

10-17/OICC-000002. Informe Especial de la Cámara de Cuentas sobre fiscalización de la actividad de publicidad y comunicación institucional desarrollada por los municipios de 75.000 a 100.000 habitantes (El Ejido, Roquetas, El Puerto de Santa María, Chiclana de la Frontera, San Fernando, Mijas, Fuengirola y Vélez-Málaga), ejercicio 2014

El señor VIEDMA QUESADA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señorías, reiniciamos de nuevo esta comisión. Pasamos al punto 5 del orden del día: Informe Especial de la Cámara de Cuentas —proponente es la Cámara de Cuentas— sobre la fiscalización de la actividad de publicidad y comunicación institucional desarrollada por los municipios de 75.000 a 100.000 habitantes (El Ejido, Roquetas, El Puerto de Santa María, Chiclana de la Frontera, San Fernando, Mijas, Fuengirola y Vélez-Blanco), del ejercicio 2014. Señorías, si les parece, el señor presidente de la Cámara de Cuentas va a tener un tiempo de cinco minutos y, si les parece, cinco minutos para cada uno de los grupos.

Señor presidente, tiene la palabra.

El señor LÓPEZ HERNÁNDEZ, PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE CUENTAS

—Buenas tardes. Antes de empezar, quiero agradecer que me acompañe en la comparecencia el consejero Enrique Benítez, del Departamento de Corporaciones Locales, y parte del equipo de coordinación.

Bien, comenzando con el informe que nos ocupa, este informe es del plan de actuaciones de 2015 y está referido al ejercicio 2014. Fue aprobado por el Pleno de la Cámara el 27 de octubre de 2016.

El objetivo general, como han podido ver, que se persigue con esta actuación es concluir acerca de determinados aspectos de la gestión, del registro contable y de la determinación del gasto, así como de la actividad desarrollada en la contratación de servicios o suministros relacionados con los gastos que son objeto de fiscalización y, como responde el propio nombre del informe, la actividad de publicidad y comunicación institucional de los ayuntamientos que entran dentro del parámetro de El Ejido.

La fiscalización se extiende a los ayuntamientos de Chiclana de la Frontera, El Ejido, El Puerto de Santa María, Fuengirola, Mijas, Roquetas de Mar, San Fernando y Vélez-Málaga. Todos ellos, como conocen, cuentan con una población comprendida entre 75.000 y 100.000 habitantes, y representan el 8% del total de la población andaluza en 2014.

A estos ayuntamientos habría que añadir 28 entidades de ellos dependientes, de las que 10 son organismos autónomos, 17 son sociedades mercantiles, y se le añade una fundación.

En estas entidades el alcance del trabajo desarrollado se ha centrado en la determinación del gasto realizado en actividades publicitarias y de comunicación institucional.

Seguidamente, les voy a exponer las principales conclusiones y recomendaciones que contiene el informe.

En primer lugar, y en relación a la gestión de los gastos de publicidad y comunicación institucional, los ayuntamientos analizados no disponen de unidades, departamentos o servicios encargados de planificar, gestionar y coordinar las actividades publicitarias de comunicación institucional que desarrollan.

No obstante, todos ellos cuentan con departamentos o unidades que, bajo distintas denominaciones, como gabinete de prensa, de alcaldía, de comunicación, llevan a cabo determinadas funciones relacionadas con la actividad fiscalizada, como son la relación con los medios de comunicación, la información institucional, la organización de ruedas de prensa, el seguimiento y análisis de la prensa diaria, la elaboración de notas de prensa y comunicados, la elaboración y seguimiento del plan de medios y la actualización de las páginas web.

En la conformación de estas unidades o departamentos, a excepción del Ayuntamiento de Roquetas de Mar, en la que todos sus empleados son funcionarios de carrera, destaca el predominio de la relación de carácter eventual.

Así, en El Ejido, El Puerto de Santa María, Mijas y San Fernando afecta a la totalidad de los empleados, dándose a entender que todas las tareas que se realizan son de estricta confianza política o de asesoramiento especial, lo que no se correspondería con la naturaleza de las actividades que dicen desarrollar.

En el Ayuntamiento de Chiclana, de los cinco empleados en los gabinetes de prensa y alcaldías, cuatro son eventuales, y el otro es laboral.

Y en Fuengirola, los tres empleados en el gabinete de prensa..., de los tres empleados, dos son eventuales, y otro es laboral indefinido.

