2015

CÁMARA DE CUENTAS DE ANDALUCÍA

FISCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DESARROLLADA POR LOS MUNICIPIOS DE 75.000 A 100.000 HABITANTES

2014

ANDALUCÍA POR SÍ
PARA ESPAÑA
Y LA HUMANIDAD

FISCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DESARROLLADA POR LOS MUNICIPIOS DE 75.000 A 100.000 HABITANTES

(El Ejido, Roquetas de Mar, El Puerto de Santa María, Chiclana de la Frontera, San Fernando, Mijas, Fuengirola y Vélez-Málaga)

2014

(SL 08/2015)

SEVILLA, OCTUBRE 2016

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	1/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	2/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Fiscalización de la actividad de publicidad y comunicación institucional desarrollada por los municipios de 75.000 a 100.000 habitantes

(El Ejido, Roquetas de Mar, El Puerto de Santa María, Chiclana de la Frontera, San Fernando, Mijas, Fuengirola y Vélez-Málaga)

Ejercicio 2014

El Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía, en su sesión celebrada el día 27 de octubre de 2016, con la asistencia de todos sus miembros, ha acordado aprobar por unanimidad el Informe de fiscalización de la actividad de publicidad y comunicación institucional desarrollada por los municipios de 75.000 a 100.000 habitantes, correspondiente al ejercicio 2014.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 1

2. OBJETIVOS, ALCANCE Y METODOLOGÍA 2

3. RESPONSABILIDAD DEL ÓRGANO DE DIRECCIÓN EN RELACIÓN CON LAS CUENTAS ANUALES Y EL CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD 3

4. RESPONSABILIDAD DE LA CÁMARA DE CUENTAS DE ANDALUCÍA 3

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 4

5.1. Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional 4

5.2. Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional 5

5.2.1. Ayuntamientos 5

5.2.2. Organismos Autónomos 9

5.2.3. Sociedades mercantiles y fundaciones 10

5.2.4. Determinación del gasto consolidado 11

5.3. Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional 11

6. ANEXOS 18

6.1. Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera 18

6.2. Ayuntamiento de El Ejido 21

6.3. Ayuntamiento de El Puerto de Santa María 23

6.4. Ayuntamiento de Fuengirola 26

6.5. Ayuntamiento de Mijas 28

6.6. Ayuntamiento de Roquetas de Mar 31

6.7. Ayuntamiento de San Fernando 33

6.8. Ayuntamiento de Vélez-Málaga 35

7. ALEGACIONES PRESENTADAS Y TRATAMIENTO DE LAS MISMAS EN LOS SUPUESTOS QUE NO HAYAN SIDO ADMITIDAS O SE ADMITAN PARCIALMENTE 38

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	3/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

ABREVIATURAS

BEP	Bases Ejecución Presupuesto
BOP	Boletín Oficial de la Provincia
€	Euro
EBEP	Estatuto Básico del Empleado Público
IEA	Instituto de Estadística de Andalucía
IMD	Instituto Municipal de Deportes
IMNCL	Instrucción Modelo Normal de Contabilidad Local
LBRL	Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local
LPCI	Ley de Publicidad y Comunicación Institucional
OOAA	Organismo Autónomo
OPA	Operaciones pendientes de aplicar al presupuesto
ORN	Obligaciones Reconocidas Netas
PCAP	Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares
PCI	Publicidad y Comunicación Institucional
PPT	Pliego de Prescripciones Técnicas
ROF	Reglamento Orgánico de Funcionamiento
SSMM	Sociedad Mercantil
TRLCSP	Texto Refundido Ley Contratos del Sector Público
TRLHL	Texto Refundido Ley Haciendas Locales

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	4/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

1. INTRODUCCIÓN

1 El Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía acordó incluir en el Plan de Actuaciones del ejercicio 2015 un informe denominado "Fiscalización de la actividad de publicidad y comunicación institucional desarrollada por los municipios de 75.000 a 100.000 habitantes".

2 Las Administraciones Públicas pueden participar en el mercado publicitario con distintos fines: comerciales, institucionales o por un mandato legal, siendo éstos los que determinarán el régimen jurídico aplicable.

3 La actividad publicitaria que realice una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones, está regulada por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

4 La publicidad institucional, definida como aquella actividad comunicativa que realiza la Administración para dar a conocer a los ciudadanos sus derechos y obligaciones, los servicios que presta y las actividades que desarrolla, o bien para llevar a cabo la promoción de determinados valores sociales y educar y orientar a los ciudadanos, se encuentra regulada en el ámbito de la Administración General del Estado y demás entidades integrantes del sector público estatal por Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional (LPCI).

En el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, el marco normativo aplicable a las actividades publicitarias que desarrollen la Junta de Andalucía y las administraciones locales andaluzas, así como los organismos, entidades de derecho público y sociedades mercantiles vinculadas o dependientes de aquéllas, participadas mayoritariamente de forma directa o indirecta, que no sean de carácter industrial o comercial, queda recogido en la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

Al margen, quedarían las actividades publicitarias que se realicen en periodo electoral, cuya regulación está prevista en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, modificada por la Ley Orgánica 2/2011 de 28 de diciembre.

5 La Ley 6/2005 Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, considera a ésta como la dirigida a:

a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia y la solidaridad.

b) Implicar a la ciudadanía andaluza en el objetivo de lograr una sociedad cohesionada y avanzada en cuanto a conciencia cívica y progreso económico y social.

c) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones.

d) Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	5/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

e) Fomentar actitudes y comportamientos de los ciudadanos en relación con bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento de empleo u otros de análoga naturaleza.

f) Favorecer la existencia de hábitos saludables, individual o colectivamente.

g) Difundir la imagen de Andalucía o del ámbito de cada Administración con fines de promoción turística.

h) Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas.

i) Informar, con carácter general, sobre los proyectos y resultados en la gestión pública.

6 En la LPCI destaca el artículo 4 que, de conformidad con la Disposición Final Segunda, es el único que tiene carácter básico para todas las administraciones, y en especial su apartado a) que establece *"la prohibición de promover o contratar las campañas institucionales de publicidad y comunicación que tengan por finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos mencionados en el artículo 1 de esta ley".*

Este precepto no se ha considerado en la normativa andaluza, que mantiene entre las finalidades de la publicidad institucional la de informar de las actividades y resultados conseguidos, poniéndose de manifiesto una falta de correspondencia entre la regulación básica estatal y la autonómica que, en todo caso, debería ser resuelta a favor de aquélla.

7 Tanto la norma estatal como la andaluza se refieren a otro tipo de publicidad, distinta de la comercial y la institucional, al excluir de su ámbito de aplicación la publicidad de todas las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

8 La Orden EHA/3.565/2008, de 3 de diciembre de 2008, por la que se aprueba la estructura de los presupuestos de las entidades locales, establece que el gasto en publicidad y comunicación institucional se registre presupuestariamente en el subconcepto económico 226.02 "publicidad y propaganda", o en el artículo 64 "gastos en inversiones de carácter inmaterial", si se tratara de campañas de sensibilización y concienciación ciudadana que sean susceptibles de producir efectos en varios ejercicios.

En el ámbito de la contabilidad económico patrimonial de estas entidades y en el de aquéllas que sujetan su contabilidad al Plan General de Contabilidad para empresas, estos gastos deben quedar reflejados en la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas".

2. OBJETIVOS, ALCANCE Y METODOLOGÍA

9 El objetivo general asignado a la 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 para la contratación de los servicios o suministros relacionados con los gastos sujetos a fiscalización.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	6/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

10 El ámbito subjetivo de la presente 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 con una población comprendida entre los 75.000 y 100.000 habitantes, que representan el 8,03% del total de la población andaluza en 2014.

A estos ayuntamientos habría que añadir veintiocho entidades íntegramente dependientes, de las que diez son organismos autónomos, diecisiete sociedades mercantiles y una fundación, más otra de participación mayoritaria (Aguas de El Puerto, Empresa Municipal S.A).

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

11 El ejercicio objeto de fiscalización es 2014, y durante el desarrollo de los trabajos de campo no se ha puesto de manifiesto ninguna limitación a su alcance.

12 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.

El trabajo de campo ha finalizado el 1 de marzo de 2016, destacándose en su realización la colaboración prestada por los distintos ayuntamientos.

13 En los anexos se ofrece por cada Ayuntamiento información de su población, de las entidades dependientes y de carácter presupuestario.También se muestran los datos utilizados, así como otras observaciones que, con carácter particular, se han puesto de manifiesto en la fiscalización realizada.

3. RESPONSABILIDAD DEL ÓRGANO DE DIRECCIÓN EN RELACIÓN CON LAS CUENTAS ANUALES Y EL CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD

14 Las direcciones de cada una de las entidades fiscalizadas deben garantizar que las actividades, las operaciones presupuestarias y financieras, y la información reflejada en sus estados financieros resultan conformes con las normas aplicables. Así mismo, son responsables del sistema de control interno que consideren necesario para garantizar que la actividad revisada esté libre de incumplimientos legales y de incorrecciones materiales debidas a fraude o error.

4. RESPONSABILIDAD DE LA CÁMARA DE CUENTAS DE ANDALUCÍA

15 La responsabilidad de la Cámara de Cuentas es expresar las conclusiones alcanzadas acerca de determinados aspectos de la gestión, del registro contable y de la determinación del gasto, así como de la actividad desarrollada para la contratación de los servicios o suministros relacionados con los gastos sujetos a fiscalización.

Para ello hemos llevado a cabo la actuación de conformidad con los principios fundamentales de fiscalización de las Instituciones Públicas de Control Externo. Dichos principios exigen que la Cámara de Cuentas de Andalucía cumpla los requerimientos de ética, así como planificar y

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	7/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

ejecutar la auditoría con el fin de obtener una seguridad, en este caso limitada, de que los elementos revisados están libres de incorrecciones materiales y también una seguridad limitada de que la gestión de los procesos de la contratación resultan conformes, en todos los aspectos significativos, con las normas aplicables.

Una fiscalización requiere la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre la legalidad de las operaciones. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incumplimientos significativos de legalidad. Al efectuar las valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para garantizar dicho cumplimiento, con el fin de diseñar los procedimientos que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para fundamentar las conclusiones alcanzadas en la fiscalización de cumplimiento.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se exponen por áreas de fiscalización las conclusiones y recomendaciones más relevantes alcanzadas con la elaboración del presente informe.

5.1. Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

16 Los ayuntamientos analizados no disponen de unidades, departamentos o servicios encargados de planificar, gestionar y coordinar las actividades publicitarias y de comunicación institucional que se desarrollan en la Corporación.

No obstante, todos cuentan con departamentos o unidades que, bajo distintas denominaciones (gabinetes de prensa, de alcaldía, de comunicación), desarrollan determinadas funciones relacionadas con la actividad fiscalizada, entre las que se citan: la relación con los medios de comunicación, la puesta a disposición de 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 actualización del sitio web.

En la conformación de estas unidades o departamentos, a excepción del Ayuntamiento de Roquetas de Mar en el que todos sus empleados son funcionarios de carrera, destaca el predominio de la relación de carácter eventual, que en El Ejido, El Puerto de Santa María, Mijas y San Fernando alcanza a la totalidad de los empleados, dándose a entender que todas las tareas que se realizan son de estricta confianza política, lo que no se compadecería con la naturaleza de las actividades que dicen desarrollar.

En el Ayuntamiento de Chiclana, de los cinco empleados en los gabinetes de prensa y alcaldía, cuatro son eventuales y el otro laboral; y en Fuengirola, de los tres empleados en el gabinete de prensa, dos son eventuales y el otro laboral indefinido.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	8/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

En este sentido se debería tener en cuenta que el artículo 12 de la Ley 7/2007, de 12 de abril EBEP, reserva este tipo de relación de carácter eventual para la realización de funciones expresamente calificadas como de confianza o asesoramiento especial, por lo que su utilización debería quedar exclusivamente circunscrita a 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.

