



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

**INFORME DE FISCALIZACIÓN DEL GASTO
EN PUBLICIDAD REALIZADO POR LOS
AYUNTAMIENTOS DE LÉGANES, ALCOBENDAS,
PARLA Y COLLADO VILLALBA, EN LOS EJERCICIOS
2003, 2004 Y 2005, INCLUYENDO EN SU CASO,
SUS ORGANISMOS AUTÓNOMOS, EMPRESAS
Y ENTES PÚBLICOS**



INDICE

I.- INTRODUCCIÓN	1
I.1.- INICIATIVA DE LA FISCALIZACIÓN	1
I.2.- MARCO JURÍDICO, REGULACIÓN CONTABLE Y ORGANIZACIÓN DE LOS AYUNTAMIENTOS.....	1
I.3.- OBJETIVOS, ALCANCE Y LIMITACIONES	4
I.3.1.- Objetivos y Alcance.....	4
I.3.2.- Limitaciones	5
II.- RESULTADOS DE LA FISCALIZACIÓN	6
II.1.- AYUNTAMIENTO DE ALCOBENDAS.....	6
II.1.1. Datos generales.....	6
II.1.2. Área contable: contabilidad presupuestaria y patrimonial.....	7
II.1.2.1. Ayuntamiento	7
II.1.2.2. Organismos Autónomos Locales	9
II.1.2.3. Sociedades Mercantiles.....	12
II.1.2.4. Ajustes e indicadores.....	13
II.1.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda.....	14
II.2. AYUNTAMIENTO DE COLLADO VILLALBA.....	16
II.2.1. Datos generales.....	16
II.2.2. Área contable: Contabilidad presupuestaria y patrimonial	16
II.2.2.1. Ayuntamiento	16
II.2.2.2. Ajustes e indicadores.....	19
II.2.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda.....	20
II.3. AYUNTAMIENTO DE LEGANÉS	22
II.3.1. Datos generales.....	22
II.3.2. Área contable: Contabilidad presupuestaria y patrimonial	22
II.3.2.1. Ayuntamiento	22
II.3.2.2. Sociedades Mercantiles.....	25
II.3.2.3. Ajustes e indicadores.....	29
II.3.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda.....	30
II.4. AYUNTAMIENTO DE PARLA	32
II.4.1. Datos generales.....	32
II.4.2. Área contable: Contabilidad presupuestaria y patrimonial	32
II.4.2.1. Ayuntamiento	32
II.4.2.2. Ajustes e indicadores.....	34
II.4.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda.....	35
III.- CONCLUSIONES	37
III.1. Alcobendas	37
III.2. Collado Villalba.....	37
III.3. Leganés.....	38
III.4. Parla	39
IV.- RECOMENDACIONES	40

ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

Ayto/Aytos	Ayuntamiento/Ayuntamientos.
BOE	Boletín Oficial del Estado
BOCM	Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid
EELL	Entidades Locales.
GCP	Grado de cumplimiento (% Pagos Líquidos/Obligaciones reconocidas).
GEG	Grado de ejecución (% Obligaciones reconocidas/Créditos definitivos)
ICAL	Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 17 de julio de 1990, por la que se aprueba la Instrucción de Contabilidad para la Administración Local.
LBRL	Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local.
LHL	Ley 39/1988, de 28 de diciembre, reguladora de las Haciendas Locales.
OOAALL	Organismos Autónomos Locales.
SM/SSMM	Sociedad Mercantil/Sociedades Mercantiles.
RD	Real Decreto.
TRLHL	Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley reguladora de las Haciendas Locales.
TRLCAP	Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.
TRLSA	Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

I.- INTRODUCCIÓN

I.1.- INICIATIVA DE LA FISCALIZACIÓN

El artículo 3 del Estatuto de Autonomía, aprobado por Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, dispone que la Comunidad de Madrid se organiza territorialmente en municipios y el artículo 44, conforme a la redacción introducida por la Ley Orgánica 5/1998, establece que el control económico y presupuestario se ejercerá por la Cámara de Cuentas, sin perjuicio del que corresponda al Tribunal de Cuentas. La Ley 11/1999, de 29 de abril, de la Cámara de Cuentas de la Comunidad de Madrid, extiende su ámbito de actuación, en el artículo 2.1.b), a las Entidades Locales y sus Organismos Autónomos, del ámbito territorial de la Comunidad de Madrid.

De conformidad con lo previsto en el artículo 10.1 de la Ley de la Cámara, la iniciativa de la realización del "Informe de Fiscalización del gasto en publicidad realizado por los Ayuntamientos de Leganés, Alcobendas, Parla y Collado Villalba, en los ejercicios 2003, 2004 y 2005, incluyendo, en su caso, sus Organismos Autónomos, Empresas y Entes Públicos" ha sido ejercida por la Asamblea de Madrid y, de acuerdo con lo establecido en el artículo 25 g) de la citada Ley, el Consejo de la Cámara la incluyó en el "Programa de Fiscalizaciones para el año 2007", que aprobó en su sesión del 28 de febrero de 2007.

La Cámara de Cuentas en aplicación de lo dispuesto en el artículo 8.2 de la Ley 11/1999, ha emitido el presente Informe.

I.2.- MARCO JURÍDICO, REGULACIÓN CONTABLE Y ORGANIZACIÓN DE LOS AYUNTAMIENTOS

Marco Jurídico

General

El marco general básico aplicable a los Ayuntamientos está determinado por:

- Ley 7/1985, Reguladora de las Bases del Régimen Local.
- Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril, por el que se aprueba el Texto refundido de las Disposiciones Legales Vigentes en materia de Régimen Local.
- Real Decreto 1.732/1994, de 29 de julio, sobre Provisión de Puestos de Trabajo reservados a Funcionarios de Administración Local con Habilitación de Carácter Nacional.

El marco económico-contable que regula la realización y contabilización de los gastos de las entidades locales y de los gastos en publicidad y propaganda objeto del presente Informe es el siguiente:



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

- Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.
- Ley 39/1988, de 28 de diciembre, reguladora de las Haciendas Locales.
- Real Decreto Legislativo 1091/1988, de 23 de septiembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General Presupuestaria.
- Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.
- Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.
- Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.
- Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.
- Real Decreto 1643/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad.
- Orden de 20 de septiembre de 1989, por la que se establece la estructura de los Presupuestos de las Entidades Locales, modificada por la Orden de 8 de septiembre de 1999.
- Orden de 17 de julio de 1990, por la que se aprueba la Instrucción de contabilidad para la Administración Local.

Específico

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Esta última Ley es la que con carácter específico regula, siguiendo las directrices europeas, la materia y define en el artículo 2 como Publicidad "Toda forma de comunicación realizada por 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".

Por otra parte, si bien con posterioridad a los ejercicios fiscalizados, la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, regula la publicidad en el sector público estatal y define en su artículo 2 las campañas institucionales de publicidad y de comunicación como "Toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

sea promovida o contratada por alguno de los sujetos enunciados en el artículo 1". En dicho artículo se señala que el ámbito de la Ley será el sector público estatal integrado por las entidades enumeradas en el artículo 2.1 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.

Regulación contable

La imputación contable de los gastos en publicidad y propaganda debe realizarse, en las entidades con contabilidad pública, tanto a la contabilidad patrimonial como a la contabilidad presupuestaria. En la contabilidad patrimonial a la subcuenta 6492 "Publicidad y propaganda" que recoge los gastos que tengan tal naturaleza y que forman parte de la cuenta 649 "Gastos diversos", en concreto se imputan a la subcuenta los gastos de divulgación, edición, catálogos, repertorios y cualquier otro medio de propaganda y publicidad conducente a informar a los ciudadanos de los servicios de la Entidad Local, campañas de divulgación, orientación y de fomento o promoción cultural, turística y comercial; las campañas informativas sobre gastos e ingresos públicos; emisión de Deuda Pública; seguridad vial; medicina preventiva y alimentación; y, en general, las que tienden a propiciar el conocimiento y colaboración de los Servicios Públicos, a través de los diversos medios de comunicación social.

En la contabilidad presupuestaria, el subconcepto y el concepto presupuestario se denominan igual que en la contabilidad patrimonial y corresponden al subconcepto 226.02 del concepto 226 del Capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios y a dicho concepto se imputan, como no podía ser de otra manera, "los gastos de divulgación y cualquier otro de propaganda y publicidad conducente a informar a la comunidad de los servicios de la entidad local".

En las Sociedades Mercantiles el Plan General Contable aplicable a las mismas, recoge la cuenta 627 "Publicidad, propaganda y relaciones públicas" para contabilizar los gastos que de tal naturaleza se realicen, si bien hay que hacer la precisión de que los gastos relacionados con este último concepto de relaciones públicas no formarían parte del ámbito objetivo que se señala en el epígrafe I.3.1. de este Informe.

Ayuntamientos fiscalizados, características y organización

De los municipios fiscalizados, el municipio de Alcobendas es el de mayor extensión con una superficie de 45 Km², seguido del de Leganés con 43,1 Km², el de Collado Villalba con una superficie de 25,2 Km² y finalmente el de Parla que tiene una superficie de 24,5 Km².

En número de habitantes, el mayor es el de Leganés que a 1 de enero de 2005 tenía 181.248 habitantes, seguido del de Alcobendas con 103.149 habitantes, Parla con 91.024 habitantes y Collado Villalba con 52.445 habitantes.

Los cuatro Ayuntamientos están obligados a prestar los servicios establecidos para los Ayuntamientos con población superior a 50.000 habitantes, contemplados en el artículo 26 de la LBRL. La Intervención y la Secretaría de todos ellos son de clase primera y cuentan con el puesto



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

de trabajo de Tesorero, de acuerdo con el artículo 2 de Real Decreto 1.732/1994, sobre Provisión de Puestos de Trabajo reservados a Funcionarios de Administración Local con Habilitación de Carácter Nacional.

Al Ayuntamiento, integrado por el Alcalde y los Concejales corresponde, de acuerdo con el artículo 19.1 de la LBRL, el gobierno y la administración municipal configurada en diversos órganos y áreas de gestión, a los que se les encomienda el desarrollo de la prestación de servicios públicos y actividades propios de la administración local. Dicha actividad debe estar sometida a la relación de Leyes y disposiciones que, sin ánimo de ser exhaustiva, figuran al principio de este apartado.

La Organización de los Ayuntamientos está configurada, de acuerdo con las disposiciones de aplicación por: el Alcalde, los Tenientes de Alcalde, el Pleno, la Junta de Gobierno Local, la Comisión Especial de Cuentas y en su caso, la Comisión Especial de Sugerencias y Reclamaciones. Asimismo, a efectos de las actividades y servicios municipales la organización municipal se estructura en diversas Áreas de gestión.

Como hecho posterior al ámbito temporal de este Informe, en materia económico-contable es importante destacar que a partir del 1 de enero de 2006, las Ordenes del Ministerio de Economía y Hacienda de 17 de julio de 1990 han sido derogadas y son de aplicación las Ordenes 4040, 4041 y 4042, dictadas por el mismo Ministerio.

I.3.- OBJETIVOS, ALCANCE Y LIMITACIONES

I.3.1.- Objetivos y Alcance

El objetivo del presente Informe es realizar el análisis y control de la gestión, contratación y registro contable de los gastos destinados a publicidad en las Entidades Locales, en el ámbito temporal determinados en el alcance, señalando las incidencias derivadas de la misma.

El alcance se concreta en los siguientes ámbitos:

El ámbito subjetivo del Informe se extenderá a los Ayuntamientos de Alcobendas, Collado-Villalba, Leganés y Parla y, en su caso, a los Organismos Autónomos, Empresas y Entes Públicos dependientes de los citados Ayuntamientos. El ámbito objetivo y temporal lo comprenden los gastos en publicidad realizados por los citados Ayuntamientos en los ejercicios 2003, 2004 y 2005.

