

CONSULTORIO LABORAL

EL PERMISO PARA UNA CITA MÉDICA

¿Pueden despedirte por aprovechar el permiso de una cita médica para acudir a un centro comercial en horario de trabajo?

Los trabajadores tienen derecho a acudir a citas médicas siempre y cuando avisen con antelación a la empresa. El permiso será retribuido si así lo establece el convenio colectivo o existe acuerdo con la empresa; en caso contrario, el trabajador podrá ausentarse del puesto de trabajo, pero la empresa no le pagará el tiempo empleado en acudir al centro médico. Si la cita médica tiene lugar durante la jornada laboral, el trabajador debe emplear el tiempo estrictamente necesario para acudir a la consulta, debiendo regresar al trabajo cuando esta finalice. Es decir, el permiso para acudir al médico no significa la concesión de un día libre. Incumplir esta obligación no siempre supone que la empresa pueda despedir al trabajador, como así lo ha reflejado el Tribunal Superior de Xustiza de Galicia en la reciente sentencia del 4 de mayo de 2023, donde una trabajadora, antes de acudir a la consulta médica, decide realizar unas compras en un centro comercial durante 23 minutos. Para acreditar dicha conducta, la empresa contrató a un detective privado que realizó un seguimiento a la trabajadora durante dicho día. La empresa decide despedirla alegando en la carta de despido, entre otras conductas, que el permiso concedido se ceñía exclusivamente a la consulta médica y, por lo tanto, no podía emplear dicho tiempo en asuntos de índole personal. La empresa entiende que se han producido incumplimientos contractuales consistentes en la transgresión de la buena fe contractual, así como el abuso de confianza en el desempeño del trabajo. Sin embargo, el tribunal declara que el despido no tiene amparo legal, alegando que «aprovechar 23 minutos para comprar algo en un centro comercial no parece causa de despido, ya que la conducta no es lo suficientemente grave y culpable». Para llegar a esta solución, se ha valorado el tiempo empleado para realizar las compras, la hora de la consulta, y la distancia entre el centro de trabajo y el centro médico.

ELÍAS LLOVES SUÁREZ es abogado laboralista en Vento abogados y asesores (www.vento.es).

La solución para ahorrar hasta el 40 % de energía en climatización

Eficia, presente en Galicia en tiendas como Decathlon y Fnac, modula con un sistema de telecontrol la temperatura e iluminación de espacios comerciales

O. P. Arca

Un ahorro energético de entre el 15 % y el 40 % es la propuesta de Eficia con una solución de telecontrol que permite mantener un adecuado confort térmico en edificios comerciales. La firma especializada en la gestión energética de edificios incorporó ya esta solución en Galicia en algunos espacios comerciales como tiendas de Decathlon, Fnac y Brico Depot, que se suman a los más de 3.000 edificios en los que se han instalado sistemas de automatización y control de la empresa con sede en Madrid.

Desde Eficia sostienen que el confort térmico se ha convertido en una prioridad para el bienestar y la productividad de los trabajadores y la satisfacción de los clientes, pero «desafortunadamente muchos edificios en España carecen de sistemas eficientes para mantener una temperatura óptima, lo que genera elevados costes de energía y comodidad». La firma trabaja además en la modulación de la intensidad lumínica para crear ambientes personalizados en diferentes momentos del día y en distintas áreas, cuestión especialmente relevante en el sector retail.

Esta empresa *green tech* o de tecnología limpia señala que adapta el consumo energético a la vida real, teniendo en cuenta las pecu-



El personal de la firma monitorea a distancia la climatización de los edificios.

liaridades de cada entorno: «No se trata solo de datos o de enfocarnos únicamente en generar ahorros energéticos sin tener en cuenta el confort de los ocupantes. Desde oficinas a tiendas, aplicamos nuestra experiencia en más de 3.000 edificaciones que ya telegestionamos, ajustando la climatización de manera inteligente, considerando los horarios de ocupación y las preferencias de cada cliente».

