Comercio Jaén
Federación Empresarial Jiennense de Comercio y Servicios

Comercio Jaén Noticias

Boletín mensual de información para el comercio

MARZO de 2018 | Año X Nº 92

Código QR
www.comerciojaen.com

Índice

> EDITORIAL. P 1
> Rechazo de Comercio Jaén a la proposición de Ley para la despenalización de la venta callejera de productos falsificados. P 1
> A disposición de los comerciantes la herramienta "Facilita RGPD" que les permitirá su adaptación a la nueva normativa sobre protección de datos. P 2
> Comercio Jaén y el CCA Las Palmeras proponen al Ayuntamiento modificaciones a la peatonalización del centro para corregir los efectos negativos en las ventas. P 3
> Nuevo Plan de Inspección 2018 . P 4 y 5
> Breves. P 5
> Legislación básica del Comercio : Anteproyecto de Ley de Modificación de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la Igualdad de Género en Andalucía. P 6
> Circulares informativas.

EDITORIAL

Dinamización comercial: cuestión de disponibilidad de recursos

Cuando estudiamos iniciativas y analizamos proyectos y actuaciones que podrían ejecutarse con la finalidad de dinamizar e impulsar la actividad comercial y de este modo ayudar a mejorar la difícil situación por la que pasa el comercio minorista, el gran problema con el que nos enfrentamos, que termina por convertirse en insalvable obstáculo, es la no disponibilidad de recursos para llevarlas a cabo.

No se trata de la falta de ideas o propuestas. Éstas siempre fluyen, internamente o se nos presentan casi a diario por multitud de promotores y, en todo caso, si la imaginación flaquea sólo bastaría con imitar otras actividades celebradas con éxito en algún lugar y adaptarlas a nuestra dimensión y circunstancias particulares.

Lo que ocurre es que generalmente cuanto más exitosa es la actividad dinamizadora: una campaña, una promoción, un incentivo, una decoración, una iluminación… mayor es la cuantía de recursos económicos que hay que destinarle. Y es ahí donde el proyecto, la idea se bloquea.

Es cierto que en ocasiones se cuenta con colaboraciones, apoyos, subvenciones… pero éstas, lógicamente, están sujetas a todo tipo de requisitos y condicionantes que no permiten ni garantizan la continuidad y la periodicidad de las actividades, ni lo que es más importante, su planificación y programación en el tiempo.

Para dar solución a esta situación de bloqueo ha de producirse un cambio en el mundo asociativo, que es el que habitualmente asume y al que se le exige que realice este tipo de actividades, cambio que pasa necesariamente porque exista una obligatoria implicación de la totalidad de los comerciantes, y una vez se alcance ese compromiso se estará en condiciones de exigirlo a las Administraciones.

Por ello creemos que en el momento actual lo que se precisa, en lugar de lanzar ideas sobre la realización de actuaciones concretas, que casi nunca se plasman en realidad, es dar con un sistema que desde el asociacionismo comercial garantice la disponibilidad de recursos permanentes que permitan la planificación y ejecución en el tiempo de la actividad de dinamización de las zonas comerciales.

En Comercio Jaén estamos trabajando en esta línea y en breve expondremos un planteamiento que responde a lo que hemos expuesto. Será entonces cuando conoceremos hasta donde llega el compromiso real de cada cual.

ACTUALIDAD

Rechazo de Comercio Jaén a la proposición de Ley para la despenalización de la venta de productos falsificados

DE LLEVARSE A CABO SIGNIFICARÍA INCREMENTAR LOS EFECTOS NEGATIVOS QUE ESTA ACTIVIDAD ILEGAL PROVOCA A LOS COMERCIANTES

La Federación Empresarial Jiennense de Comercio y Servicios (Comercio Jaén) ha manifestado su total rechazo a la proposición de Ley presentada por la formación política PODEMOS para despenalizar la venta callejera de productos falsificados ya que, de llevarse a efecto, supondría un agravamiento de la difícil situación del comerciante minorista.

No tiene justificación alguna que se pretenda la defensa o el amparo de colectivos desfavorecidos por la vía de permitirles la comisión de prácticas ilegales o la rebaja de estas prácticas en su calificación a meras infracciones administrativas.

