

CONSULTORIO LABORAL

MUERTE POR ENFERMEDAD

? Recientemente ha fallecido por una enfermedad un trabajador de la empresa en un desplazamiento realizado al extranjero. Cuando tiene la condición de accidente de trabajo?

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 156.3 de la LGSS, se entiende por accidente de trabajo toda lesión corporal que el trabajador sufra con ocasión o por consecuencia del trabajo. La presunción de laboralidad se refiere no solo a los accidentes en sentido estricto o lesiones producidas por la acción súbita y violenta de un agente exterior, sino también a las enfermedades o alteraciones de los procesos vitales que pueden surgir en el trabajo. Para la destrucción de la presunción de laboralidad de la enfermedad, la jurisprudencia exige que la falta de relación entre la lesión padecida y el trabajo realizado se acredite de manera suficiente, bien porque se trate de enfermedad que por su propia naturaleza descarta o excluye la acción del trabajo como factor determinante o desencadenante, bien porque se aduzcan hechos que desvirtúen dicho nexo.

La presunción no se excluye porque se haya acreditado que el empleado padeciera la enfermedad con anterioridad o porque se hubieran presentado síntomas antes de iniciarse el trabajo, porque lo que se valora a estos efectos es la acción del trabajo como factor desencadenante de una crisis; la presunción iuris tantum de laboralidad alcanza a las genéricas enfermedades de trabajo, esto es, las sufridas durante el tiempo y en el lugar del trabajo. Y ello porque en el término lesión que utiliza el legislador en relación con el accidente de trabajo han de entenderse, según el TS, las enfermedades de súbita aparición o desenlace, tales como la parada cardiorrespiratoria, encefalopatía postanóxica por parada cardiorrespiratoria por FV primaria en el contexto de angina de pecho, el infarto de miocardio, la angina de pecho, el accidente cardiovascular activo con hemiparesia derecha, la dolencia vascular cerebral, la hemorragia cerebral, trombotosis venosa... Y a partir de ahí por el juego de la presunción corresponde a la empresa demandada la prueba de la falta de conexión entre el hecho dañoso y el trabajo.

! **CATARINA CAPEÑAS AMENEDO** es socia de Vento abogados y asesores.
www.vento.es

Los vinos de Rías Baixas rompen su techo de ventas

- Las bodegas han logrado superar la crisis económica y salir reforzadas
- La denominación es ya la séptima de España en comercialización

• **M. Alfonso**

Rías Baixas vive uno de sus mejores momentos. Durante el pasado año, la denominación de origen ha logrado colocar en los mercados nacionales e internacionales cerca de 25 millones de litros de vino, una cifra récord y que supone un crecimiento superior al 9 % con respecto al ejercicio anterior. El por qué de este triunfo hay que buscarlo más atrás, explica el director gerente del consello regulador, Ramón Huidobro. Hay que ir a los años de la crisis, cuando las bodegas lo pasaron mal, pero supieron aguantar el tirón. Ahora, han llegado los buenos tiempos. «Es una forma de compensar al sector por el esfuerzo hecho. Cuando vinieron mal dadas no se volvió loco, ni bajó los precios ni la calidad, como hicieron otras denominaciones», razona Huidobro.

Varios son los motivos que, según el director del consello, están detrás del éxito que Rías Baixas está cosechando en los mercados. «En el 2012 presentamos el plan estratégico. Entonces, la situación económica no era buena, pero los técnicos nos advirtieron de que teníamos todos los mimbres para que, en el momento que las cosas cambiaran, salir como motos», añade



Las exportaciones de los vinos Rías Baixas se han disparado. | **MÓNICA IRAGO**

Huidobro. Y eso es lo que ha pasado. Las bodegas aguantaron el tirón. A pesar de la caída de ventas, mantuvieron los precios y la calidad. «La austeridad de los viticultores y la apuesta decidida de las bodegas hicieron que tuviéramos posibilidades de salir reforzados de la crisis. Y así ha sido», insiste.