Explican que la clave está en un control permanente, las 24 horas y todos los días. En esa línea, añaden

que «un enfoque de vanguardia en la gestión térmica nos permite mantener la temperatura ideal en cada espacio. Mediante la implementación de sistemas de seguimiento permanente por nuestros ingenieros energéticos, monitoreamos y ajustamos constantemente la climatización para garantizar que tanto clientes como colaboradores disfruten de una experiencia cómoda». Y el resultado es un ahorro energético que se mueve en una horquilla que arranca en el 15 % y llega al 40 %.

Junto a la climatización, Eficia considera la iluminación como otro factor clave para el bienestar de los ocupantes de los edificios. Añaden que una iluminación adecuada no solo mejora la productividad y la satisfacción de los empleados, sino que también puede influir en la elección de los clientes sobre el tiempo que permanecen en una tienda, una decisión que tiene una traducción directa en un posible incremento de ventas.

«Se trata de brindar confort mientras actuamos de manera responsable con el entorno y hacemos más eficiente el consumo energético. Esto permite no solo mejorar la calidad de vida, sino que también genera ahorros energéticos importantes», beneficiando tanto a empresas como empleados, clientes y al medio ambiente.

CONSEJOS

La empresa ofrece distintas recomendaciones para un plan de eficiencia energética, en caso de no tener implementada su solución de confort térmico. Entre ellas, figura limitar en verano el aire acondicionado a 25 o 26 grados, y mantener la diferencia con la temperatura exterior en ocho grados, así como controlar la climatización en función de la climatología, los horarios de actividad y la inercia térmica del edificio.

CONSULTORIO EMPRESARIAL

REDES SOCIALES Y SOCIOS DE EMPRESA

El aumento de nuestra presencia en internet —cuentas en redes sociales, correo electrónico o contratación de servicios—, ha puesto sobre la mesa una nueva problemática. ¿Qué ocurre con nuestra huella *online* cuando fallecemos? Esta pregunta nos conduce al denominado testamento digital, relativo a la inclusión en el testamento tradicional de instrucciones sobre qué hacer con la huella digital de una persona.

La Ley de Protección de Datos dispone que las personas vinculadas al fallecido —por razones familiares o de hecho—, así como sus herederos, podrán dirigirse a los prestadores de servicios de la sociedad de la información para acceder a los contenidos del propio fallecido y darles las instrucciones oportunas sobre su utiliza-

Soy administrador de una empresa y mi socio ha fallecido. El marketing digital de la empresa se realizaba a través de su perfil personal en redes sociales y me surgen diversas dudas ¿Se heredan las cuentas en redes sociales? ¿Quién decide qué sucederá con las redes sociales del socio fallecido? ¿A qué contenido se puede acceder?

ción, destino o eliminación. Concretamente, se establece que esas personas podrán decidir sobre el mantenimiento o la eliminación de los perfiles personales de personas fallecidas en redes sociales, salvo que el fallecido hubiera decidido acerca de esta circunstancia, en cuyo caso se estará a lo decidido por este.

No obstante, la ley no permite el acceso al contenido privado del fallecido en las redes, como serían los mensajes intercambiados de forma privada con otros usuarios. De hecho, algunas redes sociales

incluyen opciones para mantener activo el perfil de una persona fallecida, brindando la posibilidad de convertir la cuenta en conmemorativa, identificándola con las palabras «en memoria de».

Por ejemplo, en Facebook, es posible designar un contacto de legado, elegido para ocuparse de la cuenta si esta se convierte en conmemorativa. Sin embargo, la persona designada no podrá iniciar sesión en la cuenta, leer mensajes, eliminar o aceptar solicitudes de amistad. Instagram también permite la creación de perfiles con-

memorativos — *Remembering* —, exigiendo proporcionar el nombre del usuario del fallecido, la fecha y el certificado de defunción, además de una foto del obituario.

En definitiva, los prestadores de servicios se encuentran obligados a cumplir con la solicitud de los herederos legítimos sobre el mantenimiento o la eliminación de los perfiles en redes sociales de personas fallecidas. Por lo tanto, en este supuesto, si su socio fallecido no le ha designado expresamente, el acceso a sus redes sociales estará limitado a lo que decidan sus familiares o los herederos legítimos.

CARUNCHO, TOMÉ & JUDEL
Abogados y asesores fiscales.
Miembro de HISPAPURIS.
www.caruncho-tome-judel.es