Los ayuntamientos examinados deberían tener en cuenta que el artículo 12 de la Ley 7/2007, de 12 de abril, del Estatuto Básico del Empleado Público, reserva este tipo de relación de carácter eventual a las funciones expresamente calificadas como de confianza o asesoramiento especial, por lo que su utilización debería quedar exclusivamente circunscrita este tipo de tareas, sin que quepa recurrir a esta figura para el desarrollo de actividades ordinarias de gestión de carácter técnico, o la realización de funciones de carácter permanente dentro de la organización administrativa de los ayuntamientos.

Por su parte, el Ayuntamiento de Vélez-Málaga no ha facilitado información del tipo de relación laboral, ni de la categoría o grupo profesional que tiene el empleado del gabinete de prensa.

Por lo que respecta al registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional, todos los ayuntamientos analizados, excepto El Ejido, registran parte de los créditos destinados a gastos de publicidad y comunicación institucional en el subconcepto económico presupuestario adecuado, concretamente es el subconcepto 22602, que tiene la denominación de publicidad y propaganda.

No obstante, se recomienda al Ayuntamiento de El Ejido que introduzca en su presupuesto, en su concepto económico mencionado, para que los créditos aparezcan lo más adecuadamente clasificados de acuerdo con la naturaleza económica del gasto.

El trabajo desarrollado ha puesto de manifiesto, en todos los casos, el registro presupuestario de un volumen importante de créditos destinados a impresión de folletos, cartelería, patrocinios, servicios y otro material necesario para la realización de campañas, en concepto y subconcepto económico distintos a los inicialmente previstos, de acuerdo con la naturaleza económica y finalidad del gasto.

Por ello, se recomienda que las entidades locales incrementen el cumplimiento del principio de especialidad —el principio de especialidad es un principio presupuestario— en su vertiente cualitativa para hacer concordar la finalidad y naturaleza del gasto con la terminología y descripciones que contiene la Orden ministerial del Ministerio de Economía y Hacienda, 3 de diciembre de 2008, por la que se aprueba la estructura presupuestaria de las entidades locales.

Por lo que se refiere al registro contable en el ámbito económico patrimonial, todos los ayuntamientos examinados recogían el gasto registrado en el subconcepto económico presupuestario 22602, publicidad y propaganda, al que antes he hecho referencia, en la cuenta 627, Publicidad, propaganda y relaciones públicas de la Cuenta de Resultados Económicos Patrimonial, a efectos de calcular el resultado económico de la entidad.

No obstante, el saldo final de esta cuenta, la 627, en ningún caso refleja adecuadamente la totalidad del gasto realizado en actividades publicitarias y de comunicación institucional, pues en ella no se recoge el resto del gasto presupuestario registrado en otros conceptos y subconceptos económicos del presupuesto.

Los ayuntamientos de Chiclana de la Frontera, El Ejido, El Puerto de Santa María y San Fernando se deben realizar los enlaces entre la contabilidad presupuestaria y la económico-patrimonial, al comprobarse que la cuenta 627 se recogen..., en la cuenta 627, perdón, se recoge la obligación reconocida en otros conceptos o subconceptos presupuestarios distintos al de publicidad y propaganda y el de atenciones protocolarias.

En lo referido a la determinación del gasto consolidado, los mayores importes corresponden al Ayuntamiento de Mijas, con un gasto total de 2.821.000 euros, es decir, 36,4 euros por habitante, y Fuengirola, con un gasto total de 1.375.000 euros, es decir, 18,13 euros por habitante.

A efectos de la fiscalización se han considerado como gasto de publicidad y de comunicación institucional la totalidad de transferencias realizadas por estos ayuntamientos a Mijas Comunicaciones, SA, en el primer caso, y a Fuengirola Televisión, en el segundo caso.

Descontando el efecto de esta transferencia, el gasto por habitante en Mijas sería de 8,59 euros, y en Fuengirola, de 3,52 euros por habitante.

En relación con la contratación de servicios, publicidad y comunicación institucional, los ayuntamientos de Chiclana de la Frontera, Fuengirola, Mijas y Roquetas de Mar son los únicos que han hecho uso de procedimientos abiertos para la contratación de servicios publicitarios.

En los ayuntamientos de Chiclana de la Frontera, El Ejido, San Fernando y Vélez-Málaga, gran parte de la actividad se articula mediante contrataciones menores.

En los expedientes de contratación menor examinados, correspondientes a los ayuntamientos de Chiclana de la Frontera, Fuengirola, Mijas, Roquetas de Mar, Vélez-Málaga, El Ejido —a excepción de uno— y San Fernando, en siete de veinte, no hay constancia de que se cursen invitaciones a otros proveedores.

