

CONSULTORIO LABORAL

EL TRATO AL INTERINO DOCENTE

Soy funcionaria interina docente y todos los cursos estoy durante unos días sin cobrar a la espera del nombramiento. ¿Puedo reclamar estas remuneraciones?

Sobre este supuesto se ha pronunciado recientemente la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Supremo y en su sentencia determina que el impago de estos días supone un trato desigual no justificado entre los funcionarios docentes interinos y los funcionarios docentes fijos o de carrera. En el caso enjuiciado se acredita que el profesor interino tenía conocimiento de su destino a lo largo de cada curso escolar siempre con carácter previo, unos días antes de la fecha de nombramiento. La Administración lo justificaba argumentando que no era hasta el inicio del curso escolar cuando tenían que reincorporarse realmente. De esta forma, al inicio de cada curso, el funcionario interino quedaba durante unos días a la espera desde el inicio del curso escolar hasta el inicio del período lectivo sin reincorporarse ni recibir remuneración alguna; y al contrario ocurría con los funcionarios docentes fijos, que en cambio sí se reincorporaban y eran retribuidos por estos días desde el inicio del curso escolar.

Por tanto, el hecho de que la Administración tarde unos días en hacer estos nombramientos no permite tratar de forma desigual a los funcionarios interinos, puesto que no hay justificación de impago de los días comprendidos entre el inicio del curso escolar y el inicio del período lectivo, lapso de tiempo en que los docentes interinos no tienen aún nombramiento y, por tanto, no recibían ninguna remuneración.

En conclusión, la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Supremo entiende que no es justificación para el trato desigual que las funciones docentes que están llamados a desempeñar los funcionarios interinos se desarrollan desde el inicio del período lectivo y no desde el comienzo del curso escolar, pues esto comporta un trato discriminatorio no justificado con respecto a los funcionarios docentes fijos o de carrera.

CATARINA CAPEÁNS AMENEDO
es abogada laboralista de Vento abogados y asesores (www.vento.es).

Herramientas que multiplican el potencial de las pymes en la red

Galvintec, firma tecnológica del Grupo Alvariño, desarrolla dos soluciones tecnológicas para gestionar los procesos que implica la venta «online»

Olga Suárez

Los pequeños comercios se enfrentan al reto de hacer frente a la gran competencia que encuentran en grandes espacios comerciales y multinacionales, y tienen en internet un aliado para hacerse grandes, pues la red les permite aumentar su margen de maniobra y poder vender más allá de la calle misma en la que tienen su negocio. Pero, para ello, necesitan tener buenas herramientas para gestionar su inventario, sincronizar su plataforma digital u optimizar su logística. Ahora, todas estas funciones las tienen integradas en Moodular, una plataforma 4.0 que ha desarrollado Galvintec, la firma tecnológica del Grupo Alvariño especializada en desarrollos para el comercio electrónico y la logística. «Al proporcionar soluciones nativas y en una sola plataforma, las pymes evitan configurar soluciones de terceros, ahorran tiempo y reducen el coste de la gestión de su canal digital», explica Moisés Mateo, CMO de esta tecnológica, que destaca que esta solución se personaliza a la medida de cada empresa. Desde una única plataforma, las pymes pueden comercializar en múltiples canales y ver además en tiempo real datos como el estado de los pedidos, métricas de ventas o gestión del inventario.



Control de inventario en la firma Pera Limonera con la solución de Galvintec.

La herramienta se ha implantado ya en algunas firmas, como Pera Limonera, una pequeña empresa del sector del calzado con sede en Melide, que además va a complementar sus funcionalidades con SmartGecko, otra solución que combina recursos basados en la inteligencia artificial para implantar un modelo de almacén 4.0 que acompañe la expansión del comercio electrónico. «Las empresas que venden en línea a través de varios canales, como su propio sitio web, Amazon o eBay, se enfrentan a una

serie de desafíos que deben ser gestionados de manera eficiente para garantizar el éxito de su negocio», explica el responsable de marketing de Galvintec. El primero de estos retos pasa por la buena gestión del inventario, que debe controlarse de manera eficiente para asegurarse de que los productos estén disponibles para su venta y evitar quedarse sin existencias; y el segundo es la sincronización con todos los puntos de venta virtuales para que la información sea coherente y actualizada.