La venta ilegal de productos falsificados ha sido en los últimos 20 años una de las prácticas de competencia desleal más dañina para el comercio minorista.

Lamentablemente, en la inmensa mayoría de ciudades y poblaciones no se actuó en su momento con el debido rigor y ello ha degenerado en una práctica que ni considerándola delictiva se ha conseguido erradicar.

La hipotética despenalización agravaría, sin duda, la situación y sus efectos, ya que será entendida como un consentimiento implícito de la práctica de estas ventas.

Sin embargo, con esta despenalización en modo alguno se solventará de forma digna la situación de quienes practican esta venta ilegal y sólo habrá unos auténticos beneficiados -que son los grupos mafiosos que las controlan- y unos claros perjudicados -los propietarios intelectuales de las marcas que invierten recursos y generan empleo en su desarrollo- y el comercio minorista -que tienen que soportar cómo a la puerta de sus escaparates se venden productos falsificados con total impunidad-.

A disposición de los comerciantes la herramienta "Facilita RGPD" que les permitirá su adaptación a la nueva normativa sobre protección de datos

SE PUEDE ACCEDER A ESTA HERRAMIENTA DESDE LA PÁGINA WEB DE COMERCIO JAÉN

Como ya hemos tenido oportunidad de informar en alguna de las publicaciones de nuestro boletín digital en números pasados, desde CEPYME (organización de la que Comercio Jaén es miembro de pleno derecho en nuestra provincia) se está colaborando con la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) en la difusión de las novedades del Nuevo Reglamento que entrará en vigor el próximo 25 de mayo y como éste afecta a las empresas, especialmente las de menor dimensión, así como en dar a conocer las herramientas y guías que la Agencia pone a disposición de estas empresas para facilitar su adaptación a la nueva normativa.

A través de nuestra página web www.comerciojaen.com se puede acceder a "**Facilita RGPD**", una herramienta para ayudar a las empresas y profesionales que traten datos personales de escaso riesgo a cumplir con el nuevo Reglamento.

La herramienta está planteada como un cuestionario online con una duración máxima de 20 minutos con el que las empresas pueden, en primer lugar, constatar a través de una serie de preguntas que los datos que tratan pueden considerarse de bajo riesgo y, en segundo lugar, obtener los documentos mínimos indispensables para facilitar el cumplimiento del Reglamento al terminar el test.

La información que las empresas aporten –y que la AEPD no conserva ni monitoriza de forma alguna– les permitirá obtener esos documentos casi completados. Esas plantillas incluyen los requerimientos básicos marcados por el Reglamento, como el registro de actividades de tratamiento, la cláusula informativa, las cláusulas que deberían incluirse si la empresa contrata con un encargado del tratamiento (una gestoría, por ejemplo) y un anexo con las medidas de seguridad mínimas.

El test está dividido en cuatro bloques. En el primero, la empresa debe seleccionar cuál es su sector de actividad y el tipo de datos que trata. A continuación, una vez que se constata que los tratamientos que realiza entrañan, a priori, un escaso nivel de riesgo para los derechos y libertades de las personas, Facilita RGPD pedirá al responsable que aporte cierta información sobre su empresa (nombre, dirección, CIF o teléfono, entre otros). En el tercer bloque, la aplicación solicitará información sobre los tratamientos que realiza (clientes, empleados, currículums de candidatos, etc.). Con la información aportada, en la última fase se generarán los documentos mínimos indispensables para facilitar el cumplimiento del RGPD.

Como decíamos, el Reglamento será aplicable el 25 de mayo de 2018 y supone una aproximación distinta a la protección de datos por parte de aquellos que los tratan. La Agencia quiere fomentar su cumplimiento en la medida de lo posible, especialmente entre las pymes, que suponen el 99,8% del tejido empresarial español y para las que la adaptación al nuevo marco legal puede suponer una mayor dificultad debido, en muchos casos, a la escasez de recursos.