Ninguno de los ayuntamientos, lo que consta la existencia de contratos por importante superior a 30.000 euros, que son Fuengirola, Mijas, Roquetas de Mar y San Fernando, remitieron esta información al Parlamento de Andalucía, de acuerdo con lo previsto en el artículo 9 de la Ley 6/2005, reguladora de la actividad publicitaria de las administraciones públicas de Andalucía.

En Chiclana de la Frontera, uno de los expedientes de contratación menor examinados, consistió en la inserción de un suplemento para feria denominado «Logros», mediante el cual se publicitaban diversas actuaciones municipales, entre otras, la aprobación inicial del Plan General de Ordenación Urbana, la candidatura de Chiclana Ciudad Europea del Deporte, la congelación de impuestos, la bajada progresiva del IBI o las ayudas a familias numerosas.

De acuerdo con el artículo 4 de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional, esta inserción publicitaria vulneraría el ámbito de la prohibición relativa a la promoción o contratación de campañas institucionales de publicidad y comunicación que tenga por finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados.

En El Puerto de Santa María, gran parte de la actividad contractual de los servicios de publicidad y comunicación institucional se canalizan a través de un convenio suscrito con El Puerto de Santa María Global, SLU, en virtud del cual se establece el marco general de la encomienda con la que se pretende desarrollar las funciones que tiene asignada la corporación en materia de comunicación e información.

El ayuntamiento debe revisar el diseño y aplicación de este procedimiento, ya que no se precisa qué actuaciones publicitarias o de comunicación institucional se canalizan a través de la encomienda y cuáles no.

Además, las órdenes de prestación de servicios o suministros que realizan las áreas municipales a la sociedad no se encuentran valoradas, y en ellas, generalmente, el servicio de suministros solicitado aparecería expresado de modo genérico y el sistema de retribución de la encomienda no aparece recogido ni en los estatutos de la sociedad ni en el convenio.

Por otro lado, la sociedad carga en las facturas que prestan mensualmente al ayuntamiento una serie de gastos generales, cuyo porcentaje, en los casos analizados, oscila entre el 16,15% y el 13,36%.

En el Ayuntamiento de Fuengirola, a la propuesta elaborada por el delegado del Área de Turismo y Eventos, con motivo del expediente de contratación relativo a la publicidad en televisiones para la promoción turística a nivel nacional, no se justifican los motivos por los que se seleccionan los ámbitos territoriales de Sevilla, Jaén y Madrid.

El Ayuntamiento de Roquetas de Mar suscribió, en julio de 2014, un convenio de colaboración con una persona jurídico-privada para llevar a cabo determinadas acciones encaminadas a la promoción turística del municipio en los principales mercados turísticos emergentes consumidores de turismo, como son los países del Este, países nórdicos y Holanda, por un importe de 48.400 euros. En este documento se incluye una prestación de servicios a cambio de un precio cierto, lo que evidencia su carácter contractual, habiéndose obviado someter dicho expediente a la normativa de contratación pública.

En este mismo ayuntamiento —para finalizar—, y en relación con el contrato menor de servicios para la cobertura informativa y difusión mediática de las actividades desarrolladas por la Concejalía de Cultura para el periodo de enero-diciembre de 2014, por un importe de 13.748 euros, se destaca en el informe un posible fraccionamiento del objeto del contrato. Así, se reconocieron obligaciones, al mismo proveedor, por igual concepto e importe, correspondiendo el gasto al mes de diciembre de 2013.

El ayuntamiento no ha remitido información acerca del momento a partir del cual se inició esta relación contractual, lo que permitiría considerar, al tratarse de una necesidad permanente, que se ha cubierto mediante encadenamiento de contratos menores.

Y, por mi parte, por ahora es todo.

El señor VIEDMA QUESADA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señor López.

En representación del Grupo Ciudadanos, tiene la palabra el señor Díaz.

El señor DÍAZ ROBLEDO

—Muchas gracias, señor presidente.

Muchas gracias, presidente de la Cámara de Cuentas, por su información, y al resto de su equipo, por su comparecencia hoy aquí.

Bueno, yo haría una reflexión muy sucinta sobre lo que, en ese arduo estudio, ustedes, que siempre hacen, nos ponen encima de la mesa, ¿no? Y es evidente que la regulación de la publicidad institucional y la comunicación pues existe, pero también es cierto que, bueno, que hay determinadas fallas —digámoslo así—, o hay fugas, que ustedes ponen, de alguna manera, de manifiesto en su informe, o a entendederas nuestras —entendimiento nuestro—, y que, lógicamente, tratándose de dinero público y de gestión pública, pues a nosotros, a Ciudadanos, no nos gusta.

