiza derechos para los consumidores frente a las empresas

La norma pone fin a las llamadas comerciales no deseadas, a los gastos de gestión ocultos o a las renovaciones de suscripciones automáticas, y establece el derecho a una atención gratuita y personalizada



Bustinduy: “Esta ley otorga más poder a los consumidores y consumidoras para hacer valer sus derechos frente a las grandes empresas”

El Congreso de los Diputados ha ratificado este jueves la Ley de Servicios de Atención a la Clientela impulsada por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030. Esto supone su aprobación definitiva después de haber pasado por el Senado, finalizando así su trámite parlamentario.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:

<https://www.dsca.gob.es/es/comunicacion/notas-prensa/congreso-aprueba-primera-ley-blinda-derechos-consumidores-frente-grandes>

NOTICIAS DE ACTUALIDAD

EL NUEVO CARNÉ DE CONDUCIR: LOS CAMBIOS QUE ENTRAN EN VIGOR EN 2026

Cada año, cerca de 400.000 nuevos conductores obtienen su permiso en España, mientras que los mayores de 65 años ya representan cerca del 25 % del total de conductores activos. Con el objetivo de adaptarse a esta nueva realidad social, en los próximos meses se implementará una de las mayores reformas del carné de conducir de las últimas décadas. Estos son los cambios más destacados.



Permiso de circulación desde los 17 años, pero con acompañante

La Unión Europea ha dado luz verde a que los jóvenes puedan obtener el permiso de conducción tipo B con 17 años. España aplicará esta medida próximamente, pero con condiciones: hasta los 18 solo podrán circular acompañados por un conductor con al menos cinco años de experiencia al volante y sin antecedentes graves. La Dirección General de Tráfico (DGT) considera que esta experiencia guiada ayudará a los jóvenes a ganar confianza y prudencia antes de conducir solos.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:
<https://www.consumer.es/motor/nuevo-carne-de-conducir-cambios-en-vigor-2026>

EL GOBIERNO APRUEBA LA REGULACIÓN DE LOS CRÉDITOS AL CONSUMO PARA PROTEGER A LOS DEUDORES Y EVITAR EL SOBREENDEUDAMIENTO

El Consejo de Ministros ha aprobado una ley que regula los créditos al consumo para aumentar la protección a los consumidores y evitar el sobreendeudamiento de la población. El Gobierno ha aprobado restricciones a los microcréditos, las tarjetas revolving o los préstamos rápidos en plataformas digitales, según el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

Entre las novedades más importantes se encuentra la limitación de los tipos de interés y el intento de dotar de seguridad jurídica a todos los operadores. En este sentido, todos los prestamistas tendrán que estar autorizados y supervisados por el Banco de España. Además, la ley prevé que la actividad de los prestamistas de alto coste este limitada a créditos de bajo importe, plazos de devolución reducidos y que los tipos elevados tengan un máximo específico.

La nueva legislación establece para este tipo de préstamos un periodo mínimo de al menos tres cuotas mensuales, reducir el coste total que tiene que soportar el consumidor y dar toda la información con al menos 24 horas de antelación a la contratación. Esta última medida está pensada para que las personas puedan tomar una decisión plenamente informada.

Esta normativa también establece que el crédito de alto coste que deberá ser reembolsado como mínimo en tres meses con un coste máximo de 40 euros. Si es reembolsado por el consumidor en 30 días, el coste será de 20 euros.



Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:
<https://www.rtve.es/noticias/20260107/gobierno-aprueba-regulacion-creditos-consumo-proteger-deudores-evitar-sobreendeudamiento/16885183.shtml>

NOTICIAS DE ACTUALIDAD

CAMBIO DE TENDENCIA EN LOS JÓVENES: SUBEN LAS COMPRAS EN COMERCIOS LOCALES Y BAJAN 'ONLINE'

Giro de 180 grados en los hábitos de compra de los jóvenes españoles: más tienda de barrio y menos pedidos online. Así lo refleja el informe El consumo en los jóvenes en 2025, elaborado por el Observatorio Cetelem. Aunque las grandes cadenas de distribución siguen siendo la opción preferida para la mayoría de este grupo de edad, el comercio de proximidad gana peso y recorta distancias frente a la compra por internet. En concreto, el porcentaje de jóvenes que optan por las tiendas de barrio aumentó siete puntos, del 22% en 2024 al 29% en 2025.



Durante 2025, el consumo juvenil experimentó un repunte generalizado y consolidó a los jóvenes como uno de los principales motores del gasto en España. Pero, más allá del volumen, el informe constata un cambio claro en la forma de comprar. En el ámbito del comercio local, los jóvenes valoran sobre todo la cercanía, señalada por el 38%, seguida de la confianza (33%) y del trato o la amabilidad, también con un 33%. Este último aspecto, no obstante, pierde peso y retrocede siete puntos respecto al año anterior.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:
<https://theobjective.com/economia/consumo/2026-01-03/jovenes-comercio-local-consumo-online/>

TENDENCIAS ALIMENTARIAS 2026: INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y CONVENIENCIA

El mercado alimentario sigue evolucionando a gran velocidad, impulsado por nuevos hábitos de consumo, la digitalización y una mayor conciencia social y ambiental. En 2026, las principales tendencias apuntan hacia una alimentación más consciente, práctica y tecnológicamente avanzada, que marcará el rumbo tanto en el canal HORECA como en el retail y la industria alimentaria.

En este artículo repasamos algunas de las tendencias alimentarias clave para 2026, poniendo el foco en cómo pueden influir en el trabajo diario de proveedores, distribuidores y negocios de restauración.



1. Alimentación funcional y bienestar integral

El consumidor actual busca algo más que sabor: prioriza productos que contribuyan a su bienestar físico y mental. Diversos informes de tendencias coinciden en que los consumidores priorizan cada vez más alimentos que contribuyan al bienestar general, como la salud digestiva, el equilibrio nutricional o el rendimiento diario.

Esto se traduce en una mayor demanda de platos equilibrados, ricos en fibra, proteínas de calidad, grasas saludables y micronutrientes. Para el canal profesional, supone el reto de incorporar opciones más completas a nivel nutricional, sin renunciar al sabor ni a la agilidad en el servicio.

Si quieres leer más sobre este artículo accede a la información completa en el siguiente enlace:
<https://tuttifoodgroup.com/blog/tendencias-alimentarias-2026-innovacion-sostenibilidad-conveniencial/>

ACTIVIDADES EN CERCA

CATÁLOGO DE ACTIVIDADES DE OCIO FORMATIVO PARA ADULTOS

Visita nuestro catálogo de actividades para el trimestre Enero-Marzo en el portal CERCA:
<https://cerca.alicante.es/es/actividades/catalogo/ciudadania>

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y GESTIONES ON-LINE

Impartido por ADACUA

Cada vez es más habitual el uso de la inteligencia artificial y el relacionarse con la Administración realizando trámites telemáticos. En este curso aprenderemos a utilizar programas de IA (Chat GPT, Copilot, Gemini...) así como a navegar por la página web del Ayuntamiento de Alicante, su sede electrónica y el uso de "Ali", la asistente virtual para realizar trámites con el Ayuntamiento.



Martes 13, 20 y 27 de enero de 10:00 a 11:30 h

ASESORÍAS DE CONSUMO

Tema 1: REBAJAS Y CUESTA DE ENERO: ELABORA UN PRESUPUESTO FAMILIAR

Charla/asesoría donde se enseñará a realizar un presupuesto de ingresos y gastos doméstico, para llevar las cuentas del hogar, así como trucos para fomentar el ahorro y afrontar la cuenta de enero.