Los trabajos de fiscalización han sido desarrollados de acuerdo con los principios y normas aplicables al sector público, realizando las pruebas selectivas y comprobaciones técnicas necesarias para presentar las conclusiones contenidas en el presente Informe. Para ello se han analizado dos tipos de muestras de justificantes. Una primera, de aquéllos que la Entidad ha registrado como de Publicidad y propaganda, y otra segunda, que comprendería aquéllos que no



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

han sido registrados como tales y sobre los que, a criterio del equipo fiscalizador, pudiese existir un mayor riesgo de que fuesen de naturaleza publicitaria.

I.3.2.- Limitaciones

No ha existido limitación alguna al alcance de la fiscalización, los cuatro Ayuntamientos han facilitado todos los justificantes de la muestra seleccionada, con la excepción de uno no significativo para efectuar las conclusiones de este Informe.



II.- RESULTADOS DE LA FISCALIZACIÓN

II.1.- AYUNTAMIENTO DE ALCOBENDAS

II.1.1. Datos generales

La población, de acuerdo con la revisión del Padrón Municipal a 1 de enero de los años 2003, 2004 y 2005, del municipio de Alcobendas figura en el cuadro siguiente, su crecimiento ha sido ligeramente superior al de la media de la Comunidad de Madrid en el periodo 2003-2005, si bien su relación con la población total de ésta se ha mantenido en los dos últimos ejercicios.

POBLACIÓN	1/1/2003	1/1/2004	Varc. % 2003/04	1/1/2005	Varc. % 2004/05	Varc. % 2003/05
Alcobendas	98.417	100.307	1,92	103.149	2,83	4,81
Comunidad de Madrid	5.718.942	5.804.829	1,50	5.964.143	2,74	4,29
Relación % población Ayto / población total CAM	1,72	1,73		1,73		

La gestión de los servicios públicos del municipio de Alcobendas la realizan:

- El Ayuntamiento.

-Tres Organismos Autónomos Locales:

- Patronato Municipal de Deportes.
- Patronato Sociocultural.
- Patronato de Salud e Integración Social.

- Cuatro Sociedades Mercantiles cuyo capital social pertenece íntegramente al Ayuntamiento:

- Seromal, S.A. Municipal de Construcciones y Conservación de Alcobendas.
- Empresa Municipal de Recaudación, S.A.
- SOGEPIMA, S.A. Sociedad de Gestión del Patrimonio Inmobiliario Municipal de Alcobendas.
- Empresa Municipal de la Vivienda de Alcobendas, S.A.

Los Presupuestos Generales, de los ejercicios 2003, 2004 Y 2005, han seguido todos los trámites legales para su aprobación por el Pleno que se produjo, los días 12 de diciembre de 2002, 15 de marzo de 2004 y 9 de febrero de 2005, respectivamente, estos dos últimos fuera del plazo señalado en el artículo 150.2 de la LHL y en el artículo 169.2 del TRLHL.

Las Cuentas Generales de los tres ejercicios fiscalizados han sido aprobadas por el Pleno de la Corporación, dentro de los plazos recogidos en el artículo 193.4 de la LHL y en el artículo 212 del TRLHL, en las sesiones celebradas los días 28 de septiembre de 2004, 27 de septiembre de 2005 y 26 de septiembre de 2006, respectivamente.



II.1.2. Área contable: contabilidad presupuestaria y patrimonial

II.1.2.1. Ayuntamiento

Los procedimientos a seguir en el desarrollo de la actividad del Ayuntamiento están regulados en cada ejercicio en las Bases de Ejecución de los Presupuestos aprobadas por el Pleno y de las mismas hay que destacar:

- La vinculación presupuestaria de los créditos es, dentro del capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios, a nivel de artículo.
- Para los suministros menores, considerando como tales aquellos cuyo importe no exceda de 12.020,24 euros, son necesarias una propuesta de gasto "AD provisional" y una propuesta de adquisición razonada.
- Los gastos de publicidad y propaganda correspondientes a las inserciones en publicaciones oficiales se pueden atender mediante anticipos de caja fija.

Además, existen procedimientos escritos para determinados aspectos de la gestión, en concreto para "Caja fija", "Cajeros pagadores" y "Tramitación de Autorización y Disposición de créditos".

Los créditos y ejecución del Presupuesto de gastos del Ayuntamiento, en el subconcepto objeto de análisis, en los tres ejercicios fiscalizados, figuran en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

SUBC. 226.02 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	CREDITOS INICIALES (1)	MODIFI- CACIONES (2)	CREDITOS DEFINITIVOS (3)=(1)+/-(2)	OBLIGAC. RECONOC. (4)	% GEG	PAGOS LÍQUIDOS (5)	% GCP	PENDIENTE DE PAGO (6)=(4)-(5)
2003	335.157,00	47.908,20	383.065,20	297.376,72	78%	243.357,19	82%	54.019,53
2004	491.950,43	2.639,00	494.589,43	302.756,94	61%	242.159,81	80%	60.597,13
2005	452.890,43	1.693,26	454.583,69	387.065,10	85%	336.497,55	87%	50.567,55

El aumento de los créditos definitivos del ejercicio 2003 al 2005 ha sido 71.518,49 euros lo que ha representado un incremento del 18,67%, sin embargo, las obligaciones reconocidas se han incrementado en un 30,16%, lo que supone que el grado de ejecución ha sido mucho mayor en el ejercicio 2005 y los créditos definitivos, no los iniciales, han sido más ajustados a los gastos previstos en el ejercicio 2005 que en el 2003.

Las modificaciones de crédito que se han realizado, en concreto en el ejercicio 2003, han sido dos generaciones de crédito, por un importe total de 16.944,43 euros y el resto son incorporación de remanentes de crédito. Si bien en estos expedientes se justifica la necesidad de las mismas, posteriormente se puede comprobar que han resultado innecesarias.



Las anteriores obligaciones reconocidas, derivadas de gastos en Publicidad y propaganda, liquidadas en la contabilidad presupuestaria, coinciden con los saldos que figuran en la Cuenta de resultados corrientes de la contabilidad patrimonial de cada uno de los ejercicios.

El porcentaje que representan los gastos en Publicidad y propaganda, respecto al artículo 22 Material, suministros y otros, así como en relación con el total de Gastos en bienes corrientes y servicios liquidados en los tres ejercicios no alcanza el 2%, tal y como se observa en el cuadro siguiente.

(Importe en euros)

AYUNTAMIENTO	ORN 2003	ORN 2004	ORN 2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
Subconcepto 226.02 Publicidad y propaganda	297.376,72	302.756,94	387.065,10	1,81	27,85
Artículo 22 Material, suministros y otros	26.360.115,52	21.694.612,33	26.872.574,58	(17,70)	23,87
Total capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios	29.705.865,21	24.826.188,25	31.528.475,45	(16,43)	27,00
% Publicidad y propaganda/Total Artículo 22	1,13	1,40	1,44		
% Publicidad y propaganda/Total Capítulo II	1,00	1,22	1,23		

En relación con la población del municipio de Alcobendas el gasto por vecino, considerando exclusivamente los gastos recogidos en Publicidad y propaganda en el Ayuntamiento sería de 3,02 euros en los ejercicios 2003 y 2004 y 3,75 euros en el ejercicio 2005. Si se tuviesen además en cuenta los gastos por publicidad de los Organismos Autónomos y de las Sociedades Mercantiles dependientes, el gasto en publicidad por vecino pasaría a ser de 5,81 euros, 5,36 euros y 6,61 euros en los tres ejercicios fiscalizados. Para realizar este cálculo en las sociedades mercantiles se ha considerado la totalidad del saldo de la cuenta de Publicidad, propaganda y relaciones públicas sin deducir los gastos que por este último concepto pudiesen existir, por considerar que el efecto no sería significativo en el resultado final.

En cuanto a la naturaleza de los gastos registrados en la contabilidad del Ayuntamiento, la mayor parte ha correspondido a inserciones de anuncios en publicaciones oficiales que han alcanzado en los ejercicios 2003, 2004 y 2005 unos importes de 170.992,72 euros, 226.670,87 euros y 298.217,04 euros, lo que ha representado respectivamente, un 57,50%, un 74,87% y un 77,86%, del total del gasto en dicho subconcepto. El resto de gastos del subconcepto han ascendido a 126.384,00 euros, 76.086,07 euros y 85.711,12 euros, por lo que se ha producido una disminución de los mismos, en el mismo período, del 32,18%. Hay que reseñar, que de los OOAA dependientes del Ayuntamiento, que también incurren en gastos de esta naturaleza, el Patronato Sociocultural ha ido incrementando el gasto durante el período objeto de fiscalización, como se pone de manifiesto en el apartado II.1.2.2.

De las comprobaciones y análisis realizados sobre la muestra de justificantes y facturas seleccionadas de los tres ejercicios fiscalizados, resultan las siguientes observaciones:



- Se ha detectado la existencia de justificantes de gastos por un importe global en los tres ejercicios, de 39.772,75 euros, que si bien el Ayuntamiento los ha registrado como de naturaleza publicitaria, no se puede considerar que estrictamente la tengan. Entre estos gastos, a título meramente enunciativo, figuran carteles informativos de parques municipales y espacios forestales, organización de actividades medioambientales, etc.
- De la revisión de una muestra de gastos imputados a otros conceptos del artículo 22 "Material, suministros y otros" distintos de publicidad y propaganda es necesario señalar que se deberían haber considerado como tales los siguientes:
 - Gastos de prestación de servicios para la producción de programas audiovisuales de interés local en Alcobendas, por un importe en el ejercicio 2003 de 394.163,93 euros y en 2004 de 147.241,20 euros, hasta la subrogación por el Patronato Sociocultural en el contrato realizado en su día por el Ayuntamiento para los citados gastos.
 - Otros gastos tales como campañas publicitarias en televisión local, presentaciones multimedia, maquetación e impresión de folletos, etc., que han ascendido a unos importes de 111.999,99 euros, 4.709,60 euros y 11.046,68 euros, en los ejercicios 2003, 2004 y 2005, respectivamente. Los importes anteriores tienen el carácter de mínimos, ya que son los que se han deducido de la muestra seleccionada por procedimientos de auditoría.

II.1.2.2. Organismos Autónomos Locales

Como se ha indicado anteriormente, el Ayuntamiento de Alcobendas tiene tres Organismos Autónomos dependientes: Patronato Municipal de Deportes, Patronato Sociocultural y Patronato de Salud e Integración Social, los tres tenían carácter comercial en los ejercicios 2003 y 2004. Sin embargo, a partir del ejercicio 2005, de acuerdo con la modificación de sus estatutos a consecuencia de la adaptación de los mismos a la Ley 57/2003 de Medidas para la Modernización del Gobierno Local, se transforman en Organismos Autónomos Locales. Debido a la citada circunstancia, para la cuantificación de los gastos en Publicidad y propaganda se han tenido en cuenta los saldos de la subcuenta "Publicidad y propaganda" de la Cuenta de resultados del ejercicio, tal y como se recoge en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

PATRONATOS	2003	2004	2005	Variac. % 2003/04	Variac. % 2004/05
Municipal de Deportes	4.768,63	4.010,63	20.958,65	(15,90)	422,58
Sociocultural	152.073,89	162.870,34	208.782,04	7,10	28,19
Salud e Integración Social	9.443,25	936,33	7.957,18	(90,08)	749,83
Total Organismos Autónomos dependientes	166.285,77	167.817,30	237.697,87	0,92	41,64

Como es evidente, los gastos de publicidad y propaganda, tienen una importancia más relevante en el Patronato Sociocultural, ya que los realizados por este Organismo suponen alrededor del 90% del total agregado de los tres Patronatos. En el siguiente cuadro se muestra el porcentaje que representan este



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

tipo de gastos sobre el total de Gastos de explotación de la Cuenta de Resultados del ejercicio de cada uno de los Patronatos.