Nosotros somos partidarios de ajustar los recursos. Hemos tenido antes, precisamente..., hemos estado hablando con el vicepresidente de esta cuestión, de la necesidad de una nueva ley de haciendas locales, de mejorar la financiación autonómica y local. Es evidente que eso está en el marco ahora mismo de la Conferencia de Presidentes, pero estas cosas también, por debajo, las tenemos que ajustar. Y es evidente que estos informes que hacen son esenciales, y, bueno, aunque sea una muestra, creo que evidencia, de forma muy clara, un comportamiento inadecuado por parte de diferentes municipios, que no se ajusta a lo que Ciudadanos entiende que se debe hacer, y más en una cuestión que es tan sensible y que, en origen, debería servir para el objetivo, ¿no?, que es realmente establecer una comunicación directa y abierta con los ciudadanos por parte de las administraciones públicas. Para eso están los recursos, para emplearlos correctamente, y para eso está la ley, ¿no?, para cumplirla.

Ciudadanos entiende que es una cuestión a la que hay que dar una vuelta y que estos estudios ponen de manifiesto algunas líneas por las que se puede actuar.

Muchas gracias.

El señor VIEDMA QUESADA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Díaz.

La señora Céspedes, en representación del Grupo Parlamentario del Partido Popular, tiene la palabra.

La señora CÉSPEDES SENOVILLA

—Muchas gracias, señor presidente.

Igualmente, darle las gracias por su informe y comparecencia al presidente de la Cámara de Cuentas, y cómo no, por la labor realizada, tanto al señor Benítez como al resto del equipo de coordinación que le acompaña. Y creo que ha sido un trabajo muy importante el que han realizado.

Y yo me quedo con una cosa, con lo que ustedes han expresado en el párrafo 12 de su informe: «La comprensión adecuada del presente informe requiere la lectura íntegra del mismo. Cualquier conclusión sobre un epígrafe o párrafo concreto pudiera no tener sentido aisladamente considerada». Creo que es muy importante esa apreciación.

Yo lo que he seguido de su recomendación y de esa lectura íntegra del informe, pues, bueno, que hay cosas que mejorar por estos ayuntamientos, creo que por todas las administraciones. Yo no me voy a repetir en lo que usted ya nos ha dicho con respecto a los departamentos, al gasto, a las relaciones laborales que unen a los trabajadores de estos departamentos con las distintas instituciones, pero creo que hay una conclusión muy significativa: que no hay incumplimientos significativos de legalidad. Creo que con esto es con lo que nos tenemos que dar.

Creo que hay incumplimiento, claro que sí, puede haber unos incumplimientos; no han fallado los controles internos en estos ayuntamientos, creo que eso es importante. Creo que es importante, también, saber que estos incumplimientos, más que a decisiones políticas, muchas veces, pueden ser no adecuados por la normativa vigente, e incumplimientos incluso técnicos: muchas veces —creo que todos lo sabemos— no se sabe dónde aplicar un determinado gasto al concepto y tal, y puede ser que haya algún problema de legalidad, pero leve; creo que hay que destacar eso. Los controles han funcionado, tanto los internos como los externos; las deficiencias detectadas son meras incorrecciones materiales que se deben corregir, por supuesto —creo que todo lo debemos corregir—. Si hay alguna normativa, como ha señalado el representante, en esta comisión, de Ciudadanos, pues habrá que pensarlo, claro que sí, todas las leyes son mejorables, y si la Ley de Haciendas Locales pues se puede mejorar, pues bienvenida sea. Es verdad que, muchas veces, en los gastos hay esa dificultad, y se señala en el informe, ese concordar muchas veces la finalidad y naturaleza del gasto con la terminología y descripciones normativas.

Hay que incrementar el cuidado para mejorar el principio de especialidad —usted ya lo ha dicho, pero yo no me quiero extender mucho más—, y solo creo que hay que señalar que estos ayuntamientos, todas las instituciones, han actuado con transparencia, han facilitado la labor de la Cámara de Cuentas.