El Ayuntamiento de Vélez-Málaga no ha facilitado información del tipo de relación laboral y de la categoría o grupo profesional que tiene el empleado del gabinete de prensa.

17 Aunque ninguna norma obligue a ello, esta actividad se lleva a cabo en todos los ayuntamientos analizados, excepto Roquetas de Mar y Fuengirola, sin una planificación que abarque las distintas campañas que se van a realizar, los objetivos que se pretenden conseguir y su dotación presupuestaria.

En Fuengirola, se destaca un esfuerzo en la planificación de estas actividades mediante la elaboración de un informe en el que se recogen las distintas campañas que se van a llevar a cabo. No obstante, ese documento no contempla las previsiones presupuestarias y los objetivos que se pretenden conseguir.

En Roquetas de Mar la actividad planificadora se encuentra condicionada por el contrato de publicidad que tiene suscrito el Ayuntamiento, pues en él se recoge una relación de aquellas campañas que tienen carácter repetitivo. No obstante, su vigencia prolongada más allá del periodo inicial previsto, a través de su prórroga, y las incidencias apreciadas en la determinación de su objeto, restan valor como instrumento de planificación y determinan la conveniencia de llevar a cabo una nueva licitación.

18 Las campañas publicitarias realizadas en los distintos municipios han tenido como objeto la promoción turística, económica, la difusión de actividades culturales, deportivas o sociales, así como otras desarrolladas con motivo de determinadas fiestas locales o nacionales.

5.2. Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

5.2.1. Ayuntamientos

19 Todos los ayuntamientos analizados, excepto el de El Ejido, registran créditos destinados a gastos de publicidad y comunicación institucional en el subconcepto económico 226.02 “publicidad y propaganda”.

Además, el trabajo desarrollado ha puesto de manifiesto, en todos los casos, el registro presupuestario de gastos destinados a estas finalidades (impresión de folletos, cartelería, patrocinios, servicios y otro material necesario para la realización de campañas) en conceptos y subconceptos económicos, distintos al inicialmente previsto de acuerdo la naturaleza económica y finalidad del gasto.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	9/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Esta circunstancia que en parte puede explicarse por la dificultad presente, en determinados supuestos, de hacer concordar la finalidad y naturaleza del gasto con la terminología y descripciones que se contienen en la Orden EHA/ 3565/2008 de 3 de diciembre que aprueba la estructura de los presupuestos de las entidades locales, no debe suponer un impedimento para que los ayuntamientos incrementen el cuidado necesario para un mejor cumplimiento del principio de especialidad, en su vertiente cualitativa.

20 El siguiente cuadro muestra el importe total del gasto presupuestario registrado por cada ayuntamiento en actividades publicitarias y de comunicación institucional, distinguiendo entre el recogido en el subconcepto 226.02 "publicidad y propaganda" y el que se encuentra en el resto de la codificación económica del presupuesto.

Gasto presupuestario PCI **(€)**

Ayuntamiento	OR Subconcepto 226.02 "publicidad y propaganda"	OR PCI resto codificación económica	Total OR PCI	% OR Subconcepto 226.02 / Total OR PCI
Chiclana de la Frontera	484.552,30	54.172,47	538.724,77	89,94%
El Ejido	-	229.966,10	229.966,10	0,00%
El Puerto de Santa María	117.730,25	279.595,00	397.325,25	29,63%
Fuengirola	168.482,03	1.184.100,16	1.352.582,19	12,46%
Mijas	277.700,44	2.533.687,14	2.811.387,58	9,88%
Roquetas de Mar	387.006,69	102.195,62	489.202,31	79,11%
San Fernando	11.180,40	191.682,12	202.862,52	5,51%
Vélez-Málaga	58.236,97	230.727,96	288.964,93	20,15%

Fuente: elaboración propia. **Cuadro nº 1**

21 En el importe de las obligaciones reconocidas en el subconcepto económico 226.02 "publicidad y propaganda" del Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera, se ha descontado un gasto de 9.750 €, correspondiente a una cena de gala en el hotel la Barrosa con motivo de la celebración de un evento, que debería figurar en el subconcepto económico 226.01 "atenciones protocolarias y representativas".

22 En el presupuesto del Ayuntamiento de El Ejido no figura el subconcepto económico 226.02 "publicidad y propaganda", encontrándose el crédito destinado a atender tales finalidades disperso en diversos subconceptos económicos del capítulo 2.

Este Ayuntamiento debe introducir el subconcepto económico mencionado en su presupuesto, para que los créditos aparezcan lo más adecuadamente clasificados, de acuerdo con su naturaleza económica.

23 Dentro del importe de las obligaciones reconocidas en el resto de la codificación económica-presupuestaria de los ayuntamientos de El Ejido, Fuengirola y Mijas, se incluyen las transferencias realizadas al OOAA "Radio televisión de El Ejido" (41.875,6 €), a Fuengirola TV SA (1.108.309 €) y a Mijas Comunicación SA (2.156.196,37 €), al considerarse que las actividades que desarrollan estas entidades, mediante la producción y elaboración de programas, contribuyen de manera directa a la promoción del municipio, al fomento de los servicios públicos, así como a promocionar e informar extensamente de las actividades y servicios de carácter cultural, económico, social y deportivo que se prestan.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	10/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

24 El Ayuntamiento de Vélez-Málaga es el único que había dotado créditos para estas finalidades en el artículo 64 "gastos en inversiones de carácter inmaterial", habiéndose reconocido obligaciones con cargo a ellos, por importe de 22.211,34 €.

Entre estas obligaciones se mencionan las referidas a la campaña de navidad 2013-2014 (6.832,20 €), a inserciones de publicidad en revistas y publicaciones (849,5 €), a un patrocinio de emprendedores (400 €), a la impresión de camisetas con grabaciones para la carrera de San Silvestre (3.376,14 €) y al diseño y maquetación para la campaña de la "Noche en Vela" (1.270,50 €).

De acuerdo con lo previsto en la Orden EHA/3.565/2008, de 3 de diciembre de 2008, por la que se aprueba la estructura de los presupuestos de las entidades locales, no se considera adecuado el registro de esos gastos en dicho artículo, porque no responden a gastos capaces de producir efectos en varios ejercicios y no proceden de la realización de ninguna campaña de promoción turística, feria, exposición, o de sensibilización y concienciación ciudadana.

25 En el Ayuntamiento de El Puerto de Santa María, dentro del importe de las obligaciones reconocidas en el resto de la codificación presupuestaria, destacan 229.385,06 € que corresponden al convenio suscrito, en 2009, con la empresa pública El Puerto de Santa María Global SLU, en virtud del cual se le encomienda la gestión de determinados gastos en publicidad y comunicación institucional, así como 23.086 €, registrados en el capítulo 4, referidos a una subvención concedida a esa misma empresa en el ámbito de un convenio suscrito en 2004, destinada a financiar las campañas de publicidad que se realizan con motivo de la prestación del servicio de empadronamiento (puntos 48 y 49).

26 Al presupuesto de 2014 de algunos de los ayuntamientos examinados, se han aplicado gastos procedentes de ejercicios anteriores mediante la aprobación de expedientes de reconocimientos extrajudiciales de créditos.

El siguiente cuadro muestra, por ayuntamientos, el número e importe conjunto de estos expedientes de reconocimientos extrajudiciales.

Nº e importe expedientes Reconocimientos extrajudiciales **(€)**

Ayuntamiento	nº REC	Importe	% REC/total OR en PCI
Chiclana de la Frontera	1	9.073,44	1,68%
El Ejido	1	3.761,84	1,64%
El Puerto de Santa María	2	34.804,46	8,76%
Mijas	1	19.446,57	0,69%
San Fernando	1	2.745,00	1,35%
Vélez-Málaga	3	13.525,52	4,68%

Fuente: elaboración propia **Cuadro nº 2**

En los expedientes remitidos, a excepción de El Ejido, no figuran las memorias elaboradas por el área donde se originó el gasto, con una exposición de las causas concretas. En el Ayuntamiento de Vélez-Málaga aunque estas memorias no se han aportado, sí figura una referencia a ellas en los acuerdos aprobatorios.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	11/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Los Ayuntamientos de El Ejido y San Fernando no han remitido los acuerdos del Pleno, aprobatorios de esos expedientes, como órgano que ostenta esa competencia con carácter indelegable en virtud de lo previsto en el artículo 24.4 de la LBRL.

27 El trabajo de fiscalización también ha puesto de manifiesto un volumen de gasto por servicios y suministros recibidos que, a finales de 2014, se encontraba pendiente de aplicar al presupuesto, pues sobre esas operaciones no llegaron a dictarse los actos de reconocimiento de la obligación.

El siguiente cuadro recoge por cada ayuntamiento el importe que se ha podido comprobar; y, por tanto, considerar en la determinación del gasto total vinculado a las actividades fiscalizadas.

OPA **(€)**

Ayuntamiento	Importe OPA
Chiclana de la Frontera	605,00
El Puerto de Santa María	29.156,45
Fuengirola	23.042,10
Mijas	3.025,00
Roquetas de Mar	9.494,50
San Fernando	65.237,40

Fuente: elaboración propia **Cuadro nº 3**

28 En el Ayuntamiento de El Puerto de Santa María el importe de las OPA se compone, básicamente, del gasto contabilizado por El Puerto de Santa María Global SLU, correspondiente al mes de diciembre de 2014, derivado de la ejecución de la encomienda de comunicación (21.637,81 €) y de la campaña de publicidad del padrón (1.429,92 €), que no llegaron a reconocerse en ese ejercicio.

29 En el Ayuntamiento de Fuengirola el importe de las OPA corresponde a una campaña de publicidad en TV nacionales (21.372 €), y al contrato del servicio de información municipal y publicidad del Ayuntamiento en prensa escrita (1.669,8 €).

30 En el Ayuntamiento de San Fernando destaca dentro del importe de las OPA una factura de 48.400 €, correspondiente al patrocinio del Torneo Padel World Tour 2014, celebrado en noviembre de ese ejercicio, cuya entrada tuvo lugar en el Ayuntamiento a principios de 2015.

31 Todos los ayuntamientos, excepto Fuengirola, recogían el gasto registrado en el subconcepto económico-presupuestario 226.02 “publicidad y propaganda” en la cuenta 627 “publicidad, propaganda y relaciones públicas” de su cuenta de Resultado Económico-Patrimonial.

El Ayuntamiento de Fuengirola ha corregido la situación durante los trabajos de campo con la introducción de la mencionada cuenta en su contabilidad económico-patrimonial.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	12/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

No obstante, el saldo final de esa cuenta, en ningún caso, reflejaría adecuadamente la totalidad del gasto realizado en actividades publicitarias y de comunicación institucional, al no recoger el resto del gasto presupuestario registrado en otros conceptos y subconceptos económicos del presupuesto.

Además, en los Ayuntamientos de Chiclana de la Frontera, El Ejido, El Puerto de Santa María y San Fernando, los enlaces entre la contabilidad presupuestaria y la patrimonial se deben revisar, al comprobarse que en la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas" se recogen las obligaciones reconocidas en otros conceptos y subconceptos presupuestarios distintos del 226.02 "publicidad y propaganda" y 226.01 "Atenciones protocolarias". [1]

5.2.2. Organismos Autónomos

32 El siguiente cuadro muestra, por cada uno de los OOAA dependientes de los ayuntamientos analizados, el importe total del gasto presupuestario realizado en actividades publicitarias y de comunicación institucional, diferenciando entre el registrado en el subconcepto 226.02 "publicidad y propaganda" del recogido en el resto de la codificación económica del presupuesto.

