

CONSULTORIO LABORAL

JUBILACIÓN ANTICIPADA VOLUNTARIA

¿Es posible el complemento de maternidad en la jubilación anticipada voluntaria?

La Sala de lo Social del Tribunal Supremo, en su sentencia para la unificación de doctrina del 31 de mayo de 2023, resuelve la controversia planteada de si procede el reconocimiento del complemento de maternidad por aportación demográfica a una mujer que había accedido a la prestación de jubilación en la modalidad de anticipada voluntaria. Y entiende que la redacción del anterior artículo 60 de la Ley General de Seguridad Social «no puede ser más clara y terminante a la hora de excluir expresamente la pensión de jubilación voluntaria de las prestaciones de Seguridad Social que pueden generar el derecho a la percepción de ese complemento». Y ello siguiendo la doctrina del Tribunal Constitucional (auto 114/2018) que considera que «no resulta arbitrario ni irracional excluir a las madres que han optado por recorrer su carrera de seguro al acceder voluntariamente a la jubilación anticipada, por cuanto el objetivo del complemento de maternidad es compensar a aquellas madres que, por su dedicación al cuidado de los hijos, y pese a su intención de tener una carrera laboral lo más larga posible, no hayan podido cotizar durante tantos años como el resto de trabajadores; parece razonable no reconocerlo a quien, pudiendo haber cotizado más años, se acoge a la jubilación anticipada voluntaria». Además, tampoco cabe la aplicación retroactiva de la nueva redacción del artículo mencionado dada por el Real Decretoley 3/202, ya que esa norma no contiene ninguna previsión específica de la que pudiese derivarse la posibilidad de aplicarla a prestaciones causadas con anterioridad a su vigencia. Por último, esta sentencia aclara que no puede invocarse la perspectiva de género como criterio para el reconocimiento del complemento de maternidad a la jubilación anticipada voluntaria, por cuanto la discriminación por razón de sexo se da entre trabajadores y trabajadoras. Y en este caso, el criterio para denegar el complemento se debe a las condiciones de jubilación.

GLORIA PIRE CASTAÑO es abogada laboralista de Vento abogados y asesores (www.vento.es).

El año dulce de Torres y Carrera: crece un 30 % en su aniversario

La consultora de comunicación y marketing digital rozó los 4 millones de euros en ingresos en el 2023, mientras celebraba veinte años de historia

M.A.P.

El 2023 pasará a la historia de la consultora de comunicación y marketing digital Torres y Carrera como un año dulce. La compañía logró situar su facturación en 3,9 millones de euros en el ejercicio que celebraron su vigésimo aniversario, otra cifra redonda. Alcanzaron esta cifra de negocios a través de sus oficinas de Vigo, Madrid, Barcelona, Valencia, Lisboa y Ciudad de México. Y ahora van a por más: pretenden superarse a sí mismos este 2024 y rebasar la barrera de los 4 millones en ventas.

«El año pasado cumplimos 20 años como empresa y cumplimos muchos sueños», destaca Paula Carrera, socia fundadora y presidenta de esta compañía. Crecieron a un ritmo del 30 % ofreciendo servicios de consultoría estratégica, marketing digital, creación de eventos, formación de portavoces, *branded content*, diseño y creatividad, asuntos públicos y ESG. La máxima responsable de la agencia reconoce la labor de una plantilla que ya alcanza los 60 trabajadores para seguir creciendo. «Detrás de las cifras están las personas: hay un enorme esfuerzo por abordar proyectos innovadores y comprometidos».

A nivel de grupo, la consultora destaca la actividad desarrollada por su equipo situado en Ciudad



Torres y Carrera la conforman una plantilla de sesenta trabajadores.

de México, lo que les ha permitido generar un negocio valorado en 4,3 millones de euros. También cuentan con capacidad operativa en Colombia, Ecuador, Brasil, Uruguay y Argentina gracias a acuerdos con agencias segregadas. Opera en el ámbito internacional con el grupo CombyCom.