Y responderle solo al compañero de Ciudadanos que, ya, muchas veces, no es virgen, siempre vienen a darnos aquí lecciones de moralidad y ética, pero precisamente ayer pues veía una noticia que, precisamente, afectaba a uno de estos ayuntamientos auditados, al Ayuntamiento de Mijas, y es que el concejal de Urbanismo de esa formación, de Ciudadanos, pues contrataba a su cuñada, por 50.000 euros, como asesora, algo que parece que eso del cuñadismo es muy español, pero que, de verdad, sin ninguna ley, deberíamos evitar. Es la ética y la moral.

Muchas gracias.

El señor VIEDMA QUESADA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señora Céspedes.

En representación del Partido Socialista, tiene la palabra la señora López.

La señora LÓPEZ MARTÍNEZ

—Gracias, señor presidente.

En primer lugar, desde luego, nuestra felicitación, desde este grupo parlamentario, señor presidente, y, por supuesto, a todo el equipo, señor consejero, por estar hoy aquí, y, pues, bueno, por la buena labor que realiza la Cámara de Cuentas, tal y como corresponde a la misma; como órgano técnico nos muestra hoy este informe de fiscalización de la actividad de publicidad y comunicación institucional de municipios entre 75.000 y 100.000 habitantes, y estamos hablando, desde luego, de municipios de una notable población, y qué mejor ejercicio de transparencia que presentar el informe que hoy nos trae aquí. Desde luego, es justo valorar estos informes por la garantía de objetividad de la Cámara de Cuentas, que audita esos fondos públicos, velando así por la legalidad y la eficacia de los mismos; legalidad en cuanto a indicar aquello que se ha incumplido

con la ley, que según este informe ha sido mucho. Yo no pienso que estos incumplimientos sean poco significativos, la verdad es que son bastante significativos, señora Céspedes.

Eficacia en cuanto a recomendaciones que hace la Cámara, por supuesto, a los mismos que ayudan mucho a la transparencia de los gobiernos, que tan importante es a la hora de la gestión y que, además, proporciona los mismos datos a todos los grupos parlamentarios, no solo al partido que sustenta el Gobierno, sino a todos, y esto también es importante.

Quiero entablar, más o menos, cómo, en el resumen del informe, detallado, en primer lugar, lo que es la gestión del gasto sobre..., de la publicidad y comunicación, primero destacar ese predominio —que ya lo ha comentado— de la relación de carácter eventual de todos los empleados, a excepción de un municipio, como es Roquetas de Mar. Todos sabemos que esas funciones que realiza el personal eventual son tareas, tal y como ha dicho, que lo detalla en el Estatuto Básico del Empleado Público, de confianza política o asesoramiento especial, retribuidas con cargo a créditos presupuestarios, por tanto, ni tan siquiera se corresponde con la naturaleza de las actividades que dicen desarrollar, lo que da a entender que todas las tareas que se realizan son de estricta confianza política o asesoramiento especial.

No contempla en las previsiones presupuestarias, ni los objetivos que se pretenden conseguir, que es en referencia a esa publicidad y a esa comunicación. Y tenemos el caso de Roquetas de Mar, que sí cuenta un departamento con funcionarios de carrera, pero, sin embargo, la actividad planificadora se encuentra condicionada por el contrato de publicidad que este ayuntamiento mantiene con campañas que son repetitivas de un año a otro, lo cual le resta ya valor como instrumento de planificación sin llevar a cabo, ni tan siquiera, una nueva licitación, que yo creo que también es algo muy importante de señalar, que posiblemente disminuiría en coste.

En cuanto al registro contable y determinación del gasto, esta segunda parte es verdad que tiene que ver con esa codificación del mismo, de una cuenta a otra, es cierto que para muchos ayuntamientos esto puede suponer una dificultad, porque estamos hablando de ayuntamientos grandes con interventores, con personal, en fin, que no es la excusa, pienso, para que un ayuntamiento incremente ese cuidado que merece la claridad de las cuentas y el detalle que debe haber en las facturas. Porque el cuadro que precisamente viene en la página 6 del informe, lo dice bien claro, que aparecen fuera del subconcepto de la 22602, que es la partida que nos interesa, para este grupo es un despropósito las cantidades que aparecen como obligaciones ya reconocidas del Ayuntamiento de El Ejido, Fuengirola y Mijas, realizada a Radiotelevisión El Ejido, a Fuengirola TVSA y a Mijas Comunicación SA. Demuestran estos ayuntamientos, hay que decirlo, todos gobernados por el Partido Popular, que creo que confunden claramente lo institucional y lo partidario, y esto es para nosotros es muy grave.