Todo este proyecto es fruto del trabajo conjunto liderado por Galvintec, con Amodo Soluciones y SIMER-Grumerosa, es uno de los desarrollos seleccionados en el Programa Conecta Hubs de la Xunta y la Axencia Galega de Innovación dirigido a promover acciones colaborativas entre empresas en las áreas de especialización de los hubs de innovación digital estratégicos para la comunidad. En este caso, el software optimiza el sistema de gestión de almacén a lo largo de toda la cadena de tareas que implica la gestión de órdenes de pedido y el proceso de picking, que en logística se refiere a la tarea de preparación de encargos. «Desde que se recibe un pedido, sea por venta en el canal digital o por el físico, SmartGecko administra a la perfección los recursos logísticos de la empresa, eliminando ineficiencias», señala Mateo.

Además, este nuevo software integra un sistema de escaneo de mercancía a su llegada al almacén que permite su distribución desde el primer momento al canal de salida. De esta forma, se evitan movimientos innecesarios de productos en el almacén, y se consigue el aprovechamiento máximo de la superficie logística y del tiempo del personal encargado de estas operaciones, con la consiguiente mejora en los costes.

CONSULTORIO EMPRESARIAL

REPUTACIÓN Y RESEÑAS FALSAS EN INTERNET

Las reseñas falsas son un problema muy frecuente en las plataformas de servicios digitales, ya que se trata de contenidos generados por usuarios, sin comprobación previa de su veracidad por parte de las propias plataformas que los publican. Ciertamente, estas reseñas falsas pueden causar daños en la reputación y visibilidad digital de las empresas y, en consecuencia, en sus ventas; cada vez son más los usuarios que consultan estas plataformas antes de llevar a cabo una compra o consumir en un negocio.

La primera recomendación ante esta situación es que se solicite directamente al autor de la reseña negativa que proceda a su eliminación y que cese en su comportamiento vejatorio, a través de un requerimiento formal—o, in-

Hace unas semanas, tuvimos una experiencia desafortunada con un cliente en nuestro negocio. A raíz de esto, nuestro perfil de Google está recibiendo una serie de reseñas negativas tanto por ese cliente, como por parte de perfiles falsos, en las que transmiten una información que no es cierta. Estas reseñas están haciendo bajar la puntuación que mi negocio tenía en Google, de 4,6 estrellas ha pasado a ser de 3,9, por lo que está afectando gravemente a mi reputación. ¿Existe alguna forma de eliminar estos comentarios?

cluso, mediante una propuesta de conciliación, si la gravedad de las reseñas lo requiere—. No obstante, esta opción solo será posible si el contenido lo ha creado un perfil cuya identidad no sea falsa. Si el autor se niega a cesar en su actividad y a eliminar los comentarios—o si la reseña ha sido creada por un perfil cuya identidad es falsa—, cabe denunciar los comentarios a través de Google. Esto se hará entrando en el perfil de

Google de la empresa y seleccionando, sobre la reseña falsa, en el icono de tres puntos suspensivos que se encuentra a la derecha del comentario, «Marcar como inadecuado», e indicando el motivo de la inadecuación de la reseña (contenido inadecuado, problemas legales o de privacidad, no corresponde al sitio web, etcétera). Por último, cabe recordar que tanto los empresarios personas físicas, como las propias em-

presas, son titulares del derecho al honor, un derecho fundamental consistente en el derecho al crédito y la fama, entendida como la reputación empresarial o el prestigio profesional. Por lo tanto, si el cliente continúa publicando reseñas con contenido falso, o inadecuado, que puedan llegar a afectar de forma grave a la reputación del empresario o de la empresa, cabe la interposición de una demanda reclamando la indemnización de los daños y perjuicios causados—tanto económicos, como morales—, e incluso, de una querrela criminal por injurias y calumnias.

CARUNCHO & TOMÉ.
Abogados y asesores fiscales.
Miembro de HISPAPURIS.
www.caruncho-tome.com