

CONSULTORIO LABORAL

PLAZOS CONTRA DESPIDOS

¿Cuándo se inicia el plazo para reclamar contra una sanción de empleo y sueldo?

La fijación del día de inicio para el ejercicio de la acción en los supuestos de despido (en el que se tiene en cuenta la fecha de efectos) no puede ser aplicada al plazo de ejercicio de la acción de impugnación de las sanciones. La remisión que efectúa el artículo 114 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Social al artículo 103 del mismo texto legal se refiere únicamente al plazo para el ejercicio de la acción y no a la concreción de la fecha de inicio para el cómputo de dicho plazo. Mientras que con la ejecución de la decisión de despido se extingue la relación laboral, cesando las recíprocas obligaciones de trabajar y remunerar, además de los efectos en la esfera de la Seguridad Social, con la ejecución de una sanción (teniendo en cuenta el diferente contenido que pueden tener las distintas sanciones), la relación laboral subsiste, con independencia de que se ejecute o no la sanción y del momento en que dicha ejecución se lleve a cabo.

Por tanto, la fijación del inicio de la fecha para el ejercicio de la acción de impugnación de sanción habrá de realizarse atendiendo al momento en que tal acción pudo ejercitarse, siendo dicho día aquel en que el empleador comunica al trabajador la imposición de la sanción. Una vez que se cumplimenta el requerimiento de notificar por escrito sobre los hechos y la fecha de la comunicación, la parte ya puede articular su defensa mediante acciones pertinentes para impugnarla, por más que no se hubiere fijado el momento de inicio ni el fin del período de cumplimiento o correlativa ejecución.

La decisión empresarial sancionadora está ya adoptada y comunicada al trabajador con los hechos que la motivan, y tales son las exigencias formales establecidas por el legislador. Se garantiza, en fin, la defensa del trabajador al posibilitar su impugnación desde que acaece la comunicación sancionadora.

En ese sentido, se pronuncia la sala de lo Social del Tribunal Supremo, en sentencia de fecha de 28 de mayo del 2024, ratificando la doctrina ya existente.

IGNACIO E. ALÉN es miembro de Vento abogados y asesores.

El comercio electrónico espera un crecimiento del 20 %

España es un mercado todavía en desarrollo para las compras online, que se incrementan en la última parte del año, sobre todo entre la generación Z

T. Montero

Todos los años el patrón se repite: se produce un pico importante en el comercio electrónico en la última parte del año (lo que se conoce como *golden quarter*) y parte de ese incremento se mantiene a lo largo del año. El mercado español es todavía una plaza en desarrollo en lo que a compras online se refiere y por eso sus tasas de incremento son más altas que en otros países más maduros, como Alemania y Francia.

Lo explica Noelia Lázaro, directora de marketing de Packlink, que cifra en alrededor de un 20 % el porcentaje de mercado nuevo que se retiene de una campaña a otra.

El crecimiento durante la pandemia fue exponencial, y después de ella se fue moderando, pero lo cierto es que una parte importante de los nuevos clientes españoles que prueban por primera vez el canal del comercio electrónico pasan a incorporarlo a sus hábitos de compra.

En España, esta *peak season* arranca con el Black Friday, pero continúa también en Reyes y se enlaza luego no solo con las rebajas, sino con las devoluciones de los regalos de Navidad, que en términos de envíos son también parte de este mercado del *e-commerce*.

El estudio *Golden Quarter: Tendencias de Consumo 2024* elabora-



Un operario en la estación logística de Amazon en Cambre | CESAR QUIJAN

do por Packlink sobre una muestra de 1.500 personas de diferentes mercados europeos muestra que prácticamente la mitad (un 49 %) planea incrementar su gasto en el último trimestre del año. En España, ese incremento se sitúa en el 58 %, muy por delante de otros países como Francia (42,9 %) e Italia (46 %). En Galicia, según el informe de Idealo, solo uno de cada cuatro consumidores planea abrir más la cartera durante el Black Friday.

Las previsiones de gasto en este *golden quarter* además presentan diferencias tanto en el tipo de pro-

ductos como en el perfil del consumidor. La generación Z es la que más aumentará su consumo, con un 70,3 % de los encuestados por Packlink planeando gastar más. «Era una generación que no estaba tan metida en el consumo y con edades que van desde los 12 a los 25 años, lo que más les interesa es la moda», explica Noelia Lázaro.