Seguimos con el registro contable, y nos dice que todos los ayuntamientos recogen el gasto registrado en el subconcepto económico presupuestario 22602, publicidad y propaganda en la cuenta 627 de su cuenta de resultado económico patrimonial, comprobándose que a dicha cuenta van otros conceptos de otras cuentas en atenciones protocolarias, gastos diversos, gastos realizados por otras empresas y profesionales, etcétera.

Como sabemos, la cuenta de resultados, precisamente, nos permite asociar costes y servicios prestados, una información muy útil, de cara a evaluar la eficacia y la eficiencia. El resultado es útil para evaluar esa viabilidad financiera, en el sentido de que se informe si esos gastos del ejercicio han sido financiados con ingresos también del propio ejercicio.

Y ya en cuanto a la contratación de los servicios de publicidad y comunicación institucional, pues voy a ser un poco repetitiva con respecto a lo que ha dicho el señor presidente de la Cámara, son procedimientos abiertos para la contratación de servicios publicitarios, aunque sin respeto alguno a los principios inspiradores de la contratación pública, lo que no asegura, por supuesto, y otra vez lo mismo, esa utilización eficiente de los fondos públicos, y en otros, con contrataciones menores. En estos últimos sin constancia, ni siquiera, de que se cursen invitaciones a otros proveedores.

En los ayuntamientos en los que se ha constatado la asistencia de contratos por importe superior a 30.000 euros, ninguno remite la información al Parlamento, de acuerdo con el artículo 9 de la Ley 6/2005, la reguladora de la actividad publicitaria.

El Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera vulnera claramente el artículo 4 de la ley, o el Puerto de Santa María, que canaliza el servicio de publicidad a través de un convenio con la entidad Puerto de Santa María Global SLU, en cuyo convenio no se precisan qué actuaciones publicitarias o de comunicaciones institucionales se canalizan a través de esas encomiendas y cuáles no.

O el Ayuntamiento de Fuengirola, que contrata publicidad y promoción turística a nivel nacional, a nivel nacional, y no justifican los motivos por los que tan solo se seleccionan los ámbitos territoriales de Sevilla, Jaén y Madrid.

Las órdenes de prestación de servicios aparecen expresadas de modo genérico, lo que dificulta ese conocimiento claro del objeto del encargo, o Ayuntamiento de Roquetas de Mar, que suscribe un convenio de colaboración con una persona jurídica privada, para la promoción turística del municipio, y evidencia el carácter contractual del mismo porque se obvian en su tramitación los principios de publicidad, de transparencia y concurrencia, así como la necesidad de someter dicho expediente a la normativa pública.

Y, mucho más grave, ese fraccionamiento que ha comentado de los objetos de contrato de cobertura informativa y difusión mediática de la Concejalía de Cultura, que lo hace con un encadenamiento de contratos menores, aprobaciones de presupuestos fuera de plazo, en la mayoría de estos municipios, en fin...

Hoy nos han presentado este informe, de donde se explican las ilegalidades, infracciones y prácticas irregulares, donde alguien, creo, que debe asumir esta responsabilidad, y hoy nos gustaría conocer si este informe ha tenido algunas consecuencias.

Con el trabajo que realiza la Cámara de Cuentas, los ciudadanos, creo que deben percibir que existe un control eficaz sobre los entes públicos, al margen de los sistemas de partidos de gobierno.

Muchas gracias.

El señor VIEDMA QUESADA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora López.

Señor López.

El señor LÓPEZ HERNÁNDEZ, PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE CUENTAS

—Bueno, yo quiero agradecerles, cómo no, la valoración que hacen del trabajo que realiza la Cámara en ese sentido. Y como solo creo entender que hay una cuestión concreta que me plantea la señora López, en

relación de si ha habido algún tipo de implicaciones, creo que solo traerme aquí las cuestiones..., el Tribunal de Cuentas inicia..., no significa que haya terminado, son instrucciones que inicia..., ha iniciado en relación con este informe una instrucción por falta de justificación de la correcta ejecución de un contrato, concretamente en relación con Roquetas de Mar.

Pero, vuelvo a decir, está en fase de instrucción ahora mismo, y no tenemos conocimiento que haya ido más allá. En relación a este tema ha pedido información a la Cámara de Cuentas. La Cámara de Cuentas le ha remitido una información. Y a partir de ahí, pues es ya el tribunal el que toma las decisiones que considere oportuno, pero insisto en que está solo en fase de instrucción.

El señor VIEDMA QUESADA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señor López.

Le agradecemos su comparecencia.

Señorías, damos por finalizada la comisión.

Muchísimas gracias.

