

## CONSULTORIO LABORAL

### CINCUENTA EMPLEADOS EN PLANTILLA

¿Cuáles son las obligaciones que tiene la empresa al alcanzar las cincuenta personas trabajadoras?

Las obligaciones desde un punto de vista laboral al alcanzar las cincuenta personas trabajadoras son las siguientes: 1) Cuota de reserva de puestos de trabajo para personas con discapacidad, que consiste en la obligación de tener contratados, como mínimo, a un 2% de trabajadores con discapacidad; 2) Plan de igualdad: las empresas de más de cincuenta trabajadores están obligadas a elaborar y aplicar un plan de igualdad; 3) Registro retributivo anual: las empresas, con independencia del número de empleados, también deberán realizar un registro con los valores medios de salarios, los complementos salariales y las percepciones extrasalariales de su plantilla, desagregados por sexo y distribuidos por grupos profesionales, categorías profesionales o puestos de trabajo iguales o de igual valor. Este registro tendrá carácter anual y deberá actualizarse en caso de existir cambios sustanciales en la empresa; 4) Protocolo de acoso laboral, que forma parte del contenido del plan de igualdad; 5) Protocolo de desconexión digital: el derecho a la desconexión digital está configurado en el art. 88 de la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales que recoge que «los trabajadores tendrán derecho a la desconexión digital a fin de garantizar, fuera del tiempo de trabajo legal o convencionalmente establecido, el respeto de su tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como de su intimidad personal y familiar». En dicha normativa se contiene el deber de contar con una política interna para el ejercicio del derecho a la desconexión digital; 6) Acuerdos de teletrabajo (si está implantado). Desde la entrada en vigor del Real RD 5/2023 todas las empresas que acudan a la modalidad de teletrabajo o trabajo a distancia tienen que formalizar y firmar un acuerdo de teletrabajo. Para poder ser considerado como teletrabajo, se requiere un porcentaje mínimo de un 30 % sobre el total de la jornada durante un período de 3 meses.

CATARINA CAPEÁNS AMENEDO es socia de Vento abogados y asesores.

# Datalife, el impulso digital para las ciencias de la vida en Galicia

El hub gallego, que acaba de cumplir cuatro años de vida y ha llegado a 5.000 pymes, es uno de los 12 en España cofinanciados por la UE

T. Montero

Nacieron en el 2019 y durante estos cuatro años se han convertido en uno de los motores de digitalización de las pymes relacionadas con las ciencias de la vida en Galicia. Datalife, el hub de innovación digital, ha captado en este tiempo un total de 22 millones de euros, de los que alrededor de diez corresponden a fondos europeos.

La asociación Datalife nació en el 2019 mediante un convenio que la Xunta y durante estos años ha ido haciendo un diagnóstico del sector y madurando como hub, así como participando en proyectos (ha sido fuerza tractora de un total de 27 a lo largo de este tiempo) y poniendo en marcha planes de digitalización para las empresas que forman parte del ámbito de ciencias de la vida, ya sea en el sector agroalimentario, de alimentación, forestal y de la madera, salud y cuidado o biotecnología.

Lo explica Lucía Castro, gerente de Datalife, que subraya también el hito que alcanzó a finales del 2022, cuando la Comisión Europea los escogió Hub europeo de innovación digital, lo que ha significado una financiación de 5,5 millones procedente de la UE para un consorcio que es totalmente gallego y del que solo hay una docena en España. Ese presupuesto permite hacer todo tipo de ser-



Una imagen de grupo de los miembros del equipo y los socios que forman el hub Datalife.

vicios: acceso a financiación a través de convocatorias e inversores privados, la creación de un catálogo formativo sobre las tecnologías de especialidad.

«Ahorra mismo podemos dar servicios de hasta 60.000 euros por pyme y sin coste para ella», explica la gerente. Este año han tenido reuniones con más de sesenta empresas y alrededor de una treintena probablemente reciban servicios tecnológicos.