Gasto presupuestario PCI **(€)**

Ayuntamiento	OOAA	OR Sub. 226.02 "publicidad y propaganda"	OR PCI resto codificación económica	Total OR PCI	% OR Sub. 226.02 "publicidad y propaganda"/ total OR PCI
EL EJIDO	Instituto Municipal de Deportes (IMD)	-	18.442,99	18.442,99	0,00%
EL EJIDO	Radio Televisión El Ejido	-	-	-	-
FUENGIROLA	Agencia de Promoción y Desarrollo Local	-	-	-	-
MIJAS	Patronato del Suelo y de la Vivienda	-	-	-	-
MIJAS	Universidad Popular	-	-	-	-
MIJAS	Patronato de Deportes	-	4.876,71	4.876,71	0,00%
SAN FERNANDO	Fundación de la Mujer	-	-	-	-
SAN FERNANDO	Patronato Municipal de Deportes	-	12.551,61	12.551,61	0,00%
SAN FERNANDO	Instituto para la Promoción de la Ciudad de la Isla	14.434,28	18.017,80	32.452,08	44,48%
VÉLEZ-MÁLAGA	OAL para el Desarrollo Industrial Municipal	-	13.080,10	13.080,10	0,00%

Fuente: Elaboración propia. **Cuadro nº 4**

33 El examen de los registros contables de estas entidades evidencia que de los diez OOAA, cinco llevaron a cabo gastos de publicidad y comunicación institucional, en 2014; y de éstos, sólo el "Instituto para la Promoción de la Ciudad de la Isla" había registrado parte en el subconcepto económico 226.02 "publicidad y propaganda".

[1] Punto modificado por la alegación presentada.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	13/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

34 Aunque la Radio Televisión de El Ejido no refleja la realización de gastos de publicidad y de comunicación institucional, se han considerado como tales parte de las transferencias realizadas por el Ayuntamiento, en 2014, por importe de 41.875,6 € (punto 23).

5.2.3. Sociedades mercantiles y fundaciones

35 El siguiente cuadro muestra el importe registrado por cada una de estas entidades, correspondiente a actividades publicitarias y de comunicación institucional, y el que se ha considerado, una vez desarrollado el trabajo de fiscalización, a efectos de determinación del volumen de gasto realizado por la Corporación.

Gasto PCI SSMM y Fundaciones **(€)**

Ayuntamiento	SSMM	Gasto PCI registrado	Gasto PCI ajustado
Chiclana de la Frontera	Chiclana Natural S.A	49.484,39	28.626,98
Chiclana de la Frontera	Empresa Suelo Industrial S.A	12.183,28	12.183,28
El Ejido	D.U.E.S.L	-	-
El Ejido	Residencia Geriátrica	166,50	166,50
El Puerto de Santa María	SUVIPUERTO S.A	17.848,15	17.848,15
El Puerto de Santa María	Impulsa El Puerto SL	168.122,06	168.122,06
El Puerto de Santa María	El Puerto de Santa María Global SLU	279.617,57	4.078,78
El Puerto de Santa María	APEMSA	86.135,18	86.135,18
Fuengirola	Parque Cementerio de Fuengirola S.A	-	-
Fuengirola	SOHAIL SA Aparcamientos	-	-
Fuengirola	Fuengirola TV S.A	-	-
Fuengirola	Puerto Deportivo	-	-
Mijas	MIJAGUA S.A	-	-
Mijas	Mijas Servicios Complementarios S.L	11.347,39	2.599,89
Mijas	Recursos Turísticos Mijas SA	81,18	81,18
Mijas	Mijas Comunicación SA	1.323,86	0,00
San Fernando	Empresa Municipal del Suelo Isleña SA	1.538,70	1.538,70
Vélez-Málaga	Empresa Municipal de Servicios, Vivienda, Infraestructura y Promoción de Vélez-Málaga S.A.	300,00	300,00
Vélez-Málaga	Fundación para el Fomento de la Cultura, Educación y Desarrollo de Vélez-Málaga	-	-

Fuente: Elaboración propia **Cuadro nº 5**

36 Todas las entidades registran estos gastos en la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas", a excepción de El Puerto de Santa María Global SLU, en el que parte figura distribuido en otras cuentas, correspondiendo básicamente a la actividad realizada en cumplimiento de los dos convenios que tiene suscrito con el Ayuntamiento (puntos 48, 49 y anexo 6).

Del importe reflejado por esta sociedad, a efectos de determinación del volumen de gasto total, solo se han tenido en cuenta como gastos de publicidad y comunicación aquellos que no corresponden a las actividades mencionadas anteriormente.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	14/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

En Mijas Comunicación SA no se ha tenido en cuenta el importe registrado en su contabilidad, pues se han considerado como gastos de publicidad y comunicación institucional la totalidad de las transferencias realizadas por el Ayuntamiento en 2014 (punto 23).

El ajuste realizado en Chiclana Natural SA y Mijas Servicios Complementarios SL, obedece a que parte del gasto registrado correspondía a atenciones protocolarias y relaciones públicas.

5.2.4. Determinación del gasto consolidado

37 En el siguiente cuadro se recoge el importe total del gasto consolidado que se ha determinado para cada una de las corporaciones analizadas; así como el valor del indicador del gasto en actividades publicitarias y de comunicación institucional por habitante.

Gasto consolidado **(€)**

Ayuntamiento	Gasto total	Gasto/habitante	Gasto/habitante ajustado
Chiclana de la Frontera	580.140,03	7,05	7,05
El Ejido	248.575,59	2,95	2,95
El Puerto de Santa María	702.665,87	7,92	7,92
Fuengirola	1.375.624,29	18,13	3,52
Mijas	2.821.970,36	36,4	8,59
Roquetas de Mar	498.696,81	5,44	5,44
San Fernando	304.642,31	3,16	3,16
Vélez-Málaga	302.345,03	3,89	3,89

Fuente: Elaboración propia **Cuadro nº 6**

Los mayores valores, que corresponden a los Ayuntamientos de Fuengirola y de Mijas, se explican por haberse considerado, a efectos de la fiscalización, como gastos de publicidad y de comunicación institucional la totalidad de transferencias realizadas por estos ayuntamientos a Fuengirola Televisión, en el primer caso, y a Mijas Comunicación SA, en el segundo.

Descontando el efecto de estas transferencias, el gasto por habitante en Fuengirola ascendería a 3,52 €, y en Mijas a 8,59 €/hab.

5.3. Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

38 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 determinados servicios publicitarios.

39 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.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	15/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Las deficiencias observadas en la fase de planificación de estas actividades junto al volumen de crédito ejecutado mediante este procedimiento, revelan el margen de mejora que tienen esas entidades en la determinación y programación de estas necesidades, al menos, de aquéllas que tienen un carácter previsible y repetitivo, con el objetivo de que las contrataciones que se vayan a realizar aseguren una utilización eficiente de los fondos públicos y un mejor respeto a los principios inspiradores de la contratación pública.

40 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.

Esta práctica, aunque no resulte obligatoria dadas las notas de simplificación y agilidad con las que aparece configurado este procedimiento en la normativa, permitiría sobre todo en contrataciones de determinada cuantía no renunciar de ante mano a la oferta económica más ventajosa y el cumplimiento de los principios de libertad de acceso a las licitaciones y publicidad, así como la salvaguarda de la libre competencia.

41 En los Ayuntamientos de El Ejido, Fuengirola y Vélez-Málaga se observa que la gestión presupuestaria de estos contratos se realiza mediante la acumulación de las fases de autorización, disposición y reconocimiento de la obligación (ADO).

Aunque los ayuntamientos, en las BEP, establezcan los supuestos en que atendiendo a la naturaleza del gasto y a criterios de economía y agilidad se acumulen varias fases, ello no implica que esto pueda suponer una deficiente o incoherente gestión de los mismos.

En este sentido, resultaría más conveniente que la gestión presupuestaria de estos contratos se llevara a cabo mediante la aprobación previa del gasto con generación del documento contable AD, lo que permitiría la posibilidad de incorporar los remanentes de créditos de ejercicios anteriores para hacer frente a las facturas por servicios o suministros realizados en el ejercicio, sobre las que no llegó a dictarse el acto de reconocimiento de la obligación, evitándose la distorsión presupuestaria que supone consumir parte de los créditos de un ejercicio con gastos realizados en otro y dando un mejor cumplimiento al principio de anualidad presupuestaria.

42 Ninguno de los ayuntamientos en los que se ha constado la existencia de contratos por un importe superior a 30.000 € (Fuengirola, Mijas, Roquetas de Mar y San Fernando), remitieron esa 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.

43 A continuación, se exponen por cada Ayuntamiento las incidencias que, con carácter particular, se han observado en esta área de fiscalización.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	16/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Chiclana de la Frontera

44 En la documentación remitida correspondiente a los expedientes de contratos menores analizados, no figura la que soportaría los documentos contables de autorización y disposición de créditos (AD), destacándose, por otra parte, que la fecha de expedición de éstos, en la mayoría de casos, es posterior al momento en el que el servicio se prestó, según los datos que se recogen en las facturas.

45 Uno de los expedientes de contratación menor examinado consistió en la inserción de un suplemento para la feria, denominado "logros", mediante el cual se publicitaban diversas acciones municipales: "*la aprobación inicial del PGOU, la nueva solicitud de concesión para recuperar el poblado de Santi-Petri, la candidatura de Chiclana Ciudad Europea del Deporte, la congelación de impuestos, la bajada progresiva del IBI, las ayudas a familias numerosas y el aumento hasta cuadruplicar las ayudas concedidas en servicios sociales".*

Se considera, de acuerdo con el carácter básico del artículo 4 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, que esta inserción publicitaria vulneraría el ámbito de la prohibición relativa *a la promoción o contratación de campañas institucionales de publicidad y comunicación que tengan por finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados.*

El Ejido

46 Del expediente del contrato privado, aún vigente, referido a un patrocinio deportivo, adjudicado mediante un procedimiento negociado sin publicidad, en mayo de 2012, por un importe anual de 21.780 € (IVA incluido), no se ha remitido el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares ni el Pliego de Prescripciones Técnicas, elementos que forman parte de la fase de preparación y adjudicación a la que están sometidos estos contratos, según el art. 20 LCSP, aprobada por el RD Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre.

47 En relación con el contrato administrativo de servicios de seguimiento informativo diario de noticias y de contenidos periodísticos, adjudicado en mayo de 2014 mediante un procedimiento negociado sin publicidad, se destaca que en el informe elaborado por el responsable del gabinete de prensa de 10 de enero de 2014, no se determinan con precisión la naturaleza y extensión de las necesidades que se pretenden cubrir , así como la idoneidad de su objeto y contenido para satisfacerlas, de acuerdo con el articulo 22 LCSP, aprobada por el RD Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre.

El Puerto de Santa María

48 Gran parte de la actividad contractual de los servicios de publicidad y de comunicación institucional se canaliza en este Ayuntamiento a través del convenio suscrito, en 2009, 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 legalmente asignadas la Corporación, en materia de comunicación e información.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	17/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

El Ayuntamiento debe revisar el diseño y aplicación de este procedimiento, por las siguientes razones:

- En el convenio no se precisan qué actuaciones publicitarias o de comunicación institucional se canalizan a través de la encomienda y cuáles no. Se ha podido comprobar que no todas las áreas municipales realizarán encargos concretos al amparo del mencionado convenio, siendo las de Turismo y Nuevas Tecnologías las que más recurren a dicho instrumento.

Del análisis de la documentación aportada en una muestra de pedidos cursados por la sociedad, en cumplimiento de los encargos recibidos del Ayuntamiento, se destacan las siguientes observaciones:

- 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 o suministro solicitado aparece expresado de modo genérico, lo que dificulta el conocimiento claro del objeto del encargo.

- En estas órdenes tampoco aparecen expresados los motivos que justifican que el encargo se realice a la sociedad municipal en vez de llevarse a cabo con los medios propios de la Corporación.