PATRONATOS	% Gastos Publicidad/Gastos explotación		
	2003	2004	2005
Municipal de Deportes	0,05	0,04	0,18
Sociocultural	0,84	0,88	1,02
Salud e Integración Social	0,15	0,01	0,08

Como se puede apreciar la importancia es insignificante, aunque el efecto y, sobretudo, en el Patronato Sociocultural, podría estar infravalorado, dado el concepto restringido que se emplea de Publicidad, como se pone de manifiesto en párrafos siguientes.

Según los citados estatutos adaptados de 2005, las misiones y los fines de cada uno de los OOAALL serían los siguientes:

- El Patronato Municipal de Deportes tiene como misión gestionar las instalaciones deportivas y ofertar actividades a los ciudadanos, asociaciones y entidades de Alcobendas para satisfacer sus necesidades, fomentar la actividad física y mejorar su bienestar, potenciando la calidad, el equilibrio social y un desarrollo sostenible, mediante la gestión directa de servicios de carácter deportivo y social.
- El Patronato Sociocultural tiene como misión actuar en la dinamización y promoción social y cultural de la ciudad mediante la gestión directa de servicios de carácter cultural y social del Ayuntamiento de Alcobendas y su finalidad es la ejecución de los programas específicos de tal carácter y la realización de actividades de fomento y prestacionales.
- El Patronato de Salud e Integración Social tiene como misión contribuir a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía promocionando la integración social de las personas, así como la protección y defensa de sus derechos mediante la gestión directa de servicios correspondientes a los programas de Salud, Consumo, Mayores, Servicios Sociales y Mujer.

No existe en ninguno de los tres Patronatos normas escritas, fuera de las señaladas Bases de ejecución del Presupuesto de cada ejercicio, en éstas se establece que la vinculación jurídica de los créditos, para los tres OOAALL, es, dentro del capítulo II de Gastos en bienes corrientes y servicios, a nivel de capítulo.

En el ejercicio 2005, dado el cambio de naturaleza jurídica de los tres OOAALL, mencionado en el párrafo primero, existe coincidencia entre la contabilidad presupuestaria y patrimonial, resultando la siguiente ejecución presupuestaria del subconcepto Publicidad y propaganda:



(Importe en euros)

PATRONATOS	CREDITOS INICIALES (1)	MODIFICACIONES (2)	CREDITOS DEFINITIVOS (3)=(1)+/(2)	OBLIGAC. RECONOC. (4)	% GEG	PAGOS LÍQUIDOS (5)	% GCP	PENDIENTE DE PAGO (6)=(4)-(5)
Municipal de Deportes	8.150,00	0,00	8.150,00	20.958,65	257	8.826,13	42	12.132,52
Sociocultural	153.000,00	0,00	153.000,00	208.782,04	136	154.254,43	74	54.527,61
Salud e Integración Social	7.858,00	1.000,00	8.858,00	7.957,18	90	5.587,38	70	2.369,80

Como se observa, los grados de ejecución del Patronato Municipal de Deportes y del Patronato Sociocultural superan el 100%, aunque no hay que olvidar, como se establece en las Bases de ejecución, que la vinculación es a nivel de capítulo, y se ha comprobado en ambos OAAA, que el grado de ejecución del capítulo II considerando el citado nivel de vinculación, no ha superado ese porcentaje.

De las comprobaciones y análisis realizados sobre la muestra de justificantes y facturas seleccionadas en los tres ejercicios fiscalizados, resultan las siguientes observaciones, precisando que los tres OOAALL emplean un criterio restringido del concepto de publicidad, pues sólo consideran como tales los que con carácter puntual se realizan en soportes publicitarios, tales como inserciones en prensa:

- Ninguno de los Patronatos considera gastos en Publicidad y propaganda las inserciones en publicaciones oficiales, siendo contrario dicho criterio al del Ayuntamiento y al del resto entidades locales revisadas. Los importes ascienden a 9.216,85, 9.341,38 y 20.526,67 euros, en los ejercicios 2003, 2004 y 2005, respectivamente.
- El Patronato Sociocultural gestiona la edición e impresión de dos revistas municipales, cuyos gastos generados con terceros no han sido considerados como de Publicidad y propaganda. Por otra parte, las citadas revistas generan ingresos por inserciones publicitarias regulados como precios públicos.
- El Patronato Sociocultural no ha considerado como de naturaleza publicitaria los siguientes gastos:
 - Gastos de prestación de servicios para la producción de programas audiovisuales de interés local en Alcobendas, por un importe en 2004 de 316.643,45 euros, desde la subrogación por el Patronato en el contrato que en su día realizó el Ayuntamiento para los citados gastos y que en 2005 han ascendido a 440.018,40 euros.
 - Gastos derivados de la organización de una exposición institucional sobre la ciudad de Alcobendas, por un importe en 2003 de 341.811,40 euros.
 - Otros gastos, como folletos, campañas publicitarias, etc., que deberían tener la consideración de publicidad por unos importes que en el ejercicio 2003 alcanzan un importe de 12.688 euros y en 2005 ascienden a 18.168,63 euros. Estos importes tienen el carácter de mínimos dado el criterio de gasto de publicidad que utiliza la entidad.



II.1.2.3. Sociedades Mercantiles

Como se señala en el epígrafe II.1.1., del Ayuntamiento de Alcobendas dependen cuatro Sociedades mercantiles, el objeto social de cada una de ellas es el siguiente:

- Empresa Municipal de la Vivienda de Alcobendas, S.A. (EMVIALSA): la competencia municipal de promoción y gestión de viviendas, dentro de la competencia general establecida en el artículo 25.2.d) de la LBRL.
- SEROMAL, S.A. Municipal de Construcciones y Conservación de Alcobendas: construcción y conservación de todo tipo de obras públicas dentro del término municipal de Alcobendas.
- SOGEPIMA, S.A., Sociedad de Gestión del Patrimonio Inmobiliario Municipal de Alcobendas: la promoción, gestión y ejecución de actividades urbanísticas y en especial, la gestión, promoción y comercialización de valores, obras, servicios y calificaciones del término municipal de Alcobendas que pertenezcan por cualquier título al Ayuntamiento de Alcobendas, o sobre los que el mismo tuviera derecho o interés.
- Empresa Municipal de Recaudación, S.A. (EMARSA): colaboración en la gestión recaudatoria, en el periodo voluntario de pago, de las deudas de Derecho Público cuyo cobro haya de realizarse por lo órganos recaudatorios del Ayuntamiento, así como de la gestión de la recaudación en ejecutiva.

Los gastos registrados en la cuenta "Publicidad, propaganda y relaciones públicas" por cada una de estas Sociedades han sido los que figuran en el cuadro siguiente precisando, como se ha manifestado anteriormente, que en la misma se incluyen los gastos correspondientes a relaciones públicas.

(Importe en euros)

SSMM	2003	2004	2005	% VARIAC. 2003/04	% VARIAC. 2004/05
EMVIALSA	89.062,74	66.027,20	56.107,17	(25,86)	(15,02)
SEROMAL	17.904,02	867,70	714,00	(95,15)	(17,71)
SOGEPIMA	1.273,80	0,00	366,00	(100,00)	-
EMARSA	0,00	0,00	0,00	-	-

EMVIALSA es la única sociedad en la que los gastos de publicidad tienen cierta relevancia, ya que en las demás la importancia de este tipo de gastos, registrados como tales, es totalmente residual o incluso nula, como es el caso de EMARSA.

En el siguiente cuadro se muestra el porcentaje que representan los gastos de publicidad sobre el total de gastos de explotación, así como sobre el subgrupo de "Otros gastos de explotación".



SSMM	%TOTAL GASTOS EXPLOTACIÓN			S/ OTROS GASTOS EXPLOTACIÓN		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
EMVIALSA	0,79	0,32	0,07	39,76	2,70	2,45
SEROMAL	0,150	0,008	0,006	3,05	0,14	0,10
SOGEPIMA	0,148	-	0,022	1,45	-	0,14
EMARSA	-	-	-	-	-	-

De las comprobaciones y análisis realizados sobre la muestra de justificantes y facturas seleccionados se ponen de manifiesto las siguientes observaciones:

- En la cuenta de "Publicidad y propaganda y relaciones públicas" de SEROMAL de 2003 existen gastos por 10.640 euros que tendrían la naturaleza de relaciones públicas y que, por lo tanto, no formarían parte del ámbito objetivo de esta fiscalización.
- En EMVIALSA se ha detectado la existencia de un justificante de 2003 por un importe de 8.500 euros que no se ha registrado como gasto de Publicidad y propaganda, cuando existe otro con el mismo objeto que si se ha contabilizado como tal por la sociedad.

II.1.2.4. Ajustes e indicadores

En el siguiente cuadro se concretan en síntesis los importes registrados por el Ayuntamiento de Alcobendas y sus entidades dependientes, así como los ajustes que se han deducido de la fiscalización realizada sobre los gastos de Publicidad y propaganda en los ejercicios 2003, 2004 y 2005.

AYUNTAMIENTO DE ALCOBENDAS	2003	2004	2005	TOTAL
Saldo a 31/12 en 226.02 (Ayuntamiento)	297.376,72	302.756,94	387.065,10	987.198,76
Saldo a 31/12 en 226.02 (Patronatos)	166.285,77	167.817,30	237.697,87	571.800,94
Saldo a 31/12 en 627 (Sociedades)	108.240,56	66.894,90	57.187,17	232.322,63
Total Gastos de Publicidad Alcobendas	571.903,05	537.469,14	681.950,14	1.791.322,33
Gastos no registrados en 226.02 (Ayuntamiento)	506.163,92	151.950,80	11.046,68	669.161,40
Gastos en 226.02 no Publicidad (Ayuntamiento)	(10.875,00)	(15.187,55)	(13.710,20)	(39.772,75)
Gastos no registrados en 226.02 (Patronatos)	363.716,25	325.984,83	478.713,70	1.168.414,78
Gastos no registrados en 627 (Sociedades)	8.500,00	-	-	8.500,00
Gastos en 627 no Publicidad (Sociedades)	(10.640,00)	-	-	(10.640,00)
TOTAL AJUSTES	856.865,17	462.748,08	476.050,18	1.795.663,43
Gastos de Publicidad Ajustados Alcobendas	1.428.768,22	1.000.217,22	1.158.000,32	3.586.985,76

Teniendo en cuenta los ajustes que se deducen de la fiscalización realizada a los gastos de publicidad registrados exclusivamente por el Ayuntamiento los gastos por vecino que como se ha señalado anteriormente, alcanzaban un importe de 3,02 euros en los ejercicios 2003 y 2004 y 3,75 euros en el ejercicio 2005, pasarían a ser de 8,05 euros, 4,38 euros y 3,73, respectivamente. Considerando los gastos del Ayuntamiento y sus entidades dependientes, en los tres ejercicios



fiscalizados, los ratios de 5,81 euros, 5,36 euros y 6,61 euros, citados en el apartado II.1.2.1. anterior, pasarían a ser de 14,52 euros, 9,97 euros y 11,23 euros, respectivamente.

II.1.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda

El Ayuntamiento comunicó, al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas como actuación previa al inicio de los trabajos de fiscalización y relativo a los contratos realizados de Publicidad y propaganda en el periodo objeto de fiscalización, tanto por el propio Ayuntamiento como por sus entidades dependientes, únicamente un contrato, el que figura como número 1 en el cuadro siguiente.

No obstante, durante la realización de los trabajos de fiscalización se detectaron otros cuatro contratos más por parte del Patronato Sociocultural, los importes y las fechas de adjudicación se recogen a continuación.