Empresa patrocinadora de este número:

masymas SUPERMERCADOS

Empresa patrocinadora de este número:

barchafe
Barnices – Ferretería
Bricolage-Herrajes-Tiradores

Nuestras Tiendas en Jaén:

C/ San Clemente, 11
953 240 333

C/ Cataluña 3 – Bulevar
953 889 080

C/ Millán de Priego, 66
953 271 215

Pg. Llanos del Valle - C/ De los Plateros Nave 15-17-19
953 239 219

Avenida de Andalucía, 75
953 038 193

Comercio Jaén y el CCA Las Palmeras proponen al Ayuntamiento modificaciones a la peatonalización del centro para corregir los efectos negativos en las ventas.

NINGUNA DE LAS MEDIDAS QUE SE ANUNCIARON INICIALMENTE COMO PARTE DEL PROYECTO Y QUE GARANTIZARIAN LA ACCESIBILIDAD SE HAN PUESTO EN MARCHA.

Han transcurrido más de 4 meses desde que se peatonalizara el centro de la ciudad y se ha constatado lo que ya se anunció desde Comercio Jaén de forma clara y rotunda: la peatonalización está causando graves perjuicios al comercio de la zona, no por lo que significa peatonalizar sino por cómo se está llevando a cabo: momento en el que se inició, por la improvisación y falta de rigor del proyecto y por la ausencia en la puesta en funcionamiento de actuaciones que garantizaran la accesibilidad.

No se han habilitado más parkings como se dijo inicialmente (solar de la Plaza de Santiago, con una capacidad prevista 200 plazas; espacio urbano entre la calle Senda de los Huertos y Donantes de Sangres, con una capacidad prevista de 200 a 240 plazas; aparcamiento en el antiguo Club Hípico, con una capacidad prevista de 300 plazas); ni se ha mejorado la señalización de los existentes, a todas luces insuficientes; tampoco se ha mejorado el transporte público y la puesta en marcha del tranvía sigue tan emborronada como siempre.

La consecuencia de todo ello ha sido que desde la pasada campaña de Navidad el comercio del centro no hace más que reducir sus ventas de forma drástica, y así lo están manifestando día a día sus propietarios, porque a los posibles clientes les es difícil acceder y están eligiendo otras zonas para realizar sus compras.

Es un clamor la queja del sector, y será un tremendo error en una ciudad como Jaén, en la que el comercio significa tanto para el desarrollo socioeconómico de la misma, no ser sensible a las peticiones reales del sector.

Por todo ello, transcurrido un tiempo prudencial que ha permitido valorar los efectos y las consecuencias producidas, la Federación Empresarial Jiennense de Comercio y Servicios y su asociación del comercio en el centro de la ciudad –Asociación de Comerciantes y CCA "Las Palmeras"- acordaron en Junta Directiva trasladar al Alcalde una serie de modificaciones que pueden mejorar algo la situación, por lo que deberían de ser atendidas de forma urgente.

Estas modificaciones son:

- Permitir la circulación de vehículos en la calle Roldán y Marín y su giro en la Plaza de la Constitución para continuar por Virgen de la Capilla. Esta medida descongestionaría el tráfico en la zona y lo haría más fluido sin afectar al núcleo principal que se ha peatonalizado.

La lentitud en acceder al centro de la ciudad es una de las principales quejas que manifiestan los clientes de los comercios.

- Cambiar el sentido de circulación en la calle Vicente Montuno, convirtiéndolo en ascendente desde Adarves Bajos para que, a través de Muñoz Garnica y su giro a la derecha en Ramón y Cajal, pudiera accederse al parking público del Mercado de San Francisco a través del tramo inicial de La Carrera. Ello permitirá el más fácil acceso para los habitantes de la zona sur y un doble acceso al referido parking.

- Habilitar una entrada al infrautilizado parking del teatro Infanta Leonor desde la Avenida Ejército Español, con una mínima modificación en la entrada y permitiendo el doble sentido en los pocos metros que existen desde la Avenida Ejército Español a la puerta de acceso al aludido parking. Con ello se optimizaría el uso de un aparcamiento algo retirado del centro (no mas que los propuestos en el proyecto de peatonalización) pero interesante para quienes acceden a la ciudad por la entrada Oeste, procedentes de poblaciones, entre otras, como Martos, Torredonjimeno, Torredelcampo… que accederían caminando por la calle Millán de Priego, dándole vida a ésta hasta la Plaza de los Jardinillos.