Martes 13 de enero de 11:30 a 13:00

BANCO DE ESPAÑA

Impartido por especialista del Banco de España

Charla: CONSEJOS PARA PREVENIR EL FRAUDE EN OPERACIONES FINANCIERAS

Lugar de realización y punto de encuentro : en la sede del Banco de España en Alicante, Rambla Méndez Núñez, nº31



Viernes 16 de enero de 10:30 a 12:00

ACTIVIDADES EN CERCA

MANEJO DEL MÓVIL



Impartido por SECOT

Curso de dos sesiones de tres horas cada sesión, (lunes y miércoles) para conocer el funcionamiento del móvil, descarga de aplicaciones de uso común (whatsapp, correo electrónico, compras, etc)



Lunes y miércoles 19 y 21 de enero de 10:00 a 13:00

ASESORÍAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Impartido por ADACUA

Aprende de forma sencilla a realizar compras en supermercados on-line o a planificar un viaje completo por internet. Aprende el uso de métodos de pago on-line como Pay-pal, Revolut y otras tarjetas virtuales.



Martes 20 y 27 de enero de 11:30 a 13:00

NUESTRA COCINA, NUESTROS PRODUCTOS

Coordinado por Paca Ayza.

Impartido distintos cocineros, o proveedores gastronómicos

Elaboración de recetas de la Dieta Mediterránea por cocineros aficionados a la cocina y restauradores de Alicante, y demostraciones de productos de nuestra tierra.

Nota: aportación por participante 4€ para la compra de ingredientes. La receta se entregará a los asistentes, quienes también podrán degustar las elaboraciones del día.



Viernes 30 de enero de 11:00 a 13:00

CONSEJOS PRÁCTICOS

FRUTAS Y VERDURAS DE TEMPORADA

Siempre que puedas consume frutas y verduras de temporada, ya que son más **SANAS** y **SABROSAS**, se cultivan en suelos ricos, con el clima adecuado y completando su calendario natural. En el momento de su recolección mantienen intactas todas sus propiedades nutricionales, textura, olor y sabor.

También son más **ECOLÓGICAS** porque respetamos el ciclo natural y la zona de producción de los alimentos, evitando la implantación de monocultivos intensivos que agotan el suelo. Y además se reduce el gasto energético al minimizar la necesidad de transporte, distribución y almacenaje.

Y por último son más **BARATAS**, ya que la disponibilidad en las tiendas de estos productos es mayor. Y al aumentar la oferta, disminuyen los precios



**FRUTAS
DE ENERO**



**VERDURAS
DE ENERO**



Información facilitada por la Asociación
Provincial Autónoma de
Vendedores en Mercados de Alicante



ENERGÍAS RENOVABLES Y CAMBIO CLIMÁTICO

GAMBIO CLIMATICO EVOLUCION EN ESPAÑA DE LAS CIFRAS DE EMISIONES DE CO2 EN LOS AÑOS 2022-2023-2024

OBJETIVO DE EMISIONES PARA EL AÑO 2030

Aunque el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico – Miteco a lo largo del año va recogiendo la extensa información que se origina para poder establecer y desarrollar el cuadro de emisiones por sectores económicos, siempre puede ser objeto de pequeñas modificaciones que se van incorporando posteriormente.

Las cifras en si misma puedan parecernos frías, a nivel individual cuando las ponemos en relación con años anteriores y comparamos su evolución ya podemos comenzar a sacar conclusiones y analizar las diversas políticas que se han podido implementar en cada sector y catalogar su eficacia o desacierto para corregir los desvíos que se hubieran podido detectar.