(Importe en euros)

CONTRATOS	Nº	IMPORTE	FECHA ADJUDICACIÓN
Ayuntamiento			
- Prestación de servicios para la producción de programas audiovisuales de interés local en Alcobendas	1	836.600,00	13/01/2003
Patronato Sociocultural			
- Instalación y Organización de la Exposición Institucional "Balance Plan Ciudad" y la gestión de su ejecución y puesta en marcha	2	300.498,00	04/03/2003
- Impresión, filmado y encuadernación de las revistas municipales "Alcobendas" (lote 2) y "Siete días" (lote 1) y fotomecánica de la revista municipal "Alcobendas" (lote 3)	3	Precios unitarios por página	10/06/2003
- Reparto y buzoneo de revistas municipales, cartas, dípticos y otras comunicaciones municipales.	4	Precios unitarios por página	13/10/2003
- Reparto y buzoneo de revistas municipales, cartas, dípticos y otras comunicaciones municipales	5	Precios unitarios por página	20/10/2004

Las observaciones que se han deducido de los análisis realizados de los expedientes de contratación son las siguientes:

- En el contrato número 1 se fija un plazo de vigencia de dos años, prorrogándose por dos años más. Finalizado el plazo máximo, se continúa el contrato en vigencia durante seis meses más, incumpléndose lo establecido en el artículo 198 del TRLCAP que establece que, en ningún caso la duración total del contrato, incluidas las prórrogas, pueda tener duración superior a cuatro años.
- Los contratos números 2, 3, 4 y 5 correspondientes al Patronato Sociocultural incluyen la experiencia como criterio de adjudicación, cuando en realidad es un requisito de solvencia técnica o profesional preciso para ser licitador (artículos 17, 18 y 19 del TRLCAP), o un criterio de invitación a las empresas en el procedimiento restringido (artículo 91 del TRLCAP), pero no un



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

criterio objetivo de adjudicación de los concursos, ya que ni viene citado como tal en el artículo 86 del TRLCAP, ni es semejante a los que dicho artículo enumera.

- El contrato número 2 (Patronato Sociocultural) se tramitó con carácter de urgencia “por la necesidad de cumplir los plazos tanto administrativos como de apertura y clausura de la actividad”, justificación que no puede considerarse conforme con lo establecido en el artículo 71 del TRLCAP ya que no concurre una necesidad inaplazable o una razón de interés público debidamente motivada.

Asimismo, del análisis realizado de justificantes y facturas seleccionadas en la muestra correspondiente al Ayuntamiento, se ha detectado un gasto por importe de cuantía superior a la establecida en el artículo 201 del TRLCAP, sin la preceptiva tramitación del expediente a que hace referencia el artículo 67 del TRLCAP y sin proceder a su formalización, contraviniendo lo establecido en el artículo 54 del TRLCAP.



II.2. AYUNTAMIENTO DE COLLADO VILLALBA

II.2.1. Datos generales

La población del municipio de Collado Villalba en los tres ejercicios fiscalizados figura en el cuadro siguiente. El crecimiento de la población del municipio ha sido inferior al del total de la Comunidad de Madrid en el periodo 2003-2005 y ha representado, respecto a dicha población el 0,9% en los tres ejercicios.

POBLACIÓN	1/1/2003	1/1/2004	Varc. % 2003/04	1/1/2005	Varc. % 2004/05	Varc. % 2003/05
Collado Villalba	50.634	50.695	0,12	52.445	3,45	3,58
Comunidad de Madrid	5.718.942	5.804.829	1,50	5.964.143	2,74	4,29
Relación % población Ayto / población total CAM	0,9	0,9		0,9		

La prestación de los servicios públicos locales se gestiona directamente por el Ayuntamiento, ya que no tiene ninguna entidad dependiente.

Los Presupuestos Generales del Ayuntamiento aplicados durante el ejercicio 2003 fueron los prorrogados del año 2002. En cuanto a los ejercicios 2004 y 2005, los presupuestos han seguido todos los trámites legales para su aprobación por el Pleno, la cual se produjo los días 14 de enero de 2004 y 14 de marzo de 2005, respectivamente, ambos fuera del plazo señalado en el artículo 150.2 de la LHL y en el artículo 169.2 del TRLHL.

Las Cuentas Generales de los tres ejercicios fiscalizados han sido aprobadas por el Pleno de la Corporación en la sesión celebrada el 28 de septiembre de 2006, por lo que únicamente la correspondiente a 2005 ha sido aprobada en el plazo que recogen los artículos 193.4 de la LHL y 212 del TRLHL.

II.2.2. Área contable: Contabilidad presupuestaria y patrimonial

II.2.2.1. Ayuntamiento

La organización económica del Ayuntamiento de Collado Villalba viene determinada cada ejercicio en las Bases de ejecución de los Presupuestos aprobadas por el Pleno, no existiendo Manuales de procedimiento en los que se establezcan los circuitos de actuación y las funciones, responsabilidades y documentos de cada una de las fases en las que se estructuran las distintas actividades de la administración local en el municipio.



En cuanto a las Bases de ejecución, destacar que:

- La vinculación jurídica de los créditos con carácter general es a nivel de capítulo.
- La competencia para el reconocimiento extrajudicial de créditos, regulado en el artículo 60.2 del R.D. 500/1990 es del Pleno del Ayuntamiento en el ejercicio 2003 y de la Junta de Gobierno Local para los años 2004 y 2005.
- Se declaran ampliables los créditos iniciales correspondientes a dos partidas de gastos de Publicidad y propaganda referidos a dos Concejalías.
- Los Gastos de publicidad y propaganda tienen la posibilidad de gestionarse mediante anticipos de caja fija.

Los créditos y ejecución del Presupuesto de gastos del Ayuntamiento en el subconcepto objeto de análisis, en los tres ejercicios fiscalizados, figuran en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

SUBC. 226.02 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	CREDITOS INICIALES (1)	MODIFI- CACIONES (2)	CREDITOS DEFINITIVOS (3)=(1)+/--(2)	OBLIGAC. RECONOC. (4)	% GEG	PAGOS LÍQUIDOS (5)	% GCP	PENDIENTE DE PAGO (6)=(4)-(5)
2003	122.892,75	15.142,21	138.034,96	158.312,62	115%	151.066,10	95%	7.246,52
2004	183.912,00	158.515,09	342.427,09	320.113,74	93%	279.432,08	87%	40.681,66
2005	507.344,20	44.289,05	551.633,25	585.716,41	106%	534.982,49	91%	50.733,92

Como se pone de manifiesto, a la vista de los datos anteriores, los créditos iniciales y los definitivos para los gastos de publicidad y propaganda, han tenido un notable aumento en el período 2003-2005, justificados en parte por la firma de nuevos contratos durante 2004 (ver apartado II.2.3). De las modificaciones de los créditos inicialmente aprobados, que representaron un 12,32% en el 2003, un 86% en el 2004 y el 8,73% en el 2005, la más destacable es la realizada en el ejercicio 2004 consistente en un crédito extraordinario y suplemento por un importe de 142.437,44 euros financiado con remanentes de tesorería, necesarios para atender gastos no previstos. El grado de ejecución de los gastos de publicidad ha superado el 100% en los años 2003 y 2005, no obstante, se ha comprobado que el índice de ejecución, considerado el nivel de vinculación no ha superado este porcentaje.

Los importes de las Obligaciones reconocidas netas en la contabilidad presupuestaria liquidada por el Ayuntamiento, en los tres ejercicios fiscalizados, coinciden con los saldos que recoge la subcuenta 6492 en contabilidad patrimonial.

La relación que ha existido entre las obligaciones reconocidas en el concepto presupuestario de Publicidad y propaganda y el total de gastos del Ayuntamiento en el capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios figura en el cuadro siguiente.



(Importe en euros)

AYUNTAMIENTO	ORN 2003	ORN 2004	ORN 2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
Subconcepto 226.02 Publicidad y propaganda	158.312,62	320.113,74	585.716,41	102,20	82,97
Artículo 22 Material, suministros y otros	8.677.760,55	11.915.903,48	14.309.883,88	37,32	20,09
Total capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios	9.244.149,71	12.877.986,09	15.431.286,28	39,31	19,83
% Publicidad y propaganda/Total Artículo 22	1,82	2,69	4,09		
% Publicidad y propaganda/Total capítulo II	1,71	2,49	3,80		

Como se observa, el gasto en Publicidad y propaganda ha ido aumentando en los tres ejercicios fiscalizados, duplicándose en el 2004, respecto al 2003 y llegando en 2005 a superar tres veces el habido en el 2003. Considerando los gastos en publicidad que el Ayuntamiento ha imputado al subconcepto correspondiente y que figuran en el cuadro anterior, así como la población de los tres ejercicios, el gasto que se ha producido por persona ha sido de 3,13 euros, 6,31 euros y 11,17 euros, respectivamente.

Los gastos imputados al subconcepto presupuestario, en los tres ejercicios objeto de fiscalización, derivados de inserciones en publicaciones oficiales alcanzan unos importes de 57.475,45 euros, 73.461,39 euros y 91.774,44 euros, respectivamente, representando el 36,31%, 22,95% y el 15,67% de los gastos aplicados al subconcepto.

El resto de gastos, hasta alcanzar el importe total, se refiere a todo tipo de gastos relacionados con la publicidad, tales como inserciones en prensa, suministro de folletos, carteles, cuñas radiofónicas, realización de campañas publicitarias, etc.

De las revisiones realizadas sobre la muestra de justificantes y facturas de los tres ejercicios fiscalizados, se deducen las siguientes observaciones:

- Existen gastos, en los tres ejercicios, que habiéndose devengado en el ejercicio corriente se contabilizan en el siguiente por la vía del reconocimiento extrajudicial de créditos. Dicha actuación, que está contemplada legalmente, en el artículo 60.2 del RD 500/1990, de 20 de abril, debería ser excepcional ya que supone un incremento o decremento de los gastos del ejercicio (según sean mayores o menores los que se aplican, o los que se dejan de aplicar). La aprobación se realiza de acuerdo con lo establecido en las Bases de ejecución del presupuesto. El 85,87% de la muestra de 2003 son gastos devengados en el ejercicio anterior. El 19,78% de la muestra analizada de 2004 corresponde a gastos devengados en 2003 y el 22,37% de la muestra analizada de 2005 se compone de facturas o servicios del ejercicio anterior.
- En el ejercicio 2004 se produjo un gasto por importe agregado de 83.097,57 euros, referido a cuñas publicitarias, que fue reconocido extrajudicialmente en el ejercicio 2005, y del que se contabilizó en el primer ejercicio indicado, un ingreso por el mismo importe sin que haya sido facilitado soporte documental alguno.



- Se ha detectado algún caso en el que la facturación no ha sido recibida en primer lugar en un registro central, sino a través de la Concejalía responsable del gasto, lo que comporta una falta de control interno, que puede dificultar el seguimiento de dichas facturas, así como contribuir a un registro contable incorrecto de las mismas.
- No se ha facilitado uno de los justificantes seleccionados en la muestra, ya que no ha podido ser localizado, el importe del mismo asciende a 3.569,53 euros y que, de acuerdo con la descripción de la aplicación contable, se corresponde a inserciones publicitarias.
- Del análisis de una muestra de justificantes no registrados como de "Publicidad y propaganda" se ha comprobado que existen gastos de la citada naturaleza, tales como cartelería diversa, publicidad en medios de ferias, edición e impresión masiva de libros municipales, etc, por un importe total de 80.556,28 euros. Además, uno de los justificantes muestreados por un importe de 109.165,96 euros, relativo a una Feria de comercio en Collado Villalba, incluye dentro del detalle del mismo, conceptos tales como Publicidad en medios, carteles, folletos, dípticos y mailings, todos ellos de naturaleza publicitaria, sin que se haya podido cuantificar el importe de los mismos, al no encontrarse desglosados en la factura.