Hay más motivos. Es cierto que el consumo de vino en general lleva años cayendo en España, «pero sube el de vinos blancos y, sobre to-

do, se refuerza la hostelería, que es nuestro mercado potente», argumenta el director del consello. Sostiene que la del albariño no es una denominación que pueda «competir en el chateo, porque siempre va a haber vinos más baratos, pero en la carta de un restaurante no vamos a tener problemas». Se ha recuperado también la cesta de la compra. «El consumidor ya no mira tanto el precio y se permite, de vez en cuando, alguna ale-

gría», argumenta. Todo ello, unido a la buena marcha que están teniendo las exportaciones, ha disparado las ventas de vino de esta denominación de origen. Un dato que también confirma la consultora Nielsen, que sitúa a Rías Baixas como la séptima denominación de origen que más vende en España, la quinta si nos limitamos al sector de la hostelería y la segunda si hablamos en exclusiva de vinos blancos.

UNA MUY BUENA COSECHA

Si buena es la situación actual, mejores son las perspectivas. A las bodegas acaba de llegar una de las cosechas más abundantes de su historia, con 39 millones de kilos, que en principio podría asustar. «39 millones de kilos son 26 millones de litros de vino. Si vendemos 25 millones y queremos seguir creciendo necesitamos esa cosecha», insiste Huidobro.

Este considera que el camino a seguir es el mismo que el recorrido hasta ahora. «Lo importante es que sigamos haciendo subir los precios para que se siga valorando el vino y se pueda pagar la uva bien a los viticultores. Para eso nacieron las denominaciones de origen, para crear riqueza en el territorio», concluye.

CONSULTORIO EMPRESARIAL

DERECHOS Y OBLIGACIONES EN UNA FRANQUICIA

En primer lugar, recordamos que el contrato de franquicia es aquel por el cual una empresa (el franquiciador) cede a otra (el franquiciado) en un mercado determinado a cambio de una contraprestación financiera (canon o *royalty*) el derecho a la explotación de una franquicia, sobre un negocio o actividad mercantil que el primero venga desarrollando anteriormente, con suficiente experiencia y éxito, para comercializar determinado tipo de productos o servicios.

El contrato de franquicia apenas cuenta con normativa que lo desarrolle, de modo que la jurisprudencia ha ido perfilando su marco jurídico, con predominio de la autonomía de voluntad de las partes; es decir, de los acuerdos alcanzados entre ambas partes.

Debemos tener en cuenta que

? **Estoy valorando abrir una franquicia y me gustaría conocer qué implicaciones conlleva. Duración habitual y características básicas, así como qué derechos y obligaciones tendría como franquiciado y cuáles serían las obligaciones del franquiciador?**

iniciar una franquicia supone una inversión. Por ello, el franquiciado-inversor debe haber recibido, con carácter previo, del franquiciador la siguiente información: datos de identificación del titular, acreditación de tener concedido para España, y en vigor, el título de propiedad o licencia de uso de la marca y signos distintivos de la franquiciadora, descripción general del sector de actividad objeto de la actividad, experiencia de la franquiciadora, contenido y características del negocio y de su explotación, estructura y extensión de la red en España, y por último, los elementos esenciales del

acuerdo de franquicia. Entre estos últimos, han de constar los derechos y obligaciones de las partes, duración del contrato, condiciones de resolución —y, en su caso, de renovación del mismo—, contraprestaciones económicas, pactos de exclusividad y limitaciones a la libre disponibilidad del franquiciado del negocio objeto de franquicia.

ÁMBITO GEOGRÁFICO

Nota característica del contrato de franquicia es la concesión de derechos al franquiciado para una zona del territorio específica. Asimismo, no existe una du-

ración mínima para este tipo de contratos, si bien, habitualmente, se establece un período de tiempo razonable (con objeto de que el franquiciado pueda recuperar su inversión), siendo habitual una duración mínima de cinco años.

En definitiva, el franquiciador tendrá como obligaciones principales ceder el uso de la marca (o del respectivo derecho de propiedad intelectual o industrial), así como del *know-how* de su negocio; mientras que el franquiciado tendrá la obligación de pagar un canon —o *royalty*—, y un deber de confidencialidad respecto del *know-how* del franquiciador.

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