- Ampliación de la carga y descarga en el horario de mañana hasta las 12 horas mínimo.

- Señalización efectiva y útil de todas las posibilidades de aparcamiento en los parking de la ciudad, acompañada de campañas de información publicitarias en medios de comunicación sobre el proceso de peatonalización, vías de acceso, transporte público existente, parkings públicos en las distintas vías de acceso a la ciudad,…

- Puesta en marcha del engalanamiento de la zona peatonalizada.

Empresa patrocinadora de este número:

Nuevo Plan de Inspección 2018

Mediante Resolución de 19-12-2017, la Dirección General de Comercio ha aprobado el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para 2018, que constituye el marco básico de la actuación inspectora y tiene los siguientes **objetivos**:

• **Informar a los comerciantes** de los requisitos legales derivados de la práctica del comercio en Andalucía con el objeto de conseguir el desarrollo óptimo de su actividad.

• Establecer una **planificación de las actuaciones** con la finalidad de velar por el respeto a la normativa vigente en materia de comercio interior

• Proporcionar al personal de la inspección la **formación necesaria** para el ejercicio de sus funciones.

CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN

Para 2018 el Plan se divide en **siete campañas**, principalmente enfocadas a los siguientes aspectos:

→ **Campaña sobre ventas en Rebajas.** Para establecimientos que publiciten rebajas u otro tipo de ventas promocionales.

- Los **objetivos** de esta campaña son, principalmente facilitar la información suficiente sobre los requisitos generales que han de cumplir este tipo de ventas, evitar fraudes de ley e incumplimientos, evitar confusión e indefensión de los consumidores y mejorar el sector comercial.
- **Dos periodos**: Invierno/Verano.
- **Dos fases:** Campaña informativa y toma de precios; Visitas de Inspección.

→ **Campaña sobre ventas de Saldo y en liquidación.** Para establecimientos que publiciten en sus escaparates o en publicidad ventas de saldos o denominaciones similares y ventas en liquidación.

- Los **objetivos** son: Identificar los establecimientos comerciales que realicen con carácter permanente ventas de saldos y ventas en liquidación, informar de los requisitos que establece la normativa vigente y comprobar su cumplimiento; Verificar que todas las ventas en liquidación se encuentran dentro de los supuestos recogidos expresamente en el TRLCIA; Evitar incumplimientos y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales; Evitar prácticas comerciales desleales para las personas consumidoras y usuarias; Mejorar el sector comercial.
- **Periodo de realización**: Todo el año.
- **Visitas Informativas**: comprobación de requisitos y requerimiento de subsanación en caso de incumplimiento.
- **Visitas de Inspección**: en un plazo máximo de 10 días desde el requerimiento.
- **Visitas a todos los establecimientos** que comuniquen ventas en liquidación: comprobar si se cumplen los requisitos del artículo 76 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.

→ **Campaña sobre venta a pérdidas y disponibilidad de productos ofertados.** Para establecimientos que utilicen la difusión a gran escala de folletos publicitarios o anuncios en medios de comunicación respecto de las ofertas o promociones que se publiciten o anuncien.

- Sus principales **objetivos** son: Analizar los artículos y productos que son objeto de promociones u ofertas en los establecimientos comerciales a fin de constatar si existe venta a pérdida o si el comerciante dispone de existencias suficientes para atender a la posible demanda del producto ofertado; Evitar incumplimientos en la realización de este tipo de ventas promocionales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales; Mejorar el sector comercial.

- **Período de Realización**: Todo el año.
- **Visitas de Inspección** y requerimientos de documentación: se requerirán facturas de compra para analizar la posible venta a pérdida y que haya mercancía suficiente para atender la promoción;
- Informar que la negativa a suministrar datos o facilitar información requerida puede suponer infracción grave

→ **Campaña sobre ferias de oportunidades**.