- No en todos los casos analizados figuran estas órdenes de prestación de servicios o suministros; y, en otros, las aportadas corresponden al ejercicio 2013.

- El sistema de retribución de la encomienda no aparece recogido ni en los estatutos de la SSMM, ni en el convenio. No obstante, se observa que la sociedad carga en las facturas que presenta mensualmente al Ayuntamiento una serie de gastos generales, cuyo porcentaje, en los casos analizados, oscila entre el 16,15% y el 13,36%.

- En uno de los pedidos analizados, la sociedad municipal contrató con la "UTE Puerto de Santa María 2014", empresa concesionaria de la plaza de toros, la realización de un video promocional; actividad ésta que estaría fuera de los fines o ámbito de actividad que resultarían propios de esa entidad.

Según las explicaciones ofrecidas por la gerencia de la sociedad municipal, la contratación se llevó a cabo de acuerdo con las indicaciones recibidas desde la concejalía, entre las que se incluía el proveedor.

49 La consideración de subvención que otorga el Ayuntamiento a la aportación que realiza a El Puerto de Santa María Global SLU, para la realización de campañas de publicidad en el ámbito del convenio suscrito en julio de 2004, no resulta adecuada pues en ella no se adivinan las notas definitorias de aquella figura.

Esa aportación supone el abono de una cantidad a cambio de la prestación de un servicio, lo que situaría su régimen legal en el ámbito de los encargos regulados en el 4 n) del TRLCSP, debiéndose recoger presupuestariamente esta actividad en el capítulo 2 en vez de en el 4 del presupuesto de gastos.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	18/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Fuengirola

50 Los expedientes de contratación del servicio de publicidad e información en prensa escrita y el del servicio de publicidad e información en prensa escrita mensual, tramitados de forma separada y adjudicados por procedimiento abierto a las únicas empresas que concurrieron a la licitación, se deberían haber tramitado en único expediente con dos lotes, dada la similitud del objeto del contrato.

No obstante, esa forma de tramitación no determinó la elusión de los requisitos de publicidad, ni los relativos al procedimiento de adjudicación.

Los criterios de adjudicación y su ponderación, referidos a esos dos expedientes, aunque aparecen detallados en el Pliego de Cláusulas no se recogen en el anuncio de licitación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 150.5 de la LCSP.

51 En 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.

52 En relación con el contrato de patrocinio de la organización del final de etapa de la Vuelta a Andalucía en Fuengirola, no se han aportado el PCAP y el PPT, elementos que forman parte de la fase de preparación del expediente a la que están sometidos los contratos de naturaleza privada. Además, en este caso la copia del contrato facilitada se encuentra sin firmar.

53 En cuanto al contrato de patrocinio del concierto de Malú, al margen de una alusión genérica al afán del municipio en la promoción de grandes eventos, no se precisan los parámetros o elementos que se tuvieron en cuenta para determinar el montante de la aportación económica realizada por el Ayuntamiento.

Mijas

54 En el anuncio de licitación del expediente de contratación de mayor importe (190.000 €), cuyo objeto consistía en la prestación de servicios publicitarios, adjudicado por procedimiento abierto a la única empresa que concurrió, no se recogían los criterios de adjudicación ni su ponderación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 150.5 de la LCSP, aprobado por el RD Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre.

Roquetas de Mar

55 Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización, se comunicó un único contrato relativo al servicio de publicidad y de comunicación institucional para el Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

No obstante, el examen de los registros contables de la entidad ha puesto de manifiesto la existencia de otros contratos relacionados con la actividad publicitaria y de comunicación institucional (anexo 6).

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	19/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

56 En relación con el expediente de contratación del servicio de publicidad y comunicación institucional para el Ayuntamiento de Roquetas de Mar, suscrito en 2011, se destaca que la decisión de la mesa de contratación de dejar de aplicar el criterio del precio, recogido en el PCAP, debido a la indeterminación del objeto del contrato, no resultó ajustada a derecho, pues de facto supuso una modificación del PCAP contraria a los principios de transparencia, concurrencia e igualdad de trato en los que se fundamenta la contratación pública.

57 En cuanto al convenio de colaboración suscrito con una persona jurídica privada para llevar a cabo determinadas acciones (tirada de un determinado número de folletos a distribuir por agencias de viaje) encaminadas a la promoción turística del municipio de Roquetas de Mar en los principales mercados turísticos emergentes consumidores de turismo, como son los países del este, países nórdicos y Holanda, suscrito en julio de 2014, por un importe de 48.400 € (IVA incluido), cabría destacar lo siguiente:

En el negocio jurídico formalizado, al que las partes acordaron denominar convenio de colaboración, se observa una prestación de servicios a cambio de un precio cierto, lo que evidencia su carácter contractual, habiéndose obviado en su tramitación los principios de publicidad, transparencia y concurrencia, así como la necesidad de someter dicho expediente a la normativa de contratación pública.

En su ejecución no se ha dejado constancia de las reuniones que debieron mantenerse para el seguimiento de su cumplimiento. Tampoco se ha aportado el dossier justificativo de las acciones emprendidas y de los costes incurridos, de acuerdo con lo previsto en el documento formalizado.

Entre la documentación justificativa remitida y las condiciones que figuran en el documento firmado se observan incoherencias y contradicciones que alcanzan a las agencias de viaje que han intervenido, a los hoteles implicados, al número de acciones desarrolladas y al tiempo de realización de las mismas.

Así, en las certificaciones enviadas por las agencias de viajes se ofrece información sobre determinados hoteles no contemplados en el convenio; en cambio, de algunos de los previstos no se ofrece información.

Tampoco hay correspondencia entre el número de folletos que dicen haber distribuido y los que estaban previstos en el convenio.

El tiempo de realización de alguna de las acciones no concuerda con el previsto en el convenio, sin que se aporte justificación alguna.

El número total de personas hospedadas no coincide en los distintos documentos aportados. Así, en un informe remitido por la empresa se hace referencia a un número de personas distinto al que se desprende de los certificados aportados por las agencias de viaje.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	20/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

58 En relación con el expediente del contrato menor suscrito para la promoción turística en distintos mercados potenciales, llevando a cabo distintas acciones dirigidas a operadores turísticos del mercado serbio y canales On-line, por importe de 18.425,5 € (IVA incluido), a realizar los días 30, 31 de mayo y 1 de junio, se destaca lo siguiente:

Figura una propuesta favorable del técnico municipal, de 28 de mayo de 2014, en la que se hace referencia a un presupuesto presentado por la adjudicataria, con fecha de 2 de junio de 2014.

El decreto de adjudicación y los documentos contables expedidos (RC y AD) son de una fecha posterior al momento de realización de las prestaciones contratadas.

59 En cuanto al contrato menor de servicios para la cobertura informativa y difusión mediática de las actividades desarrolladas por la Concejalía de Cultura para el periodo enero a diciembre de 2014, por un importe de 13.748,88 € (IVA incluido), se indica lo siguiente:

En el informe propuesta elaborado por el responsable de Educación y Cultura no se determina con precisión la extensión y naturaleza de las necesidades que se pretenden cubrir, tampoco el hecho de que las mismas no puedan ser atendidas con medios propios de la Corporación.

El examen de los registros contables de 2014 evidencia el reconocimiento de obligaciones al mismo proveedor, por igual concepto e importe, correspondiente al gasto del mes de diciembre de 2013. La entidad no ha remitido información acerca del momento a partir del cual se inició esta relación contractual, lo que permitiría considerar un posible fraccionamiento del objeto del contrato, al tratarse de una necesidad permanente que se ha cubierto mediante encadenamientos de contratos menores.

San Fernando

60 En tres expedientes de contratos menores, los decretos de aprobación del gasto y de adjudicación son posteriores al momento de realización de las prestaciones, de acuerdo con la fecha que aparece en las facturas.

Vélez-Málaga

61 En relación con diecinueve contratos de patrocinios deportivos formalizados con distintas entidades de la localidad, por un importe conjunto de 74.992 €, se destacan las siguientes observaciones:

De la normativa reguladora que figura como anexo en los mencionados contratos y de los términos en los que éstos aparecen redactados, no resulta clara la verdadera naturaleza del negocio jurídico que se formaliza, en el sentido de si se trata de una subvención o un verdadero contrato de patrocinio.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	21/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Así, se hace referencia a que la finalidad de los mismos consiste en la promoción del deporte federado, la formación de deportistas y complementar la oferta deportiva de la Concejalía de Deportes, basándose en las competencias del Ayuntamiento en la promoción del deporte.

El contrato de patrocinio publicitario permite a las administraciones públicas, además de procurar la financiación de las actividades deportivas, rentabilizar esa inversión en forma de publicidad. De manera que esa equivalencia entre las prestaciones de ambas partes debería quedar claramente constatada en los pliegos o en el documento contractual, con la finalidad de descartar que tras esa figura pueda ocultarse la concesión de una subvención.

Si el Ayuntamiento de Vélez-Málaga considera oportuno, en el ámbito de sus competencias, realizar aportaciones dinerarias a distintas entidades con la finalidad de fomentar el deporte, esa actividad debería calificarse de subvencional, el gasto debería imputarse al capítulo 4 y seguir el expediente los trámites y requisitos exigidos por la normativa adecuada, tal como se hizo hasta 2013.

6. ANEXOS

Anexo 6.1. Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera

Información General

- El municipio de Chiclana de la Frontera, en 2014, según datos del IEA, contaba con una población de 82.298 habitantes, que representan el 0,98% del total de la andaluza en ese periodo.

- La prestación de servicios públicos en este municipio se realiza por el Ayuntamiento y los siguientes entes íntegramente dependientes, creados al amparo de lo previsto en el artículo 132 del ROF.

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
SSMM	Chiclana Natural, S. A	1987
SSMM	Empresa de Suelo Industrial, S. A. (EMSISA)	1987

Fuente: información facilitada por la entidad

- La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad correspondiente al ejercicio 2014, se produjo el 28 de marzo de 2014, fuera del plazo previsto en el artículo 169. 2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, que señala como fecha límite de aprobación el 31 de diciembre del año anterior al del ejercicio en que deba aplicarse.

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General Consolidado de la Corporación, aprobado para el ejercicio 2014.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	22/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Presupuesto consolidado **(€)**

CHICLANA FRONTERA	AYUNTAMIENTO	EMSISA	CHICLANA NATURAL	PPto. Consolidado
Total PPto Gastos	78.018.262,28	5.047.007,00	28.496.464,09	92.650.605,92
Total PPto. Ingresos	78.018.262,28	5.047.007,00	29.015.616,60	93.169.758,43

Fuente: información facilitada por la entidad

- El presupuesto se aprobó con superávit presupuestario y sobre el mismo se realizó un ajuste de consolidación que ascendió a 18.911.127,45 €.

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se llevó a cabo mediante el Decreto de Alcaldía de 29 de abril de 2015, fuera del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La aprobación de la Cuenta General de la entidad se produjo, por acuerdo del Pleno, el 22 de diciembre de 2015, también fuera del plazo previsto en el artículo 212. 4) del TRLHL.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- Los gabinetes de alcaldía y de prensa desarrollan determinadas funciones relacionadas con esta actividad, tales como: relaciones con los medios de comunicación, elaboración de notas de prensa y coordinación de la actividad de protocolo.

- En total son cinco empleados los que prestan sus servicios en estos gabinetes: un coordinador de alcaldía (funcionario), más dos técnicos de gabinete y dos auxiliares, cuya relación es de carácter eventual.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El cuadro que aparece a continuación recoge la información sobre la dotación y la ejecución de créditos consignados en el subconcepto económico 226.02 “Publicidad y propaganda”.