Desde Torres y Carrera destaca la publicación de un libro centrado en la investigación de noticias falsas (es el término que sugiere la Fundéu para insistir en el matiz de adulteración premeditada) como otro de los hitos editoriales que al-

canzó la compañía en el 2023. Se trata de *Un mundo de mentira*, escrito por Xurxo Torres, director general de la empresa, y publicado por Gestión 2000, del grupo Planeta.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En los últimos años, la transformación digital se ha convertido en una necesidad de las empresas y desde Torres y Carrera las acompañan para reforzar su posicionamiento, definir la misión de la compañía y dotarlas de una identidad digital sólida. Conscientes de las exigencias que implica un plan

de comunicación en la actualidad, han construido un equipo multidisciplinar con periodistas, profesionales de la publicidad, del marketing y del entorno web, con perfiles de las ciencias políticas y las económicas, además de un equipo de arte y creatividad.

La compañía, que tiene una fuerte presencia en Galicia, sigue disfrutando su momento dulce, pero ya está enfocada en los objetivos sobre los que trabaja este 2024, que tiene muy claros. La consultora tratará de reforzar su estrategia de ESG, siglas tomadas del inglés que se refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo que se tienen en cuenta a la hora de medir el rendimiento de una empresa.

«A pesar de lo mucho que se ha desarrollado el área en los últimos años, nunca es suficiente», apostilla Nieves Barousse, socia y directora. En este sentido, destacan la adhesión de Torres y Carrera al programa 'Donde están ellas', desarrollado por la Oficina del Parlamento Europeo en España y que impulsa políticas de compromiso medioambiental y social entre las empresas que participan.

La Fundación Alba Torres Carrera, que este año sigue la estela de su matriz y cumple veinte años, también sirve a la compañía para canalizar otras iniciativas de responsabilidad con la sociedad.

CONSULTORIO EMPRESARIAL

PRODUCTO DEFECTUOSO Y RESPONSABILIDAD

Con carácter previo, se ha de aclarar que la responsabilidad por un producto defectuoso corresponde al fabricante. No obstante, el distribuidor que lo haya puesto en circulación será igualmente responsable subsidiario si, tal como es el caso, requerido a tal efecto, no hubiese identificado al fabricante del producto. La duración de la responsabilidad por productos defectuosos finaliza en el plazo de diez años, desde la fecha en que el producto se hubiera puesto en circulación. No es razonable prolongar tal reponsabilidad durante un plazo ilimitado. La puesta en circulación del producto se produce cuando sale del proceso de fabricación y entra en el proceso de comercialización, quedando a disposición del público para su consumo. A partir de tal fecha,

Desde hace más de diez años, soy distribuidor de productos de peluquería y estética, cuyo fabricante es una empresa tercera con domicilio en Francia. Hace unos días he recibido una reclamación de una persona usuaria de uno de los productos de mi distribución, informándome de que ha sufrido una serie de daños físicos supuestamente como consecuencia del uso de ese producto. Al mismo tiempo, me traslada una reclamación económica, a modo de indemnización de daños y perjuicios, y me requiere para que le facilite los datos del fabricante. ¿Qué tipo de responsabilidad tengo como distribuidor de un producto? ¿Cuánto tiempo dura esa responsabilidad? ¿Estoy obligado a facilitar los datos del fabricante del producto?

empieza a contar el plazo de diez años, de tal forma que es un plazo objetivo que no se inicia, en cada caso, desde que un consumidor concreto adquiere o utiliza el producto, sino desde su puesta a disposición del público en general. Sin embargo, una cosa es el plazo de duración de la responsabilidad del fabricante —o, en su caso, sub-

siariamente, del distribuidor—, el límite temporal general del derecho a reclamar por un producto defectuoso, y otra el plazo para presentar una reclamación por parte de un afectado concreto que haya sufrido un daño. En este último caso, aquella persona que haya sufrido el daño, y conocido el defecto y la identidad del respon-

sable, tiene un plazo de tres años para presentar su reclamación, transcurrido el cual prescribirá su acción y ya no podrá reclamar. En definitiva, resulta de todo punto recomendable que, si el distribuidor de un producto defectuoso es requerido para identificar al fabricante, lo haga de inmediato, para evitar ser considerado responsable de los daños reclamados. Además, procede advertir que si el distribuidor suministrase el producto conociendo la existencia del defecto, su responsabilidad frente al perjudicado será directa, y no únicamente subsidiaria de la del fabricante.

CARUNCHO & TOMÉ.

Abogados y asesores fiscales.

Miembro de HISPAPURIS.

www.caruncho-tome.com