Dentro de los justificantes de la muestra del párrafo anterior, se han detectado gastos que se han cargado en la cuenta de "Otros acreedores no presupuestarios" del ejercicio 2003, por un importe global de 10.945,08 euros, no habiendo sido acreditada su imputación en la Cuenta de resultados y en la Liquidación del presupuesto, además de desvirtuar el saldo de la citada cuenta.

II.2.2.2. Ajustes e indicadores

En el siguiente cuadro se concretan en síntesis los importes registrados por el Ayuntamiento de Collado Villalba, así como los ajustes que se han deducido de la fiscalización realizada sobre los gastos de Publicidad y propaganda en los ejercicios 2003, 2004 y 2005.

AYUNTAMIENTO DE COLLADO VILLALBA	2003	2004	2005	TOTAL
Saldo a 31/12 en 226.02	158.312,62	320.113,74	585.716,41	1.064.142,77
Gastos no registrados en 226.02	10.945,08	-	69.611,20	80.556,28
Gtos de Publicidad Ajustados Collado Villalba	169.257,70	320.113,74	655.327,61	1.144.699,05

Teniendo en cuenta los ajustes realizados a los registrados por el Ayuntamiento en los tres ejercicios fiscalizados los ratios de 3,13 euros, 6,31 euros y 11,17 euros por persona, que se han señalado en el apartado anterior, pasarían a ser de 3,34 euros en el ejercicio 2003 y de 12,50 euros en el ejercicio 2005. El ratio del ejercicio 2004 no experimentaría variación.



II.2.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda

En contestación al requerimiento efectuado por la Cámara de Cuentas, realizado como actuación previa al inicio de los trabajos de fiscalización, el Ayuntamiento certificó la realización de seis expedientes administrativos, que tenían como objeto la contratación de servicios de publicidad y propaganda. La denominación, importe y fecha de adjudicación se recogen en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

CONTRATOS	Nº	IMPORTE	FECHA ADJUDICACIÓN
- Publicidad institucional en TV (Producción, realización y emisión 1440 spots publicitarios anuales)	1	40.839,00	3/08/2004
- Realización de la publicación municipal "25 años de Ayto democrático" (20.000 unidades)	2	25.821,00	7/09/2004
- Servicios para la producción de programas audiovisuales de interés local en Collado Villalba	3	358.440,75	21/12/2004
- Inclusión semanal de anuncios en prensa local	4	18.000,00	18/01/2005
- Inclusión semanal de anuncios en prensa local (mínimo 20 anuncios mensuales)	5	41.500,00	8/02/2005
- Suministro de 2000 ejemplares reeditados del libro "Collado Villalba para niños"	6	16.848,00	24/01/2006

Las observaciones que se han deducido de los análisis de los expedientes de contratación se recogen a continuación.

- En los contratos números 1, 3 y 5 los criterios de adjudicación recogidos en los pliegos carecen de los elementos de juicio necesarios que permitan su correcta aplicación en la fase de valoración de las ofertas. En cumplimiento de lo establecido en el artículo 86 del TRLCAP, el carácter objetivo de los criterios de adjudicación debe manifestarse tanto en su formulación como en su aplicación.
- Los contratos números 4 y 5, que compartían el mismo objeto, "Servicio para la inclusión de anuncios en la prensa local" y que se tramitaron en fechas cercanas (adjudicados el 18 de enero y el 8 de febrero de 2005 respectivamente) deberían haber formado parte de un solo expediente por lo que la tramitación del contrato número 4 como negociado sin publicidad por razón del importe se considera fraccionamiento del objeto del contrato, al no quedar debidamente justificado en el expediente la realización independiente de cada una de sus partes, como establece el artículo 68 del TRLCAP.

Asimismo, de las comprobaciones efectuadas de los justificantes y facturas seleccionadas en el área contable se ha observado:



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

- En el ejercicio 2004 se produjo un gasto, al que se hace referencia en el epígrafe anterior, por importe agregado de 83.097,57 euros, referido a cuñas publicitarias sin que se haya promovido procedimiento administrativo de contratación.
- Se han detectado fraccionamientos del objeto del gasto, al que alude el artículo 68 del TRLCAP, ya que existen facturas referidas al mismo concepto de gasto de un mismo acreedor que agregadas suponen un importe de cuantía superior a 12.020,24 euros, cifra que recoge el artículo 201 del TRLCAP y señala el límite a partir del cual hay que proceder a la formalización de expediente de contratación. No obstante, es preciso señalar que el Ayuntamiento ha aumentado las contrataciones referidas a los conceptos publicitarios en los ejercicios 2004 y 2005.



II.3. AYUNTAMIENTO DE LEGANÉS

II.3.1. Datos generales

La población del municipio de Leganés, según la revisión del Padrón Municipal, a 1 de enero, de los ejercicios 2003, 2004 y 2005, figura en el cuadro siguiente; en el mismo se recoge también el porcentaje que representa respecto a la población total de la Comunidad de Madrid. Dicha relación prácticamente se mantiene invariable en los tres ejercicios.

POBLACIÓN	1/1/2003	1/1/2004	Varc. % 2003/04	1/1/2005	Varc. % 2004/05	Varc. % 2003/05
Leganés	176.900	178.630	0,98	181.248	1,47	2,46
Comunidad de Madrid	5.718.942	5.804.829	1,50	5.964.143	2,74	4,29
Relación % población Ayto / población total CAM	3,09	3,08		3,04		

El Ayuntamiento de Leganés no tiene, en los tres ejercicios fiscalizados, ningún Organismo Autónomo dependiente, si bien participa al 100% en el capital social de dos Sociedades Mercantiles: Emsule, S.A., Empresa Municipal del Suelo de Leganés, y Legacom Comunicación, S.A.

Los Presupuestos Generales, de los ejercicios 2003, 2004 y 2005, han seguido todos los trámites legales para su aprobación definitiva por el Pleno, la cual se produjo en las sesiones celebradas los días, 12 de noviembre de 2002, 27 de enero de 2004 y 8 de febrero de 2005, respectivamente, estos dos últimos fuera del plazo señalado en el artículo 150.2 de la LHL y en el artículo 169.2 del TRLHL.

Las Cuentas Generales de los tres ejercicios fiscalizados han sido aprobadas por el Pleno de la Corporación, dentro de los plazos recogidos en el artículo 193.4 de la LHL y en el artículo 212 del TRLHL, en las sesiones celebradas los días 14 de septiembre de 2004, 13 de septiembre de 2005 y 12 de septiembre de 2006, respectivamente.

II.3.2. Área contable: Contabilidad presupuestaria y patrimonial

II.3.2.1. Ayuntamiento

En relación con el control interno de los gastos de Publicidad y propaganda, no existen procedimientos escritos de gestión y contabilización más allá de los fijados en las Bases de ejecución de los Presupuestos aprobadas cada año por el Pleno de la Corporación.

En cuanto a las Bases de ejecución, destacar que:

- La vinculación jurídica a nivel general de los créditos aprobados en el Presupuesto General es a nivel de partida presupuestaria, con algunas excepciones que no afectan a los gastos de publicidad.



- Los gastos de publicidad y propaganda referidos a Anuncios en Publicaciones tienen el carácter de créditos ampliables.
- Asimismo, se podrán atender mediante anticipos de caja fija los gastos en publicidad y propaganda con el límite del 15% de los créditos iniciales o de sus modificaciones aprobadas, pudiéndose elevar este límite hasta el 25% para el caso de los Anuncios en Publicaciones.

Los créditos y ejecución de los gastos en publicidad liquidados por el Ayuntamiento en los tres ejercicios fiscalizados, figuran en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

SUBC. 226.02 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	CREDITOS INICIALES (1)	MODIFI- CACIONES (2)	CREDITOS DEFINITIVOS (3)=(1)+/-(2)	OBLIGAC. RECONOC. (4)	% GEG	PAGOS LÍQUIDOS (5)	% GCP	PENDIENTE DE PAGO (6)=(4)-(5)
2003	275.100,00	(450,00)	274.650,00	267.784,57	98%	238.355,07	89%	29.429,50
2004	274.200,00	163.774,56	437.974,56	302.574,96	69%	267.990,95	89%	34.584,01
2005	279.840,00	204.600,00	484.440,00	307.621,84	64%	228.771,28	74%	78.850,56

Los créditos iniciales prácticamente no varían en los tres ejercicios, no obstante, en los ejercicios 2004 y 2005 se han producido modificaciones que tienen como finalidad fundamental el incremento de créditos para hacer frente a las obligaciones derivadas de la publicación de anuncios en boletines oficiales y que han sido financiadas con bajas en otros conceptos.

Destaca el aumento que se ha producido en los créditos definitivos del ejercicio 2005, respecto a los del 2003, con un incremento del 76,38% que, por otra parte, no se ha correspondido con el incremento en las Obligaciones reconocidas que sólo han aumentado un 14,88%. Llama la atención la baja ejecución del crédito definitivo en el ejercicio 2005, que ha pasado de un 98% al 64% y que es consecuencia, en parte, a que el importe de las necesidades estimadas estaban sobrevaloradas.

En el siguiente cuadro figuran las obligaciones reconocidas por el Ayuntamiento, en los tres ejercicios fiscalizados, tanto en el capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios como en el subconcepto de Publicidad y propaganda y el porcentaje que representan estos últimos en relación con todos los gastos corrientes en bienes y servicios.



(Importe en euros)

AYUNTAMIENTO	ORN 2003	ORN 2004	ORN 2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
Subconcepto 226.02 Publicidad y propaganda	267.784,57	302.574,96	307.621,84	12,99	1,67
Artículo 22 Material, suministros y otros	24.056.145,89	29.119.999,36	32.100.080,61	21,05	10,23
Total capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios	25.393.083,63	30.589.913,23	33.592.196,49	20,47	9,81
% Publicidad y propaganda/Total Artículo 22	1,11	1,04	0,96		
% Publicidad y propaganda/Total capítulo II	1,05	0,99	0,92		

Asimismo, considerando exclusivamente los gastos en publicidad del Ayuntamiento que figuran en el anterior cuadro y la población de los tres ejercicios, el gasto por vecino, ha sido de 1,51 euros, 1,69 euros y 1,70 euros, respectivamente, y si tenemos en cuenta el gasto de las sociedades mercantiles dependientes, el gasto por vecino estimado sería de 4,58 euros, 6,69 euros y 7,36 euros, respectivamente. Para realizar este cálculo se han tenido en cuenta los gastos de publicidad registrados por Emsule, S.A., y las transferencias realizadas por el Ayuntamiento a Legacom, S.A., deducidos los ingresos obtenidos por la misma por conceptos relacionados, ya que el objeto social de esta sociedad es la gestión de la información y comunicación del municipio, considerando ésta como servicio público, tal como se señala en el epígrafe correspondiente. Para realizar este cálculo en Emsule, S.A., se ha considerado la totalidad del saldo de la cuenta de Publicidad, propaganda y relaciones públicas, sin deducir los gastos que, por este último concepto, pudiesen existir por considerar que el efecto no sería significativo en el resultado final.

Se ha comprobado que existe coincidencia en los tres ejercicios fiscalizados entre los cargos realizados en la contabilidad patrimonial y los importes imputados en la contabilidad presupuestaria, entre la subcuenta y el subconcepto que, respectivamente, deben recoger estos gastos en ambas contabilidades.