Ejecución presupuestaria subconcepto 226.02 **(€)**

Subconcepto 226.02/ Total capítulo 2	Créditos presupuestarios			Obligaciones reconocidas netas	Pagos líquidos	Pendiente de pago
	Iniciales	Modificaciones	Créditos definitivos			
226.02. Publicidad y propaganda	352.180,00	70.325,89	422.505,89	494.302,30	293.302,24	201.000,06
Total Cap. 2	17.408.438,79	1.198.317,33	18.606.756,12	16.800.117,77	12.666.913,85	5.444.631,96
% subc. 226.02/ cap. 2	2,02%	5,87%	2,27%	2,94%	2,32%	3,69%

Fuente: información facilitada por la entidad

- En el ejercicio fiscalizado las obligaciones reconocidas netas en dicho subconcepto superaron los créditos definitivos. Sin embargo, esta circunstancia no supuso ningún tipo de incidencia al quedar establecida la vinculación jurídica de los créditos a nivel de capítulo presupuestario.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	23/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Sociedades Mercantiles

- El gasto registrado en la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas" de cada una de las sociedades municipales figura en el siguiente cuadro:

GPI SSMM **(€)**

SSMM	Cuenta 627
Chiclana Natural S.A	49.484,39
Empresa de Suelo Industrial, S. A	12.183,28

Fuente: información facilitada por la entidad

- En Chiclana Natural SA, del saldo que figura en la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas" (49.484,39 €), corresponden a actividades publicitarias y de comunicación institucional 28.626,98 €; perteneciendo el resto a relaciones públicas, atenciones protocolarias y a publicaciones en diarios oficiales, que no se van tener en cuenta en la determinación del importe total del gasto.

Ese gasto, que supone el 0,27 % del total del subgrupo "otros gastos de explotación" de su Cuenta de Pérdidas y Ganancias, está relacionado con una campaña de promoción de la Playa de la Barrosa, el patrocinio de un concurso de fotografía denominado "El ciclo integral del agua", una campaña de concienciación ambiental sobre el reciclaje y un concurso escolar de educación ambiental de Ecoembes.

- En la Empresa del Suelo Industrial se ha considerado atribuible a actividades publicitarias y de comunicación institucional todo el importe registrado en esa cuenta (12.183,28 €), que representa el 0,69% del total del subgrupo "otros gastos de explotación" de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización, se comunicó por la Corporación un único contrato que figura en el cuadro con el número 1.

No obstante, del examen de los registros contables se ha tenido conocimiento de otro contrato, que figura con el número 2.

Relación contratos

Denominación contrato	Nº	Importe(€)	Fecha adjudicación
Concesión del uso privativo del dominio público para la instalación, conservación y explotación de pantallas LED/LCD	1	5.040 €/año	22/02/2013
Contrato para el diseño y publicidad de la Delegación de Cultura y otras	2	19.824	11/11/2011

Fuente: Elaboración propia

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	24/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Anexo 6.2. Ayuntamiento de El Ejido

Información General

- La población del municipio de El Ejido, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 84.144 habitantes, que representan el 1% del total de la población andaluza en ese periodo.

- La prestación de servicios públicos en este municipio se realiza por el Ayuntamiento y los siguientes entes íntegramente dependientes, creados al amparo de lo previsto en el artículo 132 del ROF.

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
Organismo Autónomo	Instituto Municipal de Deportes de El Ejido	1995
Organismo Autónomo	Radio Televisión Ejido	1995
Sociedad Mercantil	Desarrollo Urbanístico de El Ejido S.L.	2004
Sociedad Mercantil	Residencia Geriátrica Ciudad de El Ejido S.L.	2005

Fuente: información facilitada por la entidad

- La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad correspondiente a 2014 se produjo el 27 de julio de 2014, fuera del plazo previsto en el artículo 169.2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, que señala como fecha límite de aprobación el 31 de diciembre del año anterior al del ejercicio en que deba aplicarse.

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General Consolidado, aprobado para el ejercicio 2014, en el que se integran el de la propia entidad, el de los OOAA "Radio Televisión del El Ejido" e "Instituto Municipal de Deportes (IMD)", el de la sociedad mercantil Residencia Geriátrica Ciudad de El Ejido y el del Consorcio para la Gestión y Extinción de Incendios y Salvamento del Poniente Almeriense.

Presupuesto consolidado **(€)**

PPto Gastos/Ingresos	Ayto.	IMD	Radio Televisión	Consorcio Bomberos	Residencia Geriátrica	PPto. consolidado
Total PPto Gastos	77.183.872,34	1.525.496,50	109.345,65	4.181.600,00	1.788.550,00	81.485.633,68
Total PPto. Ingresos	106.676.459,16	1.525.496,50	109.345,65	4.181.600,00	1.788.550,00	110.978.220,50

Fuente: información facilitada por la entidad

- El presupuesto se aprobó con superávit presupuestario y sobre el mismo se realizó un ajuste por consolidación que ascendió a 3.303.234,81 €.

- En la formación de los estados contables consolidados no se tuvo en cuenta la información relativa a la Sociedad Mercantil Desarrollo Urbanístico de El Ejido SL; no obstante, en el expediente del presupuesto se incluyeron sus previsiones de ingresos y gastos a título informativo.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	25/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- Las previsiones de ingresos y gastos de esa sociedad, así como los de la Residencia Geriátrica Ciudad de El Ejido SL, no llegaron a formar parte de la publicación definitiva que se realizó del presupuesto.

- La consolidación del Consorcio de Bomberos y Extinción de Incendios y Salvamento del Poniente Almeriense se produjo por primera vez en ese ejercicio, al amparo de la Disposición Adicional Vigésima de la Ley 27/2013 de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local. No obstante, esta entidad ha quedado excluida de la fiscalización.

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se llevó a cabo mediante el Decreto de Alcaldía de 27 febrero de 2015, dentro del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La aprobación de la Cuenta General de la entidad se produjo, por acuerdo del Pleno de la Corporación, el 29 de septiembre de 2015, dentro del plazo previsto en el artículo 212.4) del TRLHL.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- El gabinete de prensa desarrolla determinadas funciones relacionadas con la actividad fiscalizada, tales como: relaciones con los medios de comunicación, elaboración de notas de prensa, elaboración y seguimiento del plan de medios y actualización del sitio web del Ayuntamiento.

- En dicho gabinete prestan sus servicios dos empleados que mantienen una relación de carácter eventual.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El gasto en publicidad y comunicación institucional que se ha determinado mediante la comprobación de los registros contables de la entidad coincide con el manifestado por la Corporación (188.090,5 €).

Sociedades Mercantiles

El gasto registrado en la cuenta 627 “publicidad, propaganda y relaciones públicas” de cada una de las sociedades íntegramente dependientes, figura en el siguiente cuadro:

GPCI SSMM **(€)**

SSMM	Cuenta 627
D.U.E SL	-
Residencia Geriátrica S.L.	166,00

Fuente: información facilitada por la entidad

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	26/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

La DUE SL, de acuerdo con la información recogida en sus estados contables no realizó gasto alguno en publicidad y comunicación institucional, y el efectuado por la Residencia Geriátrica resultó irrelevante.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía, el Ayuntamiento ha remitido la siguiente información relativa a la contratación de sus gastos en publicidad y comunicación institucional.

Relación de contratos

Tipo contrato	Nº expdte.	procedimiento contratación	Importe adjudicación (€)
Privado (patrocinio)	1	Proc. negociado sin publicidad	21.780,00
Contrato admvo. Serv. publicidad	1	Proc. negociado sin publicidad	5.082,00
Contrato admvo. Serv. y difusión publicitarios	282	Contratación menor	183.223,34

Fuente: información facilitada por la entidad

El IMD, por su parte, ha remitido una relación de 42 contratos menores, por un importe de 9.946,20 €.

Anexo 6.3. Ayuntamiento de El Puerto de Santa María

Información General

- La población de El Puerto de Santa María, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 88.700 habitantes, que representan el 1,06% del total de la población andaluza en ese periodo.

- La prestación de servicios públicos en este municipio se realiza por el Ayuntamiento y los siguientes entes íntegramente dependientes, creados al amparo de lo previsto en el artículo 132 del ROF.

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
SSMM	E. M. del Suelo y la Vivienda S.A (SUVIPUERTO S.A)	1993
SSMM	El Puerto de Santa María Global S.L.U	1995
SSMM	Impulsa El Puerto SL	1993
SSMM	E. M. Aguas de El Puerto de Santa María (APEMSA)	1983

Fuente: información facilitada por la entidad

- La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad correspondiente a 2014, tras el periodo de exposición pública, se produjo el 29 de agosto de ese mismo ejercicio, fuera del plazo previsto en el artículo 169.2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, que señala como fecha límite de aprobación el 31 de diciembre del año anterior al del ejercicio en que deba aplicarse.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	27/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General consolidado, aprobado para el ejercicio 2014, correspondiente al Ayuntamiento de El Puerto de Santa María.

Presupuesto consolidado **(€)**

El Puerto de Santa María	Ayto	APEMSA	El Puerto de Santa María Global S.L.U	SUVIPUERTO S.A.	Impulsa El Puerto SL	PPto. consolidado
Total PPto Gastos	97.166.653,32	9.436.866,00	2.501.714,43	6.089.334,39	2.487.587,79	112.703.831,52
Total PPto Ingresos	97.166.653,32	9.436.866,00	2.501.714,43	6.089.334,39	2.716.345,63	112.932.589,36

Fuente: información facilitada por la entidad

- El Presupuesto se aprobó con superávit y sobre el mismo se realizó un ajuste por consolidación que ascendió a 4.978.324,41 €.

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se llevó a cabo mediante el Decreto de Alcaldía de 18 de noviembre de 2015, fuera del plazo previsto en el artículo 191.3) de la TRLHL.

- La Cuenta General del ejercicio 2014, a la fecha de finalización de los trabajos de campo, todavía no se había aprobado por el Pleno de la Corporación.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- En la Delegación de Nuevas Tecnologías se encuentra creado un puesto de coordinador, ocupado por un empleado de carácter eventual, que se encarga de la dirección, inspección e impulso de servicios de información y comunicación institucional, destinados a informar a los ciudadanos y medios de comunicación.

El Gabinete de Prensa, adscrito al Área de Presidencia, en el que prestan sus servicios cuatro empleados, todos de carácter eventual, también desempeña determinadas tareas relacionadas con la comunicación institucional, tales como: relación con los medios de comunicación, puesta a disposición de la información institucional, organización de ruedas de prensa, el seguimiento, documentación y análisis de la prensa, así como la elaboración de notas de prensa y comunicados.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El Ayuntamiento de El Puerto de Santa María registra presupuestariamente los créditos para gastos relacionados con publicidad y comunicación institucional en el subconcepto económico 226.02 “Publicidad y propaganda”, y en otros, tales como:

- 226.99 “Otros gastos diversos”
- 227.99 “Otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales”
- 250.2007 “Trabajos realizados por otras administraciones públicas y otras entidades públicas”
- 449 “Otras subvenciones a entes públicos y sociedades mercantiles de la entidad local”.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	28/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

En el subconcepto económico 226.02 "publicidad y propaganda", figuraba un crédito definitivo que ascendía a 180.263,82 €, y unas obligaciones reconocidas por importe de 117.730,25 €.

El subconcepto 250.2007 "El Puerto Global. Servicios de comunicación, imagen y protocolo", recogía un crédito definitivo de 265.100, 98 €, y unas obligaciones reconocidas por 229.385,06 €, que corresponden al convenio que el Ayuntamiento suscribió, en 2009, con esa empresa, en virtud del cual se encomienda la gestión de determinados gastos en publicidad y comunicación institucional.

En el concepto económico 449.100 "Otras subvenciones a entes públicos y sociedades mercantiles de la entidad local" figuraba un crédito definitivo de 28.000 €, y unas obligaciones reconocidas por 23.086 €, correspondientes a una subvención concedida a El Puerto Global SLU en el ámbito del convenio suscrito en 2004.