«Creemos que la oferta tecnológica tiene que estar ahí», subraya Castro. Por eso también mentorizan a empresas emergentes, sobre todo porque «en Galicia tenemos muy buena cantera de proveedo-

res tecnológicos». El proyecto además da acceso a una red europea «y si hay algo que nosotros no podemos ofertar directamente a una pyme, la ponemos en contacto con esa red».

Según los datos aportados esta misma semana por la Xunta tras la asamblea ordinaria del hub, Datalife ha llegado hasta el momento a 5.000 pymes y permite mejorar el posicionamiento internacional de los agentes gallegos de innovación. Eso, en una comunidad que, en términos generales «está en la media europea», aunque hay variedad en función del sector y el tamaño de la empresa y hay que tener también en cuenta que las mi-

cropymes tienen todavía mayores dificultades en la digitalización. «Galicia no tiene nada que envidiarle a otras regiones europeas y de hecho tenemos ejemplos de cosas muy bien hechas», matiza Lucía Castro.

El trabajo de Datalife es infinito, porque las tecnologías avanzan y el siguiente reto es, cómo no, la inteligencia artificial. «En salud y biotecnología ya se está utilizando mucho» gracias a la historia clínica digital, puntera en Europa, pero también en agricultura y mar hay ya proveedores tecnológicos y centros de referencia. «Para los retos que se nos plantean a futuro la inteligencia artificial es crítica».

## CONSULTORIO EMPRESARIAL

### LAS VENTAS DEL LUJO EN EL CANAL DIGITAL

Sí, efectivamente, este tipo de cláusulas ha venido siendo habitual, aunque, progresivamente, van siendo eliminadas, o matizadas. Tradicionalmente, las marcas de lujo imponen este tipo de restricciones a sus distribuidores autorizados, argumentando la necesidad de luchar contra la falsificación. En otras ocasiones, además de estas razones, los fabricantes mantienen que la finalidad de la prohibición es preservar, precisamente, la imagen de lujo y calidad suprema de sus productos.

En cierto modo, las marcas de este sector pretenden evitar, por así decirlo, la vulgarización de sus productos —mediante una comercialización masiva y poco cuidada— y también garantizar que sus márgenes comerciales no se reduzcan, pues solo pue-

**Soy distribuidor autorizado de productos fabricados y comercializados por una marca de prestigio en el sector del lujo. Tengo firmado un contrato que, como minorista, me concede el derecho de distribución sobre tales productos, incluyendo una importante limitación, pues me prohíbe la venta a través de Internet. Tal prohibición me supone una grave limitación en mi actividad, pues las ventas en línea tienen un gran crecimiento y este canal de comercialización me está vetado ¿Este tipo de cláusula de prohibición es habitual? ¿Puede considerarse una cláusula ilegal?**

den vender los distribuidores autorizados, de forma que ningún otro operador del mercado pueda vender esos productos y, por tanto, competir en precio. La inclusión de este tipo de cláusulas, prohibiendo la venta digital por los distribuidores autorizados, ha sido benéfica por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, que asegura que esta práctica no vulnera el principio de libre compe-

tencia en el mercado. Y asume el argumento de los fabricantes del sector del lujo: la venta por internet supone un riesgo para la imagen de sus productos.

Sin embargo, recientemente, se está cuestionando esta línea favorable a los fabricantes, pues se razona que existen plataformas de distribución de productos de lujo que sí preservarían la imagen de sus productos. Y, además, esa me-

didada no es proporcionada y existen alternativas para luchar contra la falsificación, sin necesidad de una decisión tan radical como la prohibición de ventas en el canal digital. En definitiva, partiendo de que un fabricante es libre a la hora de organizar la red de distribución de sus productos, esa libertad ha de ejercerse conforme a la normativa reguladora de la competencia.

En ese sentido, la prohibición de ventas en línea impuesta por los fabricantes de lujo a los distribuidores podría llegar a considerarse, dadas las concretas circunstancias del caso, una cláusula ilegal.

CARUNCHO & TOMÉ.

Abogados y asesores fiscales.

Miembro de HISPAPURIS.

[www.caruncho-tome.com](http://www.caruncho-tome.com)