

## CONSULTORIO LABORAL

### LIBERTAD O DIFAMACIÓN

¿Qué derechos asisten a las empresas o titulares de negocios cuyas firmas tienen que soportar comentarios negativos en las redes sociales o plataformas de difusión pública?

La libertad de expresión con frecuencia entra en colisión con otros derechos como el de el honor, a la intimidad y a la propia imagen, algo que resulta difícil de ponderar.

Hoy en día, no son pocas las ocasiones en que las empresas o titulares de negocios tienen que lidiar con reseñas o comentarios negativos en redes sociales, internet o cualesquiera otras plataformas de difusión pública. Siempre que este tipo de comentarios o valoraciones sean veraces, no falten al respeto o incurran en graves agravios personales o profesionales, poco se puede hacer más que soportarlos o dar una respuesta a los mismos para aclarar o dar una explicación a esos hechos.

Ahora bien, cuando este tipo de conductas provienen de personas trabajadoras o exempleados que profieren acusaciones falsas, insultos o faltas de respeto, podría incurrir en una intromisión ilegítima en el honor del destinatario de las mismas dando lugar incluso a una indemnización por daños y perjuicios ocasionados a la empresa.

En este sentido, se pronunció el Tribunal Supremo en sentencia de 23 de julio del 2023 condenando a un expleado de una empresa que publicó en internet acusaciones difamatorias frente a su exempresa, con mensajes denigrantes e inveraces a fin de presionar y conseguir una mayor indemnización en su finiquito, acusándole de explotar a sus empleados, obligarles a realizar jornadas maratónicas o no pagar los correspondientes finiquitos. La empresa le demanda por intromisión ilegítima en su honor solicitando 7.000 euros por daños y perjuicios. El alto tribunal considera que estos comentarios no son libertad de expresión y no justifican la difamación sin prueba, condenando al expleado a una multa de 5.000 euros y obligándole a eliminar dichas publicaciones.

Por tanto, debemos de tener cuidado con este tipo de reseñas puesto que lo que podríamos considerar una valoración podría suponer una reclamación por parte de su destinatario.

IRIA LODOS GAVÍN es abogada laboralista en Vento abogados y asesores.

# Moodular, la solución que hace avanzar las ventas «online»

La plataforma de la compañía Galvintec integra todos los procesos que implica este negocio en el canal digital, como inventarios y logística

## Redacción

La búsqueda de soluciones integrales para la gestión del inventario, la sincronización con los marketplaces en los que se comercializa los productos y la adecuada coordinación e integración de su logística son las propuestas que ofrece la solución digital Moodular al comercio online. Se trata de la gestión integral de todos los procesos que implica la venta por internet. Así lo explicaba esta semana Moisés Mateo, director de Operaciones de Galvintec, firma TIC del Grupo Alvariño especializada en desarrollos para el e-commerce, en el marco del evento EcommerceDay, organizado por el Cluster do E-commerce Galego y Marketing4eCommerce, que ha reunido en Pontevedra a las principales empresas y expertos del sector a nivel nacional.

«Moodular es una plataforma basada en la nube que incluye soluciones e-commerce nativas, módulos específicos para la sincronización con los marketplaces y una solución de software en gestión de almacenes de última generación para la optimización de la logística», destacó el directivo Moisés Mateo. Tal y como expuso, «al proporcionar este tipo de soluciones en una sola plataforma, con Moodular, las pymes pueden evitar la necesidad de adquirir y configurar soluciones de



Momento de la jornada de presentación de la plataforma en Pontevedra

terceros, ahorrando tiempo y reduciendo el coste de la gestión de su canal digital, y permitiendo además personalizar estas soluciones a la medida de la empresa».

Las empresas pueden, además, comercializar en múltiples canales, llegando a un público más amplio y aumentando así la visibilidad de sus productos y sus posibilidades de venta. Tal y como se puso de manifiesto en el encuentro, desde esta herramienta, también se puede acceder a toda la información en tiempo real, como el

estado de los pedidos, las métricas de ventas y la gestión del inventario. Todo ello facilita el aprendizaje de su manejo por parte del equipo y hace que el proceso de ventas incremente su eficiencia.