En cuanto a la naturaleza de los gastos imputados, en los ejercicios 2003, 2004 y 2005, corresponden en un 46,53%, 61,34% y 49,69% a los realizados por inserción de anuncios en los boletines oficiales que, en términos absolutos, alcanzan unos importes de 124.596,30 euros, 185.589,11 euros y 152.854,68 euros, respectivamente.

El resto de gastos publicitarios imputados al subconcepto, tales como inserciones en prensa, suministro de folletos, carteles, realización de campañas publicitarias, etc., han ascendido en los tres ejercicios a 143.188,27 euros, 116.985,85 euros y 154.767,16 euros, respectivamente.

De la revisión de la muestra de los comprobantes del gasto de los tres ejercicios se han deducido las siguientes observaciones:

- Se han detectado justificantes de gastos imputados contablemente en el ejercicio siguiente al de la fecha de la factura, lo que supone un incumplimiento del principio de devengo establecido en el artículo 157 de la LHL y en el artículo 176 del TRLHL.



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

- De la revisión de justificantes no registrados en el subconcepto presupuestario de Publicidad y propaganda, se ha comprobado que existen gastos de la citada naturaleza, tales como cartelería diversa, folletos, dípticos, trípticos, buzoneo, megafonía, Plan de Comunicación "Leganés Ciudad Digital", difusión masiva de publicaciones municipales, etc., imputados a otros subconceptos, por un importe de 183.245,58 euros, para los tres ejercicios fiscalizados.

II.3.2.2. Sociedades Mercantiles

Como se ha señalado anteriormente, las sociedades, deben recoger en la cuenta "Publicidad, propaganda y relaciones públicas", tanto los gastos de publicidad y propaganda como los derivados de relaciones públicas por lo que, a efectos del ámbito objetivo de esta auditoría, habría que detraer estos últimos.

Es común a las dos sociedades mercantiles dependientes del Ayuntamiento de Leganés, la no existencia de normas escritas de control interno, lo que supone una incidencia al no estar previstas las actuaciones que, como norma, deben desarrollar en la realización de sus tareas para garantizar la eficacia y la eficiencia en la gestión de las mismas. A continuación se ponen de manifiesto las observaciones más destacables respecto a los gastos de Publicidad y propaganda realizados, en los tres ejercicios fiscalizados, por cada una de las dos sociedades.

Legacom Comunicación, S.A.

La Sociedad Legacom Comunicación, S.A. tiene como objeto social la gestión del servicio público del Ayuntamiento, referente a la información, radiodifusión, televisión, edición y comunicación, ya que el fin de su objeto social es el de mantener informados a los habitantes del municipio en cuanto a derechos, obligaciones y actividades del mismo, por lo que su actividad principal está estrechamente relacionada con la publicidad y la comunicación en general.

La sociedad financia principalmente sus actividades mediante aportaciones del Ayuntamiento, que pueden ser genéricas, para financiar sus posibles déficits de explotación, o específicas para una actividad en concreto. Otras fuentes de financiación son los ingresos por inserciones publicitarias en la revista editada o las aportaciones de otras entidades para alguna actuación en concreto.

En el cuadro siguiente figuran, por una parte, el total de los gastos de explotación (todos los que conllevan la actividad de la sociedad) y, por otra, los que directamente se han considerado relacionados con la publicidad (cuenta 627 y cuenta 607). La diferencia entre éstos y el total de gastos de explotación, serían gastos que indirectamente también tendrían relación con la publicidad, dado el objeto social de la empresa. El análisis realizado se ha centrado en los gastos directamente relacionados.



(Importe en euros)

LEGACOM COMUNICACIÓN, S.A.	2003	2004	2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
A) Gastos de explotación	850.031,67	943.573,32	1.267.921,64	11,00	34,37
B) Cuenta 627 Publicidad, propaganda y relaciones públicas	54.736,17	9.842,43	46.113,55	(82,02)	368,52
C) Cuenta 607 Trabajos realizados por otras empresas	492.325,64	616.663,17	879.899,54	25,26	42,69
D) = B) + C) Total Cuentas 627 más 607	547.061,81	626.505,60	926.013,09	14,52	47,81
E)=D)/A) % Publicidad sobre total Gastos de explotación	64,36	66,40	73,03		

Como se observa, los gastos por trabajos encargados a empresas externas, que sería asimilable a una cuenta de compras por naturaleza, representan más del 50% del total de los gastos de explotación en los tres ejercicios, y considerándolos agregadamente con los registrados en la cuenta "Publicidad, propaganda y relaciones públicas" superan el 60% en el período objeto de análisis.

Con la excepción de las aprobaciones de gastos e ingresos por parte de la Junta de Gobierno Local o del Pleno del Ayuntamiento, no existen procedimientos escritos que determinen quien autoriza las actividades realizadas por parte de la sociedad, así como los circuitos de actuación y la documentación que debe cumplimentarse para garantizar documentalmente que se ha cumplido la normativa, lo que ha supuesto que no siempre exista una autorización expresa o encargo manifiesto de la actividad que debe desarrollarse, así como del expediente de contratación que la actuación conlleva y el pago correspondiente.

Los gastos más relevantes relacionados con la publicidad, además de los derivados de la edición, impresión y distribución de la revista "La Plaza de Leganés", son los generados por la emisión de programas en televisiones locales, los producidos por la organización de la exposición "Leganés, Siglo XXI" en 2003, los correspondientes al Plan de comunicación y divulgación del proyecto "Leganés Social" en los ejercicios 2004 y 2005, las inserciones publicitarias en diarios locales, etc. Hay que poner de manifiesto que algunas de estas actividades pueden ser llevadas a cabo por el Consistorio, ya que no existe una delimitación clara de las funciones de ambos en esta materia.

De la muestra revisada, en los tres ejercicios fiscalizados en ambas cuentas, se han deducido las siguientes observaciones:

- No siempre existe uniformidad en la imputación de los gastos, ya que las facturas de un mismo proveedor y con el mismo encargo, han sido imputadas indistintamente a las cuentas reseñadas en el anterior cuadro. Así, en los ejercicios 2003 y 2004, han sido imputados a la cuenta "Servicios profesionales independientes" gastos relacionados con la revista "La Plaza de Leganés", por importes de 50.653,05 euros y 51.365,09 euros, respectivamente, mientras que en 2005, gastos de semejante naturaleza se han llevado a la cuenta "Trabajos realizados por otras empresas".



- Se han detectado justificantes de gastos imputados en la cuenta "Trabajos realizados por otras empresas" que, si bien contablemente están correctamente registrados, a los efectos del objeto de este Informe no tendrían la consideración de gastos relacionados con la publicidad, por un importe de 18.455,29 euros en los tres ejercicios.
- En la mayor parte de las partidas seleccionadas, la única documentación que ha sido aportada ha sido la factura.

Por otra parte, en cuanto a los recursos obtenidos por la sociedad, en el cuadro siguiente figuran los ingresos que están relacionados con la publicidad y las Aportaciones para compensar pérdidas realizadas por el Ayuntamiento.

(Importe en euros)

RECURSOS	2003	2004	2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
Aportación Socios compensación Pérdidas (1)	406.900,00	638.867,50	494.052,50	57,01	(22,67)
Venta de Mercaderías			195,23		
Prestación de Servicios	421.270,93	150.314,85	150.761,42	(64,32)	0,30
Subvención Oficiales a la Explotación		140.631,50	580.561,78		312,82
TOTAL RECURSOS	828.170,93	929.813,85	1.225.570,93	15,62	(20,24)

(1) Esta cuenta pertenece al grupo de Financiación básica del pasivo y por lo tanto no está incluida dentro de los Ingresos de la cuenta de Pérdidas y ganancias.

De los anteriores recursos recibidos por la Sociedad, destacar:

- Los más importantes, son los procedentes del Ayuntamiento y que se recogen en el siguiente cuadro por conceptos.

(Importe en euros)

RECURSOS PROCEDENTES DEL AYUNTAMIENTO	2003	2004	2005
Subvención anual	406.900,00	418.000,00	462.500,00
Impresión folletos	7.529,56		
Campaña formación Empleo	15.200,98		
Subvención Colaboración TV. Locales		252.420,00	223.307,00
Plan de Comunicación Leganés Ciudad Digital		140.631,50	431.442,61
Publicidad Cursos Formación		14.982,56	18.062,47
	429.630,54	826.034,06	1.135.312,08

Las aportaciones del Ayuntamiento registradas en la cuenta "Prestación de servicios" figuran con IVA en este cuadro.

- Además de los recursos procedentes del Ayuntamiento, son relevantes los derivados de inserciones publicitarias en la revista municipal gestionados por un tercero que han alcanzado, en los tres ejercicios fiscalizados, un importe de 237.550,79 euros, lo que ha supuesto un 7,96% de todos los ingresos. También son destacables en el ejercicio 2003 los derivados de la exposición "Leganés Siglo XXI", que ascendieron a 273.000 euros, sin considerar el IVA en



ningún caso. De estos ingresos únicamente se han facilitado las facturas emitidas por Legacom Comunicación, S.A.

- No existe un criterio definido en el registro de las aportaciones que realiza el Ayuntamiento, así se han incluido en los ejercicios 2004 y 2005 en la cuenta "Aportaciones de los socios para compensar pérdidas" transferencias del Ayuntamiento para financiar colaboraciones en televisiones locales, que deberían haber sido registradas en la cuenta "Subvenciones oficiales a la explotación por importes de 220.867,50 euros y 31.550,50 euros, respectivamente.
- Existen dos aportaciones del Ayuntamiento a Legacom Comunicación S.A. registradas presupuestariamente como gasto por aquél, la primera en 2004 por 31.552,50 euros y la segunda en 2005 por 71.187,83 euros, que la Sociedad registró como ingreso en el ejercicio siguiente al de imputación por parte del Ayuntamiento.
- La sociedad tiene levantadas Actas de la Inspección del Ministerio de Economía y Hacienda por las subvenciones concedidas por el Ayuntamiento en los ejercicios 2000 y 2001, ya que la Inspección considera que estas subvenciones se conceden como contraprestación de unos servicios prestados al Consistorio.

Empresa Municipal del Suelo de Leganés, S.A. (EMSULE)

La sociedad Empresa Municipal del Suelo de Leganés, S.A. (EMSULE) tiene como objeto social la realización de estudios, planes, proyectos y desarrollos urbanísticos; obras de infraestructura, de servicios y de edificación previstos en el Plan General de Ordenación Urbana; promoción, gestión comercialización y explotación de suelo, etc., que por cualquier título pertenezca al Ayuntamiento de Leganés; gestión y control de las concesiones de aparcamientos; promoción y gestión de diversos servicios públicos locales.

Los gastos de publicidad la sociedad los registra en el subgrupo de compras, cuando corresponden a promociones en ejecución o, en la cuenta de Publicidad, propaganda y relaciones públicas, cuando las promociones están finalizadas. Por lo que, en el siguiente cuadro se recogen agregadamente ambos tipos de gastos y se comparan con el total de gastos de explotación de la sociedad.

(Importe en euros)

EMSULE, S.A.	2003	2004	2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
Publicidad, Propaganda y relaciones públicas	112.790,47	177.112,24	232.709,06	57,03	31,32
Gastos de explotación	54.458.084,83	47.855.250,46	33.033.693,87	(12,12)	(30,97)
% Publicidad y propaganda / Gastos explotación	0,21%	0,37%	0,70%		

Del cuadro se desprende la escasa relevancia que tienen los gastos en publicidad en relación con los gastos derivados por la actividad propia de la sociedad.