Años 2022-2023-2024 de los sectores mas contaminantes en España
(1) Fuente Ministerio de Transición en Kilotoneladas (kt) de CO2 equivalentes

Sector (1)	2022	2023	2024	Porcentaje sobre el total de emisiones año 2024
Transporte	90.457	87.696	89.523	33,34%
Industria	54.009	50.192	50.404	18,77%
Ganadería y agricultura	34.863	32.885	32.929	12,28%
Generación Eléctrica	42.660	30.792	24.965	9,30%
Residos	14.732	13.663	13.788	5,13%
Refino	9.616	9.543	9.766	3,64%
RCI-Residencial-comercial-Institucion	24.322	22.863	23.336	8,69%
Maquinaria off-road-de uso agricola	11.930	12.210	12.661	4,71%
Otros Sectores	12.070	10.122	11.144	4,15%
Total Inventario de Emisiones	294.201	269.968	268.518	

El siguiente cuadro muestra el comportamiento de los diversos sectores y sus emisiones durante los años 2022 – 20223 y 2024 sin contar absorciones.

La forma de medir las emisiones se hace en kilotoneladas toneladas equivalentes de CO2 expresado de la forma siguiente- 1 Kteq = 1.000 toneladas.

Si comparamos año 2023 con 2024 la reducción ha sido de solo 1.450 Kt que representa solo el 0,54% del total pero si analizamos los sectores solo la generación eléctrica ha reducido las emisiones en 5.827 Kt todos los demás las han incrementado por lo tanto tenemos que dar un suspenso a la economía española en el desempeño de sus políticas medioambientales y de reducción de emisiones en el año 2024, cada cual puede sacar sus propias conclusiones pero el rumbo hay que cambiarlo rápidamente si queremos cumplir con los objetivos.

Analizando el desempeño de los sectores económicos entre los años 2022 y 2024 donde en ese intervalo de tiempo de 2 años la reducción ha sido de 25.685 Kt cabe destacar que las mayores reducciones se han producido en el sector eléctrico con menos 17.695 Kt el 68,89% de toda la reducción seguido de la industrial con – 3.605 Kt y la ganadería y agricultura con – 1.9334 Kt.

Por sectores el transporte donde se incluye todo tipo de transporte desde el aéreo, marítimo, ferrocarril, pesados, de larga distancia, de última milla, de distribución, urbano y el automóvil

ENERGÍAS RENOVABLES Y CAMBIO CLIMÁTICO

que con sus 89.523 Kt de CO2 representa el 33,34% del total de emisiones es donde tenemos el mayor reto que afrontar si le sumamos las 50.404 Kt de la industria nos encontraremos que entre ambos sectores representan el 52,11% de todas las emisiones nos está dando una foto muy clara donde hay que actuar de una forma más directamente aunque cualquier rebaja siempre es importante.

La electrificación de algunos sectores son un reto y a su vez una gran oportunidad junto con la digitalización y la eficiencia energética para poder controlar mejor todos los procesos que se requieran y rebajar esas cifras que actualmente tenemos.

OBJETIVO EN 2030 DE EMISIONES GEI EN KILOTONELADA EQUIVALENTES DE CO2 EN ESPAÑA (1) Fuente Miteco

CONCEPTOS (1)	Kilotoneladas de CO2
Emisiones CO2 en 1990	289.385
Según ley del clima 7/2021 hay que reducir el 23% sobre la cifra de 1990	-66.559
Objetivo de emisiones en 2030 sin contar con absorciones de masa forestal LULUCF	222.826
Absorciones masa forestal LULUCF en 1990	35.900
Absorciones masa forestal LULUCF en 2024	50.004
Emisiones GEI en 2024 sin absorciones	268.518

La reducción de emisiones que se estableció en la ley del clima 7/2021 en su artículo 3 apartado (a) se fija un objetivo para reducir emisiones de gases de efecto invernadero para el conjunto de la economía española en al menos un 23% respecto a las emisiones del año 1990, en dicho objetivo no se tienen en cuenta las absorciones de CO2 de los bosques principalmente.