La eficacia de cualquier negocio que sustente sus ventas a través de los canales digitales se enfrenta a una serie de retos. «El primero 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; debe estar actualizado en todos los canales de venta y tener una visión global del mismo». Otro de los aspectos a tener en cuenta es «la coordinación con los marketplaces». En este campo, las empresas deben armonizar su listado de productos disponibles, precios y descripciones de los artículos con las plataformas de venta en línea para asegurarse de que la información sea coherente y actualizada. Además, aseguran los autores de la solución digital, deben gestionar los pedidos y pagos en tiempo real para evitar errores y retrasos que demoren o puedan frustrar la venta.

Por último, y como tercer eje para el buen funcionamiento del canal online es «la optimización de la logística». La entrega de los productos a los clientes debe ser rápida y eficiente, lo que implica una buena gestión de la logística, el seguimiento de los envíos, la resolución de problemas de devoluciones y la coordinación con los operadores de transporte. «Moodular facilita la gestión de la logística, al integrar sistemas con las principales compañías operadoras del transporte, y ofreciendo a la empresa la visibilidad completa de sus envíos, permitiendo el monitoreo permanente del envío o la devolución y el seguimiento en tiempo real» apuntó el experto de Galvintec.

## CONSULTORIO EMPRESARIAL

### FISCALIDAD POR DISOLUCIÓN DE UNA PATRIMONIAL

Efectivamente, la disolución y liquidación de una sociedad se traducirá en una ganancia o pérdida patrimonial para sus socios, en cuanto producirá una variación en su patrimonio —pues dejarán de ser titulares de las respectivas participaciones sociales, las cuales serán sustituidas por los bienes que perciban como consecuencia de la liquidación de la sociedad—.

Por tanto, a los efectos del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), ha de cuantificarse la variación patrimonial sufrida por los socios. Para ello, debemos considerar dos valores: la cuota de liquidación social —valor de los bienes recibidos por el socio— y el valor de adquisición de las participaciones sociales. La diferencia entre ambos valo-

**Somos dos hermanos que participamos al 50 % en una sociedad cuyo único activo es un inmueble alquilado. Nuestra intención es disolver y liquidar la sociedad y adjudicarnos uno de los socios la totalidad del inmueble. ¿Qué impuestos debemos tener en cuenta a la hora de realizar este proceso?**

res determinará la ganancia o, en su caso, pérdida patrimonial; cuyo importe se habrá de integrar dentro de la base imponible del ahorro del IRPF.

En caso de resultar una ganancia patrimonial, la cuota fiscal a pagar por el socio en su IRPF será el resultado de aplicar un porcentaje que oscila entre el 19 y el 26 % sobre el importe de la ganancia. Y para el supuesto de una pérdida patrimonial, su efecto fiscal se limita a permitir una compensación con otras ganancias patrimoniales del contribuyente, con la limitación del

25 % de su importe, permitiendo la compensación del saldo restante durante los cuatro años siguientes.

Por otra parte, la disolución y liquidación de la sociedad genera la obligación de tributar vía impuesto sobre Transmisiones y Actos Jurídicos Documentados (ITAJD). En este caso, la base imponible vendrá determinada por el valor de los bienes y derechos recibidos por los socios, sobre cuyo importe se aplica un tipo de gravamen del 1 % para obtener la cuota tributaria a pagar.

En definitiva, finalizado el pro-

ceso de liquidación, el inmueble pasará a ser propiedad al 50 % de cada uno de los dos antiguos socios.

Y, si la pretensión es que pase a ser propiedad exclusiva de uno de ellos, procedería extinguir la copropiedad sobre dicho inmueble; de tal forma que el socio que adquiera la propiedad del inmueble deberá compensar a la otra parte con bienes y derechos por el valor de lo que se transmite. Dicha transmisión, si se produjera, no implicaría coste fiscal alguno sobre la operación, siempre y cuando no exista un exceso de adjudicación.

CARUNCHO & TOMÉ. Abogados y asesores fiscales. Miembro de HISPAGURIS.  
[www.caruncho-tome.com](http://www.caruncho-tome.com)