Del total del saldo considerado se ha elegido una muestra de facturas y justificantes, a efectos de realizar las comprobaciones oportunas en orden a cumplir los objetivos del Informe, deduciéndose las siguientes observaciones:

- Existen facturas en los tres ejercicios fiscalizados por importe total de 144.064,49 euros, que no serían gastos de naturaleza publicitaria, lo que no implica que en todos los casos estén incorrectamente registrados, pues algunos de ellos corresponden a gastos por relaciones públicas, tales como celebración de sorteo de viviendas, inauguración de una ciudad deportiva, etc. En otros casos se ha producido una incorrecta imputación a gastos de un inmovilizado inmaterial, como es la puesta en marcha de la página web, así como la imputación, por error, de una póliza de seguro de responsabilidad civil.
- En la muestra seleccionada se ha comprobado que figura una factura que tiene por objeto la emisión de programas en una televisión local, esta actividad sería más adecuada que fuera prestada por Legacom Comunicación, S.A., dado el objeto social de la misma, habiéndose comprobado que esta última sociedad realiza habitualmente este tipo de gastos.

II.3.2.3. Ajustes e indicadores

En el siguiente cuadro se concretan en síntesis los importes registrados por el Ayuntamiento de Leganés y sus entidades dependientes, así como los ajustes que se han deducido de la fiscalización realizada sobre los gastos de Publicidad y propaganda en los ejercicios 2003, 2004 y 2005.

AYUNTAMIENTO DE LEGANÉS	2003	2004	2005	TOTAL
Saldo a 31/12 en 226.02 (Ayuntamiento)	267.784,57	302.574,96	307.621,84	877.981,37
Sdo 627 EMSULE y Transfcias de Ayto a Legacom, S.A. (1)	542.421,01	891.892,72	1.026.706,89	2.461.020,62
Total Gtos de Publicidad con transf. Ayto	810.205,58	1.194.467,68	1.334.328,73	3.339.001,99
Gastos no registrados en 226.02 (Ayuntamiento)	86.130,86	58.933,02	38.181,70	183.245,58
Gastos no registrados en 627 (Sociedades)	50.653,05	51.365,09	-	102.018,14
Gastos no Publicidad (Sociedades)	(10.777,31)	(51.775,82)	(99.966,65)	(162.519,78)
TOTAL AJUSTES	126.006,60	58.522,29	(61.784,95)	122.743,94
Total Gtos de Publicidad con transf. Ayto y Ajustes	936.212,18	1.252.989,97	1.272.543,78	3.461.745,93

(1) El total de gastos se ha calculado en Legacom, S.A. considerando los recursos transferidos por el Ayuntamiento para su financiación y descontado las transferencias realizadas por la Comunidad de Madrid y el Ministerio de Ciencia y Tecnología, para financiar el Plan de Comunicación Leganés Ciudad Digital. Dichas transferencias ascendieron en el ejercicio 2004 a un importe de 111.253,58 euros y en el ejercicio 2005 a 341.314,25 euros.

Teniendo en cuenta los ajustes que se deducen de la fiscalización realizada a los gastos de publicidad registrados exclusivamente por el Ayuntamiento los gastos por vecino que como se ha señalado anteriormente, alcanzaban un importe de 1,51 euros en el ejercicio 2003, 1,69 euros en el ejercicio 2004 y 1,70 euros en el ejercicio 2005, pasarían a ser de 2,00 euros, 2,02 euros y 1,91, respectivamente. Considerando los gastos del Ayuntamiento y sus entidades dependientes, en los tres ejercicios fiscalizados, los ratios de 4,58 euros, 6,69 euros y 7,36 euros, citados en el



apartado II.1.3.2.1. anterior, pasarían a ser de 5,29 euros, 7,01 euros y 7,02 euros, respectivamente.

II.3.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda

El Ayuntamiento en contestación al requerimiento, de los expedientes de contratación que hubieran tenido como finalidad contratos de publicidad y propaganda, realizado como actuación previa al inicio de los trabajos de fiscalización, objeto del presente Informe, certificó la ejecución de dos contratos, los que figuran con los números 1 y 9 del cuadro siguiente. Durante la realización de los trabajos de fiscalización se detectaron siete contratos más.

La denominación, los importes y las fechas de adjudicación de todos los contratos figuran en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

CONTRATOS	Nº	IMPORTE	FECHA ADJUDICACIÓN
Ayuntamiento			
- Servicio de desarrollo del Programa "Plan de comunicación y divulgación del proyecto de peatonalización de la zona centro de Leganés"	1	190.650,00	02/11/2005
- Servicio de desarrollo del programa "Plan de comunicación del proyecto Leganés por el civismo: actividades día de leganés por el civismo", para el año 2004	2	41.101,58	07/09/2004
- Diseño y producción de un spot artístico y publicitario dentro del plan de comunicación y divulgación del proyecto "ciudad digital de Leganés"	3	29.700,00	09/03/2004
- Inserción de anuncios en prensa para el año 2004 y 2005	4	80.000,00 más 41.820,00 de prórroga	24/02/2004
- Suministro de fabricación de materiales de imprenta para la sección de imagen, ejercicio 2003. 2 lotes	5	64.890,00	21/01/2003
- Suministro de fabricación de materiales de imprenta para la sección de imagen, ejercicio 2004. 2 lotes	6	49.816,80	02/03/2004
- Suministro de fabricación de materiales de imprenta para la sección de imagen, ejercicio 2004. Lote 1	7	15.073,20	25/11/2003
- Servicio de megafonía, pegada de carteles y buzoneo. Ejercicios 2004 y 2005	8	70.000,00	24/02/2004
EMSULE, S.A.			
- Asistencia técnica para la Campaña de Comunicación sobre las Actividades y Nuevas promociones de la Empresa Municipal del Suelo de Leganés, S.A.	9	40.860,29	30/03/2004

Las observaciones que resultan del examen de los expedientes de contratación inicialmente entregados por el Ayuntamiento y los que, posteriormente, a requerimiento del equipo auditor fueron facilitados, se exponen a continuación.



- Los criterios de adjudicación de los contratos números 2, 3, 4 y 8, se incluyen en los pliegos de prescripciones técnicas en lugar de consignarlos en los pliegos de cláusulas administrativas particulares, tal y como establece el artículo 86 del TRLCAP.
- La cláusula II del pliego de prescripciones técnicas del contrato número 9 establece que "...el sistema para la determinación del precio del contrato será el previsto en la cláusula 10 de dicho pliego, siendo su importe máximo a efectos de licitación de 30.000 euros". Sin embargo, el pliego de prescripciones técnicas no tiene cláusula 10, ni se establece en ninguna otra el sistema para la determinación del precio.
- En el contrato número 8 no se incorporó el preceptivo informe de insuficiencia, falta de adecuación o conveniencia de no ampliación de los medios con que cuenta la Administración, a que hace referencia el artículo 202 del TRLCAP.
- En el mismo contrato anterior, dividido en dos lotes, el lote correspondiente al servicio de pegada de carteles se adjudica a una empresa cuyo objeto social es el transporte de mercancías, que no guarda relación con el objeto del contrato, "Servicio de megafonía, pegada de carteles y buzoneo", lo que debería haberse tomado en consideración por el Ayuntamiento en el momento de valorar la capacidad y solvencia, a que hacen referencia los artículos 15 y siguientes del TRLCAP.
- Asimismo, dicho lote es objeto de tres modificaciones con posterioridad a su adjudicación, suponiendo un incremento total del 60% del importe de adjudicación. Habiendo sido el precio el único criterio de adjudicación, queda desvirtuado el principio de concurrencia ya que, tanto el objeto del contrato, como el precio licitados resultan radicalmente distintos de los efectivamente realizados.

Por otra parte, del análisis realizado sobre la muestra de justificantes y facturas seleccionadas, se ha comprobado que, en los ejercicios 2003 y 2005, existen facturas de un mismo acreedor, con el mismo objeto, que supondría un fraccionamiento de gasto al que se refiere el artículo 68 del TRLCAP, si bien individualmente no alcanzan el importe para el que se exige la realización de contrato administrativo, agregadamente si requeriría la tramitación de un expediente de contratación. El caso detectado en el 2003 se refiere a inserciones publicitarias en prensa, para las que en ejercicios posteriores sí se procedió a la realización de un contrato administrativo. El del ejercicio 2005 corresponde a tres facturas del mismo acreedor para la publicidad derivada de la celebración de unas jornadas.



II.4. AYUNTAMIENTO DE PARLA

II.4.1. Datos generales

La población del municipio de Parla, según la revisión del Padrón Municipal a 1 de enero, en los tres ejercicios fiscalizados, así como el porcentaje que representa en relación con la población total de la Comunidad de Madrid se recoge en el siguiente cuadro:

POBLACIÓN	1/1/2003	1/1/2004	Varc. % 2003/04	1/1/2005	Varc. % 2004/05	Varc. % 2003/05
Parla	82.766	86.912	5,00	91.024	4,73	9,98
Comunidad de Madrid	5.718.942	5.804.829	1,50	5.964.143	2,74	4,29
Relación % población Ayto / población total CAM	1,45	1,50		1,53		

Los servicios públicos locales del municipio de Parla están gestionados exclusivamente por el Ayuntamiento.

Los Presupuestos Generales, de los ejercicios 2003, 2004 y 2005, han seguido todos los trámites legales para su aprobación por el Pleno, la cual se produjo los días 2 de septiembre de 2003, 21 de febrero de 2004 y 27 de enero de 2005, respectivamente, fuera del plazo señalado, en los artículos 150.2 de la LHL y en el 169.2 del TRLHL, en los tres ejercicios.

Las Cuentas Generales de los ejercicios 2003 y 2004 han sido aprobadas por el Pleno de la Corporación en las sesiones celebradas los días 31 de enero y 13 de junio de 2006, respectivamente, por lo tanto fuera del plazo recogido en los artículos 193.4 de la LHL y 212 del TRLHL. La Cuenta General correspondiente al ejercicio 2005 está pendiente de ser aprobada por el Pleno de la Corporación.

II.4.2. Área contable: Contabilidad presupuestaria y patrimonial

II.4.2.1. Ayuntamiento

Los procedimientos que regulan la actividad del Ayuntamiento están establecidos exclusivamente en las Bases de ejecución del Presupuesto de cada ejercicio, que aprueba el Pleno. En dichas Bases se disponen los trámites que debe seguir la contratación de cualquier gasto o servicio, en concreto se establece con detalle el procedimiento a seguir para la tramitación y aprobación del gasto en el caso de contratos menores. De las pruebas realizadas se deduce que en la mayor parte de los casos no se sigue este procedimiento, por lo que no existe un seguimiento desde que se autoriza un gasto, se recibe el bien o el servicio y se paga, pudiendo existir obligaciones contraídas en el ejercicio sin imputar al presupuesto del ejercicio en que se han contraído, incumpliendo el principio de devengo.

Asimismo, en las Bases de ejecución está establecido que la vinculación de los créditos del capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios es a nivel de capítulo. Los créditos y la



ejecución del Presupuesto de gastos del Ayuntamiento en el subconcepto objeto de análisis, en los tres ejercicios fiscalizados, figuran en el siguiente cuadro.

(Importe en euros)

SUBC. 226.02 PUBLIC. Y PROPAG.	CREDITOS INICIALES (1)	MODIFI- CACIONES (2)	CREDITOS DEFINITIVOS (3)=(1)+/-(2)	OBLIGAC. RECONOC. (4)	% GEG	PAGOS LÍQUIDOS (5)	% GCP	PENDIENTE DE PAGO (6)=(4)-(5)
2003	178.801,10	74.745,21	253.546,31	373.157,93	147%	229.888,66	62%	143.269,27
2004	226.608,80	286.389,06	512.997,86	766.673,52	149%	563.266,20	73%	203.407,32
2005	161.220,00	156.010,12	317.230,12	736.188,27	232%	395.681,28	54%	340.506,99

Como se observa, el grado de ejecución de estos créditos para los tres ejercicios supera el 100%, lo que supone la existencia de remanentes de crédito negativos en este subconcepto, situación aceptable siempre que el gasto conjunto del capítulo II no supere el límite establecido por el crédito definitivo de este capítulo y se ha comprobado que no se supera este límite.