- Los **objetivos** perseguidos son: Verificar que las Ferias tienen por objeto la realización de ventas en las que se ofrecen a las personas consumidoras productos en condiciones más ventajosas que las habituales; Verificar que estas ferias se realizan conforme al TRLCIA; Evitar incumplimientos y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales; Mejorar el sector comercial.
- **Período de Realización**: todo el año, cuando se tenga conocimiento.
- **Actuación Informativa**: revisar la comunicación recibida, hacer un requerimiento, en su caso. Si no existe comunicación, realizar requerimiento.
- **Visitas de Inspección** a las ferias que se celebren.

El objetivo de la campaña es el de verificar que este tipo de ferias se realicen conforme a lo previsto en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior (nueva Sección añadida relativa a los requisitos generales que deben cumplir las ferias de oportunidades, artículos 78 bis y ss).

Las visitas se realizarán a lo largo de todo el año, cuando se tenga conocimiento de este tipo de eventos en el ámbito de la provincia.

→ **Campaña general sobre establecimientos comerciales.**

- **Objetivos:** Informar del Régimen General de Horarios Comerciales aplicable a los establecimientos comerciales, así como de aquellos otros que gozan de libertad horaria, ya sea por su superficie, por su ubicación, o por los productos que tengan a la venta; Informar de la obligación de comunicación de inicio y final de la actividad al Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales; Informar de la obligación de tener expuesto en lugar visible el horario de apertura y cierre del establecimiento comercial; Evitar incumplimientos del régimen de horarios comerciales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales; Mejorar el sector comercial.
- **Periodo de Realización**: preferentemente en los meses de abril, mayo, octubre y noviembre y se tratará de que al menos el 50% de los establecimientos visitados sean establecimientos de multiproductos y de precios reducidos "tipo bazar".
- **Visitas informativas**: informar sobre la necesidad de estar inscritos en el Registro, informar sobre la normativa vigente y sus obligaciones. Se dejará constancia de las dimensiones del establecimiento.

ACTUALIDAD

→ **Campaña sobre Venta promocional "Viernes negro" o "Black Friday".**

- Los **objetivos** de esta campaña son: Facilitar a los comerciantes información suficiente de los requisitos que deben respetarse; Evitar fraudes e incumplimientos: Mejorar el sector comercial.
- **Periodo de realización:** Mes de noviembre
- **Actuación informativa:** Se girarán visitas informativas con objeto de concienciar a los comerciantes de la necesidad de respetar los requisitos establecidos por la normativa vigente para este tipo de ventas.
- **Visitas de inspección:** A los establecimientos que publiciten dicha venta promocional.

→ **Campaña sobre comercio electrónico**. En los últimos tiempos se ha incrementado este tipo de ventas, fundamentalmente las compras a través de internet. Poco a poco se ha convertido en una de las formas de venta más utilizada.
Todo ello exige de la Inspección comercial la debida vigilancia para evitar abusos que perjudiquen los derechos de los consumidores así como la realización de prácticas antijurídicas que todo buen comerciante debe desechar.
- Con esta campaña se **pretende**: Evitar fraudes de ley e incumplimientos; Evitar confusión e indefensión de los consumidores; Mejorar el sector comercial.
- La **publicidad de la oferta** recogerá los siguientes extremos:
a) Identificación, domicilio y nº de inscripción en el Registro.
b) Los datos esenciales de los productos que se ofrecen de forma que permita su identificación inequívoca en el mercado, con indicación, en todo caso, de su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso.
c) El precio total a satisfacer, distinguiendo entre el precio de venta y los impuestos aplicables, separando el importe de los gastos de envío si van a cargo de la persona consumidora, especificando la forma y condiciones de pago, así como el sistema de reembolso.
d) El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto objeto de la transacción, desde el momento de la recepción del encargo.
- Periodo de realización: Todo el año
- Fase informativa: se analizarán las páginas web para comprobar el cumplimiento del artículo 47 y en caso de incumplimiento se requerirá su subsanación.
- Fase de inspección: se comprobarán las páginas web objeto de requerimiento previo o denuncia.