Sociedades Mercantiles

El saldo registrado en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de cada una de las sociedades, relativos a gastos publicitarios y de comunicación institucional, figura en el siguiente cuadro:

GPCI SSMM **(€)**

SSMM	Cuenta pérdidas y ganancias						Total por cuentas
	cuenta 627	cuenta 607	cuenta 621	cuenta 623	cuenta 629	otras	
SUVIPUERTO S.A	17.848,15						17.848,15
Impulsa El Puerto SL	168.122,06						168.122,06
El Puerto de Santa María Global SLU	51.685,41	18.065,30	931,7	13.424,88	5.354,98	190.155,30	279.617,57
APEMSA	86.135,18						86.135,18
TOTAL							**551.722,96**

Fuente: Elaboración propia

- El importe de SUVIPUERTO S.A., que corresponde a un contrato menor de servicios publicitarios, supone el 1,52% de los gastos de explotación de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de la mencionada entidad.

- En el saldo de Impulsa El Puerto S.L., que supone el 8,61% de los gastos de explotación reflejados en su Cuenta de Pérdidas y Ganancias, destacan entre las partidas más significativas un contrato de publicidad suscrito con auto taxis, por un importe de 15.000 €, y otro con El Puerto de Santa María Global SLU, por 19.500 €.

- El importe que corresponde a El Puerto de Santa María Global SLU representa el 11,62% de sus gastos de explotación, y, básicamente, está compuesto de los siguientes conceptos:

El gasto realizado por la sociedad en cumplimiento de la encomienda suscrita con el Ayuntamiento: 251.022,87 €.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	29/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

El gasto realizado por la sociedad en la campaña de publicidad del padrón, 24.515,92 €, en cumplimiento del convenio suscrito con el Ayuntamiento.

- El importe del gasto registrado por APEMSA, 86.135,18 €, que supone el 1,19% del total de los gastos de explotación de su Cuenta de Pérdidas y Ganancias, básicamente, está relacionado con varios contratos de servicios publicitarios y patrocinios.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía, el Ayuntamiento ha remitido la documentación relativa a dos convenios formalizados con El Puerto de Santa María Global SLU.

- El resto de la actividad contractual la lleva a cabo el Ayuntamiento directamente, articulándose a través de contratos menores de los que no se ha facilitado relación alguna.

Anexo 6.4. Ayuntamiento de Fuengirola

Información General

- La población del municipio de Fuengirola, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 75.856 habitantes, que representan el 0,90% del total de la población andaluza en ese periodo.

- La prestación de servicios públicos en este municipio se realiza por el Ayuntamiento y los siguientes entes íntegramente dependientes, creados al amparo de lo previsto en el artículo 132 del ROF.

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
Agencia Pública	Agencia Pública Promoción y Desarrollo de Fuengirola	2013
SSMM	Parque Cementerio de Fuengirola (PARCESAM)	1989
SSMM	SOHAIL S.A Aparcamientos	2003
SSMM	Fuengirola TV S.A	2000
SSMM	Puerto Deportivo	1990

Fuente: información facilitada por la entidad

- La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad correspondiente a 2014, tras el periodo de exposición pública, se produjo el 28 de enero de 2014, fuera del plazo previsto en el artículo 169.2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, que señala como fecha límite de aprobación el 31 de diciembre del año anterior al del ejercicio en que deba aplicarse.

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General consolidado, aprobado para el ejercicio 2014, correspondiente al Ayuntamiento de Fuengirola.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	30/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Presupuesto consolidado **(€)**

Fuengirola	Ayto.	Agencia Promoción y Desarrollo	Fuengirola TV	SOHAIL Aparca-mientos	PARCESAM	Puerto Deportivo	PPto consolidado
PPto. Gastos	69.121.236,24	1.231.796,55	1.225.000,00	27.700,00	661.700,00	1.041.000,00	71.778.470,07
PPto Ingresos	81.615.110,41	1.231.796,55	1.225.000,00	27.700,00	661.700,00	1.041.000,00	84.272.344,24

Fuente: información facilitada por la entidad

- Este presupuesto se aprobó con superávit presupuestario, y sobre el mismo se realizó un ajuste por eliminación de transferencias internas que ascendió a 1.529.962,72 €.

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se realizó en virtud del Decreto de Alcaldía de 10 de febrero de 2015, dentro del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La aprobación de la Cuenta General de la entidad se produjo, por acuerdo del Pleno de la Corporación, el 28 de agosto de 2015; dentro del plazo previsto en el artículo 212. 4) del TRLHL.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- El gabinete de prensa, dependiente del Área de Alcaldía, gestiona la comunicación e imagen corporativa del Ayuntamiento, sobre todo en lo relacionado con las noticias y anuncios de interés para la ciudadanía.

- Son tres empleados los que prestan sus servicios en dicho gabinete, de los cuales dos mantienen una relación de carácter eventual, y el otro laboral indefinida.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- En el cuadro que aparece a continuación se recoge la información sobre la dotación y la ejecución de los créditos consignados en el subconcepto económico 226.02 "Publicidad y propaganda", del presupuesto de la entidad.

Ejecución presupuestaria subconcepto 226.02 **(€)**

Subconcepto 226.02/capítulo 2	Créditos presupuestarios			Obligaciones reconocidas netas	Pagos líquidos	Pendiente de pago
	Iniciales	Modif.	Créditos definitivos			
226.02. Publicidad y propaganda	134.000,00	-	134.000,00	168.482,03	151.402,54	17.079,49
Total Cap. 2	19.860.500,00	-	30.053.248,37	18.135.264,47	16.843.517,94	1.291.746,53
% Subc.226.02/Cap.2	0,67%		0,45%	0,93%	0,90%	1,32%

Fuente: información facilitada por la entidad

- En el ejercicio fiscalizado las obligaciones reconocidas netas en este subconcepto económico superaron a los créditos definitivos. Sin embargo, esta circunstancia no supuso ningún tipo de incidencia al quedar establecida la vinculación jurídica de los créditos a nivel de capítulo presupuestario.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	31/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- El examen de los estados contables de la entidad ha puesto de manifiesto el registro de gastos relacionados con publicidad y comunicación institucional en subconceptos económicos distintos al 226.02, tales como: el 227.07 "gestión del conocimiento, campañas informativas", por importe de 26.417,47 €, y 226.09 y 226.99, por un importe conjunto de 49.373,69 €, debidos básicamente a la elaboración de cartelería y de folletos informativos.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización sobre la contratación de los servicios de publicidad y de comunicación institucional, la Corporación ha comunicado la siguiente información:

Relación contratos

Tipo contrato	Procedimiento adjudicación	Denominación	Importe adjudicación (€)	Fecha adjudicación
Servicios	Abierto	Serv. publicidad e información en prensa escrita	51.240,00	13/12/2013
Servicios	Negociado sin publicidad	Serv. de publicidad promocional cuñas de radio	10.000,00	08/05/2014
Servicios	Abierto	Serv. de información municipal y publicidad prensa escrita mensual	16.560,00	04/06/2014
PATROCINIO. Contrato de colaboración	Junta de Gobierno Local	Organización final de etapa de la vuelta a Andalucía	25.000	21/02/2014
PATROCINIO. Contrato de colaboración	Junta de Gobierno Local	Concierto Malú	8.470,00	28/07/2014
Servicios	Contrato menor	Contratación publicidad en televisiones para promoción turística	41.422,00	13/12/2013

Fuente: información facilitada por la entidad

Anexo 6.5. Ayuntamiento de Mijas

Información General

- La población del municipio de Mijas, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 77.521 habitantes, que representan el 0,92% del total de la población andaluza.

- La prestación de servicios públicos en este municipio se realiza por el Ayuntamiento y los siguientes entes íntegramente dependientes, creados al amparo de lo previsto en el artículo 132 del ROF.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	32/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
SSMM	MIJAGUA S.A	2001
SSMM	Mijas Serv. Complementarios S.L.	2012
SSMM	Recursos Turísticos Mijas S.A.	1993
SSMM	Mijas Comunicación S.A.	1993
OOAA	Patronato Deportes	1985
OOAA	Universidad Popular	1984
OOAA	Patronato Municipal del Suelo y Vivienda	1985

Fuente: información facilitada por la entidad

La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad se produjo el 23 de enero de 2014, fuera del plazo previsto en el artículo 169. 2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, que señala como fecha límite de aprobación el 31 de diciembre del año anterior al del ejercicio en que deba aplicarse.

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General Consolidado, aprobado para el ejercicio 2014, correspondiente al Ayuntamiento de Mijas.

Presupuesto consolidado **(€)**

Mijas	Ayto.	P. Vivienda	P. Univ. Popular	Patronato Deportes	Mijagua S.A.	Mijas Com. S.A.	Mijas Serv. Compl. S.L.	Recursos Turísticos S.A.	TOTAL
PPto Gastos	80.804.103,05	3.024,00	772.558,63	3.810.616,35	279.200,00	2.401.495,41	3.000.000,00	300.000,00	82.870.113,22
PPto Ingresos	87.452.609,24	3.024,00	772.557,63	3.813.415,35	336.000,00	2.428.315,42	3.000.000,00	300.000,00	89.605.037,42

Fuente: información facilitada por la entidad

- El Presupuesto se aprobó con superávit, y sobre el mismo se realizó un ajuste por eliminación de transferencias internas que ascendió a 8.500.884,22 €.

- La liquidación del presupuesto se aprobó en virtud del Decreto de Alcaldía de 27 de mayo de 2015, fuera del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La Cuenta General, a la fecha de finalización de los trabajos de campo, todavía no se había aprobado por el Pleno de la Corporación.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- El gabinete de prensa, en el que presta sus servicios un empleado de carácter eventual, realiza determinadas funciones relacionadas con la política de comunicación institucional, tales como: redacción de notas de prensa, gestión de convocatorias informativas, relación periodística con los medios de comunicación y coordinación de la comunicación externa del Ayuntamiento.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	33/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El cuadro que aparece a continuación recoge la información sobre la dotación y la ejecución de los créditos consignados en el subconcepto económico 226.02 "Publicidad y propaganda".

Ejecución presupuestaria subconcepto 226.02 **(€)**

Subconcepto 226.02/cap. 2	Créditos presupuestarios			Obligaciones reconocidas netas	Pagos líquidos	Pendiente de pago
	Iniciales	Modif.	Créditos definitivos			
226.02. Publicidad y propaganda	374.500,00	15.805,77	390.305,77	277.700,44	269.381,52	96.799,56
Total cap. 2	30.920.761,46	-	30.920.761,46	27.012.152,23	26.996.008,50	3.908.609,23
% 226.02/ Total Cap. 2	1,21%	0,00%	1,26%	1,03%	1,00%	2,48%

Fuente: información facilitada por la entidad

- El examen de los estados contables de la entidad ha puesto de manifiesto el registro de gastos relativos a publicidad y comunicación institucional en otros conceptos y subconceptos del presupuesto, distintos al 226.02, tales como: 226.06, 226.08, 226.09 y en el artículo 48, por un importe conjunto de 17.490,77 €.

Sociedades Mercantiles

El gasto registrado en la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas" de cada una de las sociedades dependientes, figura en el siguiente cuadro.

Gasto PCI SSMM **(€)**

SSMM	Cuenta 627
MIJAGUA S.A.	-
MIJAS COMUNICACIÓN S.A.	1.323,86
MIJAS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	11.347,39
MIJAS RECURSOS TURÍSTICOS S.A.	81,18

Fuente: información facilitada por la entidad

- El gasto reflejado en la contabilidad de Mijas Recursos Turísticos S.A resultó irrelevante; y Mijagua S.A, de acuerdo con la información facilitada, no llevó a cabo gastos de esta naturaleza.