ROPA Y ACCESORIOS

La ropa y los accesorios, de hecho, es la categoría con mayor aumento de gasto en España, con un 71 % y seguida por la tecnología (60 %)

que es, por otra parte, la categoría de mayor interés por parte de la generación X, que a su vez es la que cuenta con mayor poder adquisitivo, lo que le permite invertir en *gadgets* que tienen los precios más elevados. Mientras, entre la generación Z triunfan, además de la moda y los accesorios, la cosmética y los productos de cuidado personal y los libros. Un 28 % de los encuestados de este tramo de edad planean incrementar su gasto en cuidado personal y un 27 % quiere dedicarlo a la compra de libros.

Por su parte, entre la generación *millennial* domina en el segmento de juguetes y de hogar y decoración. El 36 % y el 19 %, respectivamente, planean desembolsar en estos ámbitos durante este tramo final del año. «Hay que tener en cuenta que son la generación que ahora mismo tiene hijos pequeños o que está accediendo por primera vez a su propio hogar», explica la directora de marketing de Packlink sobre las tendencias que muestran cada segmento de edad en el incremento del gasto para este último trimestre.

«Lo más importante es que en cada categoría se prevé un crecimiento, lo que demuestra que en términos generales hay una buena tendencia en lo que respecta a esta parte del año tan importante para el *e-commerce*», destaca Noelia Lázaro.

CONSULTORIO EMPRESARIAL

FISCALIDAD POR LA VENTA DE PARTICIPACIONES

En primer lugar, cabe aclarar que la ganancia, o pérdida, patrimonial derivada de la transmisión de participaciones sociales tributa en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF); en cuanto dicho impuesto grava la renta del contribuyente en sus distintas y diversas manifestaciones —entre otras, las ganancias y pérdidas patrimoniales—.

La clave consiste en determinar el importe del aumento, o disminución, patrimonial derivado de la venta de participaciones sociales a efectos del IRPF. A tal efecto, han de distinguirse dos casos distintos y con diferente fiscalidad: la transmisión de las participaciones sociales mediante una compraventa y la transmisión de la totalidad de las participaciones del socio a consecuencia del ejercicio del denomina-

Hace unos meses, vendí todas mis participaciones sociales en una pequeña empresa dedicada al sector textil. Dadas las circunstancias y mi situación personal, dicha venta se cerró por un precio inferior a su valor contable. ¿Cómo debo tributar por esta operación en mi declaración de la renta? ¿Cómo se calcula la ganancia patrimonial?

do «derecho de separación».

El caso de transmisión de participaciones sociales derivada del ejercicio del derecho de separación —además de requerir la concurrencia de una serie de motivos habilitantes y requisitos de tiempo y forma— exige que la parte adquirente sea la propia sociedad; así como que la operación se formalice en una escritura de adquisición de participaciones propias por la sociedad (autocartera) y/o, en su caso, en una escritura de reducción de capital con amortización de dichas participaciones. En este ca-

so, la ganancia o pérdida patrimonial, resultará de la diferencia entre el valor de la cuota de liquidación social recibida por el socio saliente y el valor de adquisición de las correspondientes participaciones sociales.

En el caso de una compraventa ordinaria de participaciones sociales, la ganancia o pérdida resultará de la diferencia entre su valor de transmisión —no podrá ser inferior al mayor de los dos siguientes: el valor proporcional del patrimonio neto del último ejercicio cerrado, o el valor resultante de capi-

talizar al tipo del 20 % el promedio de los resultados de los tres últimos ejercicios—, y el valor de adquisición de las participaciones.

En definitiva, a la hora de determinar la respectiva ganancia patrimonial —en atención a cada uno de los casos mencionados y en cuanto cada una de las reglas pueden arrojar cuantías bien diferentes—, habremos de acudir a la regla general, cuando se trate de transmisión, total o parcial, de participaciones vía compraventa; o, a la regla especial, cuando la transmisión derive del ejercicio por el socio del derecho de separación frente a la propia sociedad.

CARUNCHO & TOMÉ.

Abogados y asesores fiscales.

Miembro de HISPAPURIS.

www.caruncho-tome.com