El objetivo para 2030 es alcanzar al menos 222.826 Kt de emisiones que con respecto a las emisiones del año 2024 suponen rebajar 45.692 Kt cifra que si tenemos en cuenta como evolucionaron las emisiones entre los 2 últimos años podríamos aventurar un pronóstico como algo factible y conseguible, pero en base a que todos los sectores tienen que realizar un esfuerzo como mínimo de reducir sus cifras en un 17% sobre las cantidades emitidas en 2024 algo que no resulta descabellado y posible.

El tener conocimiento de estos datos sirve para que cada empresa, institución, organismo ciudadano se plantee esta pregunta voy a ser capaz de reducir mis emisiones cuando menos en un 17% para contribuir a la consecución mínima del objetivo de emisiones del año 2030, analicen y revisen sus programas medioambientales, pongan sus datos de emisiones al día establezcan sus propios objetivos y controlen sus resultados, creo que podemos hacerlo solo es cuestión de propósito.

Artículo ofrecido por nuestro voluntario del CERCA, Pedro Curiel, apasionado de las energías renovables y el estudio del cambio climático.



Organismos de consumo

Relación de distintos Organismos Públicos dedicados a la defensa de los derechos de los Consumidores:

Ministerio de Sanidad y Consumo: <https://www.mscbs.gob.es/>

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición:

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan_inicio.htm

Centro Europeo del Consumidor: <https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/home/index.htm>

Consumo Andalucía - Consejería de Familia y Salud:

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/vivienda-consumo/consumo.html>

Consumo Aragón - Dirección General protección Consumidores:

<https://www.aragon.es/-/consumo>

Consumo Asturias - Dirección General de Consumo: <http://www.consumoastur.es/>

Consumo Canarias - Consejería de Consumo:

<https://www.gobiernodecanarias.org/consumo/>

Consumo Cantabria - Dirección General de Consumo:

<https://dgicc.cantabria.es/informacion-al-consumidor>

Consumo Castilla La Mancha - Dirección general de Consumo:

<https://consumo.castillalamancha.es/>

Consumo Castilla y León - Dirección General de Consumo:

<https://consumo.jcyl.es/web/es/consumo.html>

Consumo Cataluña - Agencia Catalana de Consumo: <http://consum.gencat.cat/ca/inici>

Consumo Comunidad Valenciana - Dirección General de Consumo:

<https://cindi.gva.es/es/web/consumo>

Consumo Extremadura - Instituto de Consumo de Extremadura:

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

Consumo Islas Baleares - Consejería de Salud y Consumo:

http://www.caib.es/sites/consumidor/es/portal_consumo-51705/

Consumo La Rioja - Consejería de Salud Pública y Consumo:

<https://www.riojasalud.es/salud-publica-consumo/consumo>

Consumo Navarra - Dirección General de Consumo:

http://www.navarra.es/home_es/Temas/Consumo/

Consumo Madrid - Dirección General de Consumo:

<https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo>

Consumo Murcia - Dirección General de Consumo:

<https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=35&IDTIPO=140&RASTRO=c%24m27801>

Oficina de Atención al Usuario de las Telecomunicaciones:

<https://usuariostelego.mineco.gob.es/Paginas/Index.aspx>

Banco de España - Portal Cliente Bancario: <https://clientebancario.bde.es/pcb/es/>

Consumo País Vasco - Instituto Vasco de Consumo: www.kontsumobide.eus

Asociaciones de Consumidores

Las Asociaciones de consumidores y usuarios son entidades de carácter privado constituidas sin ánimo de lucro con la finalidad de defender y proteger los derechos y los intereses de las personas consumidoras y usuarias, bien con carácter general o en relación con problemas concretos en la adquisición de un producto o servicio determinado, siempre que se constituyan en acuerdo con la legislación vigente. Por lo tanto, son una vía muy útil a la que podemos recurrir en el caso de que creamos que no se han respetado nuestros derechos como consumidores y deseemos iniciar un proceso de reclamación.