- Del saldo registrado en Mijas Servicios Complementarios (11.347,39 €), se ha considerado gasto en publicidad y comunicación institucional un importe de 2.599,89 €, pues el resto pertenece a actividades protocolarias.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	34/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización sobre la contratación de los servicios de publicidad y de comunicación institucional, se ha comunicado una relación de contratos formalizados por el Ayuntamiento que, clasificados por tramos de cuantía, presentan la siguiente distribución.

Relación de contratos

CONTRATOS MENORES DE 18.000 €		
Ayuntamiento	**Número**	**Importe (IVA excluido) €**
MIJAS	6	35.121,96
CONTRATOS MAYORES DE 18.000 €		
Ayuntamiento	**Número**	**Importe (IVA excluido) €**
MIJAS	1	190.000,00

Fuente: información facilitada por la entidad

- El resto de entidades dependientes no han comunicado la formalización de contratos relativos a gastos de publicidad y comunicación institucional, poniéndose de manifiesto en las sociedades mercantiles la inexistencia de instrucciones internas aprobadas en materia de contratación, lo que supondría un incumplimiento de lo previsto en el artículo 191 de la Ley de Contratos del Sector Público.

Anexo 6.6. Ayuntamiento de Roquetas de Mar

Información General

- La población del municipio de Roquetas de Mar, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 91.682,00 habitantes, que representan el 1,09% del total de la población andaluza.

- El Ayuntamiento de Roquetas de Mar, en 2014, no disponía de entes descentralizados dotados de personalidad jurídica propia, para la prestación de determinados servicios.

-La aprobación definitiva del Presupuesto General de 2014 se produjo el 30 de diciembre de 2013, dentro del plazo previsto en el artículo 169.2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo.

- El siguiente cuadro muestra el Presupuesto General consolidado aprobado para el ejercicio 2014.

Presupuesto consolidado **(€)**

Roquetas de Mar	Ayuntamiento
PPto. Ingresos	83.234.851,00
PPto. Gastos	83.234.851,00

Fuente: información facilitada por la entidad

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	35/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se llevó a cabo mediante el Decreto de Alcaldía de 23 de febrero de 2015, dentro del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La Aprobación de la Cuenta General se produjo, por acuerdo del Pleno de la Corporación, el 24 de septiembre de 2015, dentro del plazo previsto en el artículo 212.4) del TRLHL.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- El gabinete de comunicación social, en el que prestan sus servicios cuatro funcionarios de carrera, desarrolla determinadas funciones relacionadas con las actividades publicitarias y de comunicación institucional, tales como: la gestión de los contenidos de las redes sociales, la elaboración de notas de prensa e imagen pública e institucional.

- Además, se encarga de controlar el cumplimiento del contrato de publicidad y comunicación que el Ayuntamiento suscribió con distintos medios de comunicación, mediante el que se ha organizado parte de la actividad publicitaria de la Corporación.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El cuadro que aparece a continuación recoge la información sobre la dotación y la ejecución de los créditos consignados en el subconcepto económico 226.02 “Publicidad y propaganda”, del presupuesto de la entidad.

Ejecución presupuestaria subconcepto 226.02 **(€)**

Subconcepto 226.02/capítulo 2	Créditos presupuestarios			Obligaciones reconocidas netas	Pagos líquidos	Pendiente de pago
	Inicial	Modif.	Créditos definitivos			
226.02. Publicidad y propaganda	299.700,00	54.956,63	354.656,63	387.006,69	261.310,85	125.695,84
Total Capítulo 2	30.035.778,00	17.470,37	30.053.248,37	26.875.917,16	21.431.285,20	5.444.631,96
% 226.2 / TOTAL Cap. 2	1,00%		1,18%	1,44%	1,22%	2,31%

Fuente: información facilitada por la entidad

- En el ejercicio fiscalizado las obligaciones reconocidas netas en este subconcepto superaron a los créditos definitivos. Sin embargo, esta circunstancia no supuso ningún tipo de incidencia al quedar establecida la vinculación jurídica de los créditos, en las BEP, a nivel de artículo presupuestario.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización, se comunicó un único contrato relativo al servicio de publicidad y comunicación institucional para el Ayuntamiento de Roquetas de Mar, adjudicado mediante un procedimiento abierto por importe de 88.000 €.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	36/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- El Ayuntamiento indicó en su respuesta que no disponía de otra información en la sección de contratación.

- El examen de los registros contables ha puesto de manifiesto la existencia de otros contratos relacionados con la actividad publicitaria y de comunicación institucional.

Relación de contratos

Denominación contrato Ayuntamiento	Nº	Importe (IVA incluido) (€)	Fecha adjudicación
Convenio de colaboración suscrito para la promoción turística de Roquetas de Mar en los principales mercados emergentes consumidores de turismo (los países del Este de Europa, los nórdicos y Holanda)	1	48.400	01/07/2014
Contrato menor para la promoción turística en distintos mercados potenciales llevando a cabo distintas acciones dirigidas a operadores turísticos del mercado serbio y canales on-line.	2	18.452	03/06/2014
Contrato menor de servicios de cobertura informativa y difusión mediática de las actividades desarrolladas por la concejalía de cultura para el periodo enero a diciembre de 2014.	3	13.749	16/01/2014

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6.7. Ayuntamiento de San Fernando

Información General

- La población del municipio de San Fernando, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 96.335 habitantes, que representan el 1,15% del total de la población andaluza en ese periodo.

- Este Ayuntamiento disponía para una mejor prestación de los servicios a su cargo, de los siguientes entes íntegramente dependientes dotados de personalidad jurídica.

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
OOAA	Patronato Municipal de Deportes y Juventud	2002
OOAA	Instituto Municipal de Promoción de la Isla	2004
OOAA	Fundación Municipal de la Mujer	2003
SSMM	Empresa Municipal del Suelo Isleña S.A	1996

Fuente: información facilitada por la entidad

- La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad, correspondiente a 2014, se produjo el 31 enero de 2014, fuera del plazo previsto en el artículo 169.2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo.

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General consolidado, aprobado para el ejercicio 2014, correspondiente al Ayuntamiento de San Fernando.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	37/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

Presupuesto consolidado **(€)**

Ayto. San Fernando	Ayto.	Patronato Juventud y Deportes	Fundación de la Mujer	IMPI y TURISMO	ESISA	consolidado ajustado
Total PPto Gastos	79.519.322,11	3.653.113,88	275.000,00	322.890,31	4.136.939,84	84.824.349,83
Total PPto Ingresos	80.257.642,93	3.653.113,88	275.000,00	322.890,31	4.136.939,84	85.562.670,65

Fuente: información facilitada por la entidad

El presupuesto se aprobó con superávit presupuestario, tras realizar sobre el mismo un ajuste por eliminación de transferencias internas que ascendió a 3.082.916,31 €.

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se llevó a cabo mediante el Decreto de Alcaldía de 18 de mayo de 2015, fuera del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La aprobación de la Cuenta General de la entidad se produjo, por acuerdo del Pleno de la corporación, el 9 de noviembre de 2015, fuera del plazo previsto en el artículo 212.4) del TRLHL.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- El gabinete de prensa, dependiente de Presidencia, y la Oficina del primer Teniente de Alcalde, dependiente del Área de Promoción de la Ciudad, asumen determinadas funciones relacionadas con la política de comunicación institucional: el primero, en relación con el Ayuntamiento en general y la segunda limitada a la Oficina del primer Teniente de Alcalde.

- En el gabinete prestan sus servicios tres empleados, de los que uno es laboral y los dos restantes eventuales. En la oficina del primer Teniente de Alcalde prestan sus servicios tres empleados de carácter eventual.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El cuadro que aparece a continuación recoge la información sobre la dotación y la ejecución de los créditos consignados en el subconcepto económico 226.02 “Publicidad y propaganda”, del presupuesto de la entidad.

Ejecución presupuestaria subconcepto 226.02 **(€)**

Subconcepto 226.02/cap.2	Créditos presupuestarios			Obligaciones reconocidas netas	Pagos líquidos	Pendiente de pago
	Iniciales	Modificaciones	Créditos definitivos			
226.02. Publicidad y propaganda	20.000,00	-	20.000,00	11.180,40	11.180,40	-
Total Cap. 2	27.470.158,96	1.749.775,21	29.219.934,17	25.826.203,30	17.287.873,82	5.444.631,96
% Subc. 226.02 / Total Cap.2	0,07%		0,07%	0,04%	0,06%	0,00%

Fuente: información facilitada por la entidad

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	38/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- El examen de los estados contables de la entidad ha puesto de manifiesto el registro de gastos relacionados con publicidad y comunicación institucional, por importe de 191.682,12 €, en otros códigos presupuestarios distintos del 226.02 "publicidad y propaganda", destacando entre ellos el artículo 47 que refleja un saldo de obligaciones reconocidas de 50.000 €, correspondiente al patrocinio de la llegada de la Vuelta Ciclista a España.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización, se comunicó una relación de 32 expedientes de contratación, de los que 29 correspondían al Ayuntamiento, dos al Instituto de Promoción de la Ciudad de la Isla y el restante al Patronato Municipal de Deportes y Juventud.

- El siguiente cuadro muestra la información facilitada, clasificada por tramos de cuantía.

Relación de contratos

CONTRATOS MENORES DE 18.000 €		
Corporación	**Número**	**Importe adjudicación (€)**
SAN FERNANDO	30	64.172,80
CONTRATOS IMPORTE SUPERIOR A 18.000 €		
Corporación	**Número**	**Importe (€)**
SAN FERNANDO	2	98.400,00

Fuente: Elaboración propia

- Los dos contratos relativos al Instituto de Promoción de la Ciudad de la Isla son menores y el precio de adjudicación conjunto ascendió a 1.805 €. El contrato del Patronato de Deportes también es menor y corresponde al patrocinio de un club de baloncesto por 10.000 €.

Anexo 6.8. Ayuntamiento de Vélez-Málaga

Información General

- La población del municipio de Vélez-Málaga, en 2014, según datos del IEA, ascendía a 77.808 habitantes, que representan el 0,93% del total de la población andaluza.

- Este Ayuntamiento disponía en 2014 para la prestación de determinados servicios, de los siguientes entes descentralizados dotados de personalidad jurídica propia.

Entidades dependientes

Tipo	Denominación	Año constitución
OOAA	Desarrollo Integral del Municipio (OALDIM)	1997
Fundación	Fundación para el Fomento de la Cultura, la Educación y el Desarrollo de Vélez-Málaga	2012
SSMM	Empresa Municipal de Servicios, Vivienda, Infraestructura y Promoción de Vélez-Málaga S.A. (EMVIPSA)	2000

Fuente: información facilitada por la entidad

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	39/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- La aprobación definitiva del Presupuesto General de la entidad se produjo el 27 de febrero de 2014, fuera del plazo previsto en el artículo 169.2) del TRLHL, aprobado por el RD Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, que señala como fecha límite de aprobación el 31 de diciembre del año anterior al del ejercicio en que deba aplicarse.

- El siguiente cuadro recoge el Presupuesto General Consolidado, aprobado para el ejercicio 2014, correspondiente al Ayuntamiento de Vélez-Málaga.

Presupuesto consolidado **(€)**

Vélez-Málaga	Ayto.	OALDIM	EMVIPSA	PPto consolidado
Total PPto Gastos	91.258.386,48	500.711,67	7.580.760,73	90.982.060,50
Total PPto Ingresos	91.338.386,48	500.711,67	7.580.760,73	91.062.060,50

Fuente: información facilitada por la entidad

El presupuesto se aprobó con superávit presupuestario y sobre el mismo se realizó un ajuste por eliminaciones de transferencias internas que ascendió 8.357.798,38 €.

- La aprobación de la liquidación del presupuesto se llevó a cabo mediante el Decreto de Alcaldía de 11 de mayo de 2015, fuera del plazo previsto en el artículo 191.3) del TRLHL.