Empresa patrocinadora de este número:

adm CORREDURÍA DE SEGUROS desde 1990

Asesoramos con profesionalidad e independencia a Particulares, Empresas y Colectivos en la contratación de sus seguros

Llámanos al 953 26 04 02
ó envíanos un email a info@seguros24h.es

C/ Dr. Eduardo García Triviño, 2-Bajo - 23009 Jaén

BREVES

LABTALLER EN MANCHA REAL: INTEGRACIÓN DEL MARKETING TRADICIONAL Y DEL MARKETING ONLINE EN PYMES.

El próximo 12 de abril, en horario de 11'00 a 14'00 horas, Andalucía Lab impartirá en el Centro de Guadalinfo, sito en la calle San Marcos número 3-Edificio Usos múltiples, de Mancha Real, un taller denominado "Integración del Marketing Tradicional y del Marketing Online en Pymes".

Su objetivo principal es definir unas pautas que permitan a los asistentes definir unos objetivos que les ayuden a implementar e integrar en su proyecto empresarial una estrategia de marketing mixto, que combine las acciones de marketing en Internet con las acciones de marketing tradicional.

El mismo está destinado a emprendedores, empresarios, pymes y profesionales relacionados con el sector turístico.

ÚBEDA ACOGERÁ EN 2018 EL ACTO REGIONAL DE LOS DÍAS EUROPEOS DE LA ARTESANÍA

Úbeda acogerá el próximo 6 de abril el acto andaluz de los Días Europeos de la Artesanía en 2018 y la entrega de los I Premios a la artesanía de Andalucía.

Dicha inauguración y entrega de premios será realizada por el Consejero de Empleo, Empresa y Comercio, Javier Carnero Sierra. El evento tiene por objetivo promocionar el trabajo de los artesanos, que es "clave" en este municipio y el entorno de La Loma.

En la edición de los Días Europeos de la Artesanía de este año, la Asociación de Úbeda realizó una gran exposición, la muestra "Mano a mano: a la vanguardia de la artesanía", un espacio recuperado para la cultura en la que se pudo admirar el trabajo de los artesanos locales.

LA CONCEJALÍA DE COMERCIO CONVOCA A COMERCIO JAÉN PARA TRATAR POSIBLES ACTUACIONES DE DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE LA CIUDAD

El pasado 8 de marzo las concejalas de Sanidad, Consumo y Mercados, Yolanda Pedrosa, y la de Promoción Económica y Turismo, Rosario Morales de Coca, mantuvieron un encuentro con representantes de Comercio Jaén con la finalidad de analizar el Plan de dinamización del sector comercial, que es fruto del acuerdo alcanzado en el último pleno municipal.

El objetivo principal es llevar a cabo actuaciones que promuevan y fomenten el desarrollo y crecimiento comercial de Jaén.

Comercio Jaén, en el transcurso de la reunión trasladó la necesidad de la realización de un estudio en profundidad de la situación del comercio en el casco urbano que sirva para concretar y planificar posibles soluciones a los problemas que se detectan.

LEGISLACIÓN BÁSICA DEL COMERCIO

Anteproyecto de Ley de Modificación de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la Igualdad de Género en Andalucía

El pasado 6 de marzo el Consejo de Gobierno aprobó el **proyecto de ley para modificar la Ley de Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía**, en vigor desde 2007. Los cambios introducidos dotarán a la Administración autonómica de mayor capacidad de actuación contra la discriminación, tanto el ámbito sancionador como en el de las políticas activas, además de reforzar el papel de la sociedad y la coeducación.

La principal novedad es **la incorporación de un régimen sancionador** que permitirá a la Junta de Andalucía intervenir para evitar y prevenir situaciones de desigualdad. También se habilita al Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) para investigar discriminaciones directas o indirectas por razón de género y para actuar a través de la negociación y de la remisión de informes a la Inspección de Trabajo.

Las infracciones recogidas en dicho proyecto, y las sanciones impuestas por las mismas pueden variar según su gravedad, pudiendo alcanzar **multas de entre 6.000 y 120.000 euros** en función de la gravedad, además de penas accesorias como la prohibición de acceder a ayudas públicas.