ADACUA (Asociación de consumidores, amas de casa y usuarios de Alicante):

<https://adacua.org/>

ATR (Asociación Telespectadores y Radioyentes Comunidad Valenciana): <http://atrcv.org/>

Asociación Valenciana de consumidores y usuarios (AVACU): <https://www.avacu.es/>

Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorro y Seguros (ADICAE):

<https://uniodeconsumidors.org/>

Unión de Consumidores de la Comunidad Valenciana (UCE):

<https://uniodeconsumidors.org/>

CECU. Consumidores y Usuarios: <https://cecu.es/>

Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Casa (UNAE):

<http://www.federacionunae.com/>

Organización de Consumidores y Usuarios (OCU): <https://www.ocu.org/>

Facua - Consumidores en acción: <https://www.facua.org/>

Lucentum Consumidores: <https://lucentumconsumidores.org/>

Legislación en consumo

Normativa Estatal y de la Comunidades Autónomas que afectan a los diferentes bienes y servicios, así como a la defensa de los Consumidores y Usuarios.

Ministerio de Consumo - Legislación:

<https://www.mscbs.gob.es/consumo/normativa/normativaConsumo.htm>

Centro Europeo del Consumidor en España - Legislación:

<https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/secciones/legislacion.htm>

CECU - Legislación: <https://cecu.es/index.php/tus-derechos/legislacion>

Comunidad Valenciana-Normativa:

<https://cindi.gva.es/es/web/consumo/normativa-general>

Alimentación-Legislación:

<https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/legislacion/recopilaciones-legislativas-monograficas/default.aspx>

Reportajes sobre bienes y servicios de consumo

En esta sección puede encontrar los reportajes más destacados sobre las cuestiones que más preocupan al consumidor cuando compra en establecimientos, a distancia y por Internet, o cuando le prestan un servicio.

Revista Consumer: <https://revista.consumer.es/>

Revista Usuarios-ADICAE:

<https://usuariosdebancayseguros.adicae.net/catalogo.php?mode=hlist&cat=13>

Revista Consumerismo - FACUA: <https://www.facua.org/consumerismo>

Podcast consumo-Ser Consumidor:

https://www.ivoox.com/podcast-ser-consumidor_sq_f1289_1.html

El Mundo consumo: <https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo.html>

El País consumo: <https://elpais.com/noticias/consumo/>

El País hábitos de consumo: <https://elpais.com/noticias/habitos-consumo/>

EL País Ministerio de Consumo: <https://elpais.com/noticias/ministerio-consumo/>

EL País bienes de consumo: <https://elpais.com/noticias/bienes-consumo/>

EL País consumo responsable: <https://elpais.com/noticias/consumo-responsable/>

El País consumismo: <https://elpais.com/noticias/consumismo/>

ABC consumo:

<https://www.abc.es/economia/consumo/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

ABC Consejos consumo: <https://www.abc.es/familia/consumo/>

Información consumo responsable:

<https://www.informacion.es/tags/consumo-responsable/>

Información consumo: <https://www.informacion.es/tags/consumo/>

Información consejos consumo: <https://afondo.informacion.es/temas/consumo/>

20 Minutos consumo: <https://www.20minutos.es/minuteca/consumidores/>



**CENTRO EDUCATIVO
DE RECURSOS DE CONSUMO
ALICANTE**

CÓDIGO DE ACCESO PARA MÓVILES



DIRECCIONES CERCA

Ubicación Maps: <https://tinyurl.com/439jjnhx>

Web: <https://cerca.alicante.es>

Facebook: <https://www.facebook.com/CERCALICANTE>

Instagram: <https://www.instagram.com/cercalicante/>

Twitter: <https://twitter.com/cercalicante>

YouTube: <https://www.youtube.com/cercalicante>

Correo electrónico: cerca@alicante.es

Teléfono: 96 514 52 94



Si tienes alguna propuesta, comentario o sugerencia escríbenos a:
cerca@alicante.es