- La Cuenta General de la entidad del ejercicio 2014, a la fecha de finalización de los trabajos de campo, todavía no se había aprobado por el Pleno de la Corporación.

Gestión de los gastos de publicidad y de comunicación institucional

- El gabinete de prensa, dependiente de Alcaldía, asume determinadas funciones relacionadas con la comunicación institucional, tales como: la elaboración de las notas de prensa y la realización de convocatorias.

- En dicho gabinete presta sus servicios una persona, de la que no se ha facilitado ni el tipo de relación laboral, ni la categoría o grupo profesional al que pertenece.

Registro contable y determinación del gasto en publicidad y comunicación institucional

Ayuntamiento

- El cuadro que aparece a continuación recoge la información sobre la dotación y la ejecución de los créditos consignados en el subconcepto económico 226.02 “publicidad y propaganda”, del presupuesto de la entidad.

Ejecución presupuestaria subconcepto 226.02 **(€)**

Subconcepto 226.02/cap.2	Créditos presupuestarios			Obligaciones reconocidas netas	Pagos líquidos	Pendiente de pago
	Iniciales	Modificaciones	Créditos definitivos			
Sub. 226.02 “publicidad y propaganda”	60.000,00	4.460,77	64.460,77	58.236,97	45.727,71	12.509,26
Cap. 2	27.334.103,31	2.740.165,26	30.074.268,57	27.233.474,40	23.938.749,83	5.444.631,96
% 226.02. Publicidad y propaganda	0,22%	0,16%	0,21%	0,21%	0,19%	0,23%

Fuente: información facilitada por la entidad

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	40/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

- El examen de los estados contables del Ayuntamiento ha puesto de manifiesto el registro de gastos de gastos en publicidad y comunicación institucional en otros subconceptos económicos distintos del 226.02, tales como: el 226.99, 226.01 y 227.99, debidos a patrocinios deportivos, cartelería y realización de distintas campañas de publicidad, por importe de 208.516,62 €.

Contratación de servicios de publicidad y comunicación institucional

- Al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas de Andalucía como actuación previa de los trabajos de fiscalización, se comunicó por la Corporación que no constaba ningún expediente de contratación relativo a este tipo de gastos.

- El OALDIM ha facilitado una relación de tres contratos menores, por un importe conjunto de adjudicación que ascendía a 26.136,00 €, relacionados con la contratación de servicios profesionales para la gestión de la web y de Facebook y Twitter.

- No obstante, el examen de los estados contables de la entidad ha puesto de manifiesto la existencia de los siguientes expedientes de contratación:

- Uno relativo a los servicios de imprenta (edición de 800.000 folletos sobre mangos), para la promoción turística del municipio a través del consumo de subtropicales, adjudicado mediante un procedimiento negociado, por importe de 24.475,48 €.

Esta contratación se enmarca en el convenio de colaboración suscrito entre el Ayuntamiento y la Empresa de Turismo y Deportes de la Junta de Andalucía, en junio de 2014, por un importe global de 42.957 €, IVA incluido, del que la empresa asumiría 25.772,53 € y el resto la entidad local.

- También dentro del ámbito de ese mismo convenio se ha podido comprobar que el Ayuntamiento asumió una factura por importe de 19.923,79 €, correspondiente a la impresión de 700.000 folletos para la campaña de promoción del aguacate, del Consorcio para la Promoción, Desarrollo y Consolidación del Sector Turístico del Municipio de Vélez-Málaga, según el acuerdo de disolución adoptado por el Consejo Rector, en sesión celebrada el 22 de octubre de 2013, con efectos desde el primer trimestre de 2014.

- Diecinueve patrocinios deportivos formalizados con distintos clubs deportivos de la localidad.

- El resto de la actividad contractual se articula en la Corporación mediante contrataciones menores.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	41/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

7. ALEGACIONES PRESENTADAS Y TRATAMIENTO DE LAS MISMAS EN LOS SUPUESTOS QUE NO HAYAN SIDO ADMITIDAS O SE ADMITAN PARCIALMENTE

CUADRO ESTADÍSTICO DE ALEGACIONES

ENTES	Materia	Admitida	Parcialmente admitida	NO ADMITIDAS			Total
				Justificación	Evidencia, falta documentación, etc.	Aceptación del hecho /Adopción de medidas	
Ayto. de Fuengirola (Alegación 1)	Contratación			X			
Ayto. de Fuengirola (Alegación 2)	Registro contable y determinación del gasto	X					
Ayto. de El Puerto de Santa María (Alegación 3)	Registro contable y determinación del gasto				X		
Ayto. de El Puerto de Santa María (Alegación 4)	Registro contable y determinación del gasto			X			
Ayto. de El Puerto de Santa María (Alegación 5)	Registro contable y determinación del gasto					X	
TOTAL		**1**		**2**	**1**	**1**	**5**

ALEGACIÓN Nº 1, AL PUNTO 41. ALEGACIÓN NO ADMITIDA

PRIMERO.- Se hace referencia en el informe a que la gestión presupuestaria de los contratos menores se realiza mediante la acumulación de las fases de autorización y disposición del gasto y de reconocimiento de la obligación (mediante la expedición de documentos contables ADO). A juicio de la Cámara resultaría más conveniente la contabilización de documentos AD, práctica que permitiría la posibilidad de incorporar los remanentes de crédito de ejercicios anteriores en los supuestos en que no llegare a aprobarse la factura a fin de ejercicio.

Al respecto ha de indicarse que se trata de una mera sugerencia, sugerencia que si bien tiene su fundamento en que tal contabilización se ajusta en mayor medida al principio de anualidad presupuestaria evitando posibles distorsiones, lo cierto es que a fines de cada año se realiza un esfuerzo considerable por parte de todos los departamentos municipales para aprobar e imputar al presupuesto de cada ejercicio los gastos realizados con cargo al mismo con lo cual la posible "distorsión" presupuestaria, de existir, es mínima y en ningún caso significativa.

Asimismo, se reconoce que si bien aquella forma de contabilización ofrece un mayor detalle, desglose e información, supondría la misma duplicar los apuntes contables uno por la fase D y otro por la fase O, dos apuntes en lugar del único apunte actual, circunstancia a día de hoy que no resulta viable por la escasez de medios personales en Intervención. Del mismo modo, de

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	42/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

optarse por la incorporación de los remanentes comprometidos en el ejercicio anterior se retrasaría el pago de las facturas correspondientes hasta tanto se aprobase la liquidación del presupuesto de dicho ejercicio con la consiguiente incidencia en el periodo medio de pago de la entidad.

TRATAMIENTO DE LA ALEGACIÓN

La alegación no contradice los razonamientos que sirven de base para realizar la recomendación que figura en el informe de fiscalización, limitándose a señalar los motivos que impiden asumirla.

ALEGACIÓN Nº 2, AL PUNTO 31. ALEGACIÓN ADMITIDA

ALEGACIÓN Nº 3, AL PUNTO 28. ALEGACIÓN NO ADMITIDA

Apartado 28 (pág. 8) En relación a que el importe de las OPAS se incluye el gasto correspondiente al mes de diciembre de la encomienda de comunicación y de la campaña de publicidad del padrón, se indica que las obligaciones reconocidas en la aplicación presupuestaria 21.92300.4491000 EPG campaña empadronamiento ascendieron durante 2014 a 23.086 € generándose las operaciones contables nº 220140015999, 220140016023 y 220140016024 (que se adjunta como Anexo I), sin que quedara pendiente de imputar ninguna cantidad correspondiente a ese ejercicio.

TRATAMIENTO DE LA ALEGACIÓN

Se aportan, en la alegación, copias de los documentos que contienen la relación de obligaciones y propuestas de mandamientos de pago realizados por el Ayuntamiento, durante 2014, a la Sociedad "El Puerto de Santa María Global SLU", por el concepto de subvención de gastos de explotación, debido a la campaña de empadronamiento, por un importe global que asciende a 23.086 €. Esta cantidad ya se recoge en el punto 25 del informe de fiscalización, como importe reconocido por el Ayuntamiento, en 2014, por el desarrollo de la mencionada campaña.

No obstante, en la información contable facilitada por la Sociedad durante los trabajos de campo, figuran 1.429,92 € más, correspondientes a gastos del mes de diciembre de 2014 derivados de la mencionada campaña, y que, según la misma, se han reconocido por el Ayuntamiento en 2015.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	43/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

ALEGACIÓN Nº 4, AL PUNTO 31. ALEGACIÓN NO ADMITIDA

Apartado 31 (pág. 9). En cuanto a que se deben revisar los enlaces entre la contabilidad presupuestaria y la patrimonial porque en la cuenta 627 "Publicidad, propaganda y relaciones públicas" se recogen las obligaciones reconocidas en otros conceptos y subconceptos presupuestarios distintos del 226.02 "publicidad y propaganda" y 226.01 "Atenciones protocolarias", se indica que se considera adecuada la imputación a esta cuenta de los gastos registrados en el subconcepto económico presupuestario 226.03 "Anuncios e boletines y diarios". Si bien la Intervención General de la Administración del Estado recoge la equivalencia en la cuenta 629 del Plan General de Contabilidad Pública, como se recoge en el propio documento emitido por dicho organismo "Este documento no agota las posibles relaciones de correspondencia entre la estructura presupuestaria de ingresos y ambos planes de cuentas" por lo que se admite que existe otra imputación de cuentas.

TRATAMIENTO DE LA ALEGACIÓN

Como argumento para seguir manteniendo el enlace entre el subconcepto presupuestario 226.03 "Publicación en diarios oficiales" con la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas", se aporta un entrecomillado del documento elaborado por la Intervención General en el que se recogen las equivalencias más usuales entre los códigos de la estructura presupuestaria y las cuentas de los planes generales de contabilidad adaptados a la administración local de 2004 y de 2013, que dice "este documento no agota las posibles relaciones de correspondencia entre la estructura presupuestaria de ingresos y ambos planes de cuentas".

Sin embargo, el párrafo completo de ese documento señala lo siguiente: "este documento no agota las posibles relaciones de correspondencia entre la estructura presupuestaria de gastos y ambos planes de cuentas y por ello estará sujeto a cambios, tanto para recoger nuevas equivalencias como para corregir posibles errores".

Tanto en ese documento, cuya versión definitiva corresponde a diciembre de 2013, como en su antecesor, el elaborado en 2005, el subconcepto presupuestario 226.03 "Publicación en diarios oficiales" no aparece vinculado a la cuenta 627 "publicidad, propaganda y relaciones públicas". No obstante, entre ambos documentos si se advierte una variación, pues en 2005 el gasto presupuestario recogido en el subconcepto presupuestario 226.03 "Publicación en diarios oficiales" aparecía vinculado a la cuenta 64903 "jurídicos y contenciosos" y en el de 2013 aparece enlazado con la cuenta 629 "comunicaciones y otros servicios".

El gasto voluntario que con distintos fines realizan las entidades locales en publicidad debe quedar claramente diferenciado, en el ámbito contabilidad económico patrimonial, de aquél otro que se produce en cumplimiento de un mandato legal o reglamentario.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	44/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		

ALEGACIÓN Nº 5, AL PUNTO 49. ALEGACIÓN NO ADMITIDA

Apartado 49 (pág. 14). En relación a la imputación de la realización de campañas de publicidad en el capítulo II, este criterio ha sido tenido en cuenta respecto a la subvención tramitada este año para esta finalidad incluyéndose II.

TRATAMIENTO DE LA ALEGACIÓN

La entidad reconoce la cuestión observada en el informe y señala la corrección de la misma.

Código Seguro De Verificación:	hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Milagros Carrero Garcia - Secretaria General	Firmado	19/01/2017 11:03:39
Observaciones		Página	45/45
Url De Verificación	https://portafirmas.ccuentas.es/verifirma/code/hKAP2sjnSECoA567N2wFxw==		