Entre las **infracciones graves y muy graves** se incluye promover la discriminación contra las mujeres en actos culturales, lúdicos, artísticos o deportivos. También se tipifican como infracciones graves las campañas publicitarias que utilicen el cuerpo femenino como reclamo o fomenten la violencia o la prostitución; el uso en centros docentes públicos de material que presente a las personas como superiores o inferiores en función de su sexo; comportamientos en función del sexo que atenten contra la dignidad de la persona o la transmisión de mensajes estereotipados de subordinación o de desigualdad en los medios de comunicación públicos.

Otra de las líneas prioritarias de la modificación de la ley es la **coeducación**, cuyos contenidos deberán integrarse obligatoriamente en el diseño y el desarrollo curricular de todas las etapas educativas. Destacan en este sentido los conocimientos sobre la contribución histórica de las mujeres, autocuidado y corresponsabilidad en el ámbito doméstico, resolución pacífica de conflictos y prevención de la violencia de género.

Para **reforzar el papel de los centros escolares como vehículos de transmisión**, la reforma garantiza el desarrollo de planes de igualdad obligatorios en todos los centros docentes y detalla las funciones específicas que desempeñarán las personas responsables de coeducación, encargadas de velar por el cumplimiento de los mismos. Igualmente novedosas son las medidas que establecen la formación obligatoria en igualdad tanto del profesorado en prácticas como del equipo directivo de los colegios e institutos públicos.

En el **ámbito socioeconómico**, el texto incluye novedades como la elaboración del Plan Especial contra la Desigualdad Salarial, de carácter autonómico, y la garantía de incorporar, en los planes de actuación de la Comisión Operativa Autonómica de la Inspección de Trabajo, una programación anual de medidas para combatir la discriminación laboral y el acoso sexual. Las medidas de carácter laboral se completan con previsiones para reforzar la conciliación y la flexibilidad horaria en el ámbito de la Administración autonómica. Entre otras medidas, destaca la reserva de al menos un 40% de las plazas de cursos de formación a personas que se incorporen después de permisos de conciliación de la vida familiar y laboral (por ejemplo, excedencias por cuidado de menores o dependientes), así como por violencia de género.

La reforma extiende el ámbito de la planificación a las entidades locales, que deberán aprobar sus propios planes de igualdad.

La reforma legal incluye un nuevo artículo dedicado al **papel de las mujeres en la ciencia y la I+D+i,** con medidas destinadas a superar los obstáculos en estos ámbitos o medidas para promover la incorporación al mercado laboral de mujeres jóvenes.

En materia de deporte, la futura ley impondrá a las federaciones, asociaciones y entidades deportivas la obligación de velar por el respeto al principio de igualdad en la celebración de pruebas y eventos deportivos.

El proyecto se completa con disposiciones relativas a la representación equilibrada en los órganos de dirección de los colegios profesionales, la obligatoriedad de un informe de impacto de género en todos los proyectos que se presenten a convocatorias públicas y subvenciones.

Finalmente, el texto prevé la elaboración de una carta de derechos en relación con el embarazo, su interrupción voluntaria, el parto y el puerperio.

Relación de últimas circulares enviadas por Comercio Jaén a comerciantes asociados

- NOTA INFORMATIVA CEOE-CEPYME ANTE LA CONVOCATORIA DE HUELGA DEL 8 DE MARZO (5 de marzo)
- DEPARTAMENTO DE POLITICAS SOCIALES: AYUDAS O INCENTIVOS A LA CREACION DE EMPLEO INDEFINIDO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EMPRESAS ORDINARIAS (9 de marzo)
- AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL, FEBRERO 2018 (12 de marzo)
- ACLARACION SOBRE LA NOTICIA APARECIDA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE AMPLIACION DEL HORARIO DE CIERRE DE ESTABLECIMIENTOS EN SEMANA SANTA EN JAEN CAPITAL (22 de marzo)
- HERRAMIENTA PARA EL TRATAMIENTO DE ESCASO RIESGO EN PROTECCION DE DATOS (23 de marzo)
- DEPARTAMENTO DE POLITICAS SOCIALES: PROYECTO DE LEY PARA MODIFICAR LA LEY DE PROMOCION DE LA IGUALDAD DE GENERO EN ANDALUCÍA (27 de marzo)
- INDICE DE COMERCIO MINORISTA (ICM), ENERO 2018 (28 de marzo)