(Importe en euros)

AYUNTAMIENTO	ORN 2003	ORN 2004	ORN 2005	Varc. % 2003/04	Varc. % 2004/05
Subconcepto 226.02 Publicidad y propaganda	373.157,93	766.673,52	736.188,27	105,46	(3,98)
Artículo 22 Material, suministros y otros	18.256.325,25	23.016.210,71	29.182.693,71	26,07	26,79
Total capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios	20.612.170,81	26.150.440,08	32.338.025,71	26,87	23,66
% Publicidad y propaganda/Total Artículo 22	2,04	3,33	2,52		
% Publicidad y propaganda/Total capítulo II	1,81	2,93	2,28		

Como se observa hay un fuerte crecimiento del gasto en el ejercicio 2004 respecto al 2003, que se debe a un cambio de criterio en la imputación de la publicidad que inicialmente se imputaba a gastos diversos en las distintas áreas del Ayuntamiento y a partir de 2004 se imputa al concepto de publicidad y propaganda. Además, en este ejercicio se ponen en marcha una pluralidad de campañas publicitarias de duración plurianual como el Foro ciudadano, el Hospital de Parla, campaña de vivienda para Jóvenes, etc.

Considerando los gastos en publicidad que figuran en el cuadro anterior y la población de los tres ejercicios, el gasto por vecino que se ha producido en el municipio ha sido de 4,51 euros, 8,82 euros y 8,09 euros, respectivamente.

En los ejercicios 2003 y 2004 no existe coincidencia, entre los cargos realizados en la contabilidad financiera y los importes imputados en la contabilidad presupuestaria. Durante el ejercicio 2003, se ha registrado un mayor importe en la cuenta financiera, ya que, además de las obligaciones reconocidas como "Publicidad y propaganda" se han imputado una parte de las obligaciones reconocidas por "Atenciones protocolarias". Sin embargo, en el ejercicio 2004 las obligaciones



reconocidas en el concepto de publicidad y propaganda se han contabilizado fundamentalmente en la cuenta financiera de Cánones.

Respecto a la naturaleza de los gastos imputados, se deben por una parte a los derivados de inserciones publicitarias en boletines oficiales, que han alcanzado en los ejercicios 2003, 2004 y 2005 unos importes de 137.149,71 euros, 110.323,32 euros y 167.203,74 euros, lo que ha representado respectivamente, un 36,75%, un 14,39% y un 22,71%, del total del gasto en dicho subconcepto. El resto de gastos de publicidad, tales como el suministro de folletos, las inserciones en prensa, carteles, realización de campañas publicitarias, etc., han alcanzado en los tres ejercicios 236.008,22 euros, 656.350,20 euros y 568.984,53 euros, respectivamente.

Del análisis de la muestra seleccionada para comprobar la correcta imputación de los gastos de Publicidad y propaganda se deducen las siguientes incidencias.

- Existen gastos del ejercicio precedente que se reconocen y se aprueban mediante el procedimiento de reconocimiento extrajudicial de créditos contemplado en el artículo 60.2 del RD 500/1990, de 20 de abril, a través del Pleno de la Corporación. Dicha actuación debería ser excepcional ya que modifica los resultados reales del ejercicio correspondiente. El 18% de la muestra de 2003 son gastos devengados en el ejercicio anterior. El 14% de la muestra analizada en 2004 corresponde a gastos devengados en 2003 y el 14,16% de la muestra analizada en 2005 se compone de facturas o servicios del ejercicio anterior.
- No tienen la naturaleza de publicidad las obligaciones reconocidas en el ejercicio 2003 y 2004 derivadas de gastos relativos a catering, comidas, taxis, mensajería, etc. cuyos importes ascienden a 75.933,70 euros y a 133.293,07 euros, respectivamente.
- Por otra parte, de la revisión de una muestra de gastos imputados a otros conceptos del capítulo II Gastos en bienes corrientes y servicios, distintos de publicidad y propaganda se han detectado gastos por campañas publicitarias, folletos, diseño y realización de catálogos, carteles, etc. cuyo importe total asciende a 40.929,12* euros, 48.392,86* euros y 20.326,90 euros, en los ejercicios 2003, 2004 y 2005, respectivamente.

II.4.2.2. Ajustes e indicadores

En el siguiente cuadro se concretan en síntesis los importes registrados por el Ayuntamiento de Parla y los ajustes que se han deducido de la fiscalización realizada sobre los gastos de Publicidad y propaganda en los ejercicios 2003, 2004 y 2005.

* Importe modificado en función de las Alegaciones formuladas por el Ayuntamiento.



AYUNTAMIENTO DE PARLA	2003	2004	2005	TOTAL
Saldo a 31/12 en 226.02	373.157,93	766.673,52	736.188,27	1.876.019,72
Gastos no registrados en 226.02	40.929,12	48.392,86	20.326,90	109.648,88
Gastos en 226.02 no Publicidad	(75.933,70)	(133.293,07)	-	(209.226,77)
Gtos de Publicidad Ajustados Parla	338.153,35	681.773,31	756.515,17	1.776.441,83

Considerando los ajustes realizados a los registrados por el Ayuntamiento, en los tres ejercicios fiscalizados los ratios de 4,51 euros, 8,82 euros y 8,09 euros, que se han señalado anteriormente, pasarían a ser de 4,09 euros, 7,84 euros y 8,31 euros, respectivamente.

II.4.3. Área jurídica: Contratación de servicios de publicidad y propaganda

El Ayuntamiento ha comunicado, en contestación al requerimiento de esta Cámara, realizado como actuación previa al inicio de los trabajos de fiscalización, que no se habían celebrado contratos que tuvieran como objeto la prestación de servicios o suministros de publicidad y propaganda durante el periodo 2003-2005. Sin embargo, en el curso de los trabajos, el equipo fiscalizador ha detectado justificantes que soportan gastos de cuantía superior a la establecida en el artículo 201 del TRLCAP, sin la preceptiva tramitación del expediente de contratación, lo que supone que debiera haberse realizado la correspondiente contratación. A continuación se recogen en el siguiente cuadro los conceptos de gasto, así como el importe y el ejercicio de imputación contable.

OBJETO DEL GASTO	IMPORTE	EJERCICIO CONTABLE
- Folletos "Parla en Vivo". Octubre a Diciembre 2003. Reconocimiento de deuda por el Pleno de 15/07/2004	14.306,26	2004
- Folletos "Parla en Vivo" (50.000) abril/mayo/junio/04, Fra nº 23/2004	18.946,26	2004
- 30.000 Folletos de "Parla en Vivo", meses de enero/ Febrero/Marzo 2004. Fact. 6/2004	14.306,26	2004
- Realización de 50.000 Uds. de Folleto " En Vivo" incluyendo: Diseño, Maquetación, Fotomecánica, etc.	21.851,72	2004
- Servicios prestados en acto "Foro Ciudadano" el día 22/02/04. Fra nº 62/2004	16.520,17	2004
- 50.000 Folletos En Vivo" edición Enero/05, incluyendo diseño, maquetación, impresión y encuadernación.	21.851,72	2005
- 50.000 Folletos "En Vivo" edición abril/mayo/junio/05	21.851,72	2005
- 50.000 Folletos "En Vivo" edición junio/julio/agosto/2005	21.851,72	2005
- 50.000 Folletos "En Vivo" edición octubre/noviembre/diciembre/2005	21.851,72	2005
- Diseño y maquetación libro "Un tiempo de progreso"	31.307,12	2005
- Placas impresas serigrafadas. Reconocimiento de deuda por el Pleno de 15/07/04 (1)	19.200,00	2004

(1) El Ayuntamiento lo registra en el subconcepto de Publicidad y propaganda si bien, no se puede considerar como tal, dada la naturaleza del gasto.



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

Asimismo, la falta de contratación ha supuesto que, no se ha realizado la preceptiva tramitación del expediente a que hace referencia el artículo 67 del TRLCAP, ni se ha procedido a su formalización, contraviniendo lo establecido en el artículo 54 del TRLCAP.

Por otra parte, se han observado fraccionamientos del objeto del gasto al que alude el artículo 68 del TRLCAP, dado que por el mismo acreedor se emiten facturas con el mismo concepto de gasto, en unos casos de igual cuantía y pago periódico y en otros, correlativas o no, que agregadamente superarían el importe de 12.020,24 euros.

Además de las observaciones indicadas anteriormente es necesario señalar que la Intervención municipal ha manifestado en diversas ocasiones que "no hay constancia en esta Intervención de la existencia de contrato de suministro por los bienes facturados" o que "no se ha seguido el correspondiente procedimiento licitatorio para la adjudicación de este contrato".

Por otra parte, se han detectado discrepancias en la consignación de los datos de las facturas al observarse que el NIF de una de las empresas adjudicatarias no se corresponde con su denominación social sino que corresponde a otra empresa con la que comparte órganos societarios pero cuyo objeto social, nada tiene que ver con el objeto del gasto.



III.- CONCLUSIONES

III.1. Alcobendas

Los gastos registrados por el Ayuntamiento en los ejercicios fiscalizados ascendieron a un total de 987.198,76 euros, de los cuales se ha comprobado que más de la mitad de dicho importe corresponde a inserciones de anuncios en publicaciones oficiales. (Apartado II.1.2.1.)

Los tres OOAALL dependientes del Ayuntamiento no contabilizan como gastos de Publicidad y propaganda las inserciones en publicaciones oficiales a diferencia del propio Ayuntamiento y del resto de entidades fiscalizadas. (Apartado II.1.2.2.)

De las revisiones practicadas siguiendo los procedimientos de auditoría, se ha deducido que el Ayuntamiento tiene contabilizados como de publicidad, en los tres ejercicios fiscalizados, gastos que no tienen tal naturaleza por un importe total de al menos 39.772,75 euros y asimismo, no están registrados como gastos de publicidad un importe global de al menos 669.161,40 euros. (Apartado II.1.2.1.)

De los OAAA dependientes del Ayuntamiento, el Patronato Sociocultural es el que registra mayor volumen de gastos en Publicidad y propaganda en los tres ejercicios fiscalizados con un importe agregado de 523.726,27 euros, si bien, dicho Organismo no ha imputado a la cuenta correspondiente gastos de naturaleza publicitaria por un importe de al menos 1.147.612,82 euros, ya que el criterio del Patronato es registrar como Publicidad, los gastos en determinados soportes publicitarios. En cuanto a los otros dos OAAA dependientes, Patronato Municipal de Deportes y Patronato de Salud e Integración Social el importe de los gastos de Publicidad y propaganda, en los tres ejercicios fiscalizados, han ascendido a un total de 29.737,91 euros en el primero y de 18.336,76 euros en el segundo, habiéndose detectado la existencia de gastos de publicidad no registrados como tales por un importe de al menos 20.801,96 euros en ambos OAAA. (Apartado II.1.2.2.)

Se han fiscalizado expedientes de contratación, tanto del Ayuntamiento (uno) como de los OAAA dependientes (cuatro) que si bien, no se han registrado como de Publicidad y propaganda, se ha considerado que forman parte del ámbito objetivo de esta fiscalización. De las comprobaciones realizadas de los mismos han resultado diversas incidencias derivadas de la falta de cumplimiento de lo establecido en diversos artículos del TRLCAP. (Apartado II.1.3.)

III.2. Collado Villalba

Los gastos contabilizados en Publicidad y propaganda en los tres ejercicios fiscalizados han ascendido a un importe total de 1.064.142,77 euros. No obstante de las comprobaciones efectuadas se ha deducido que justificantes por importes de al menos 80.556,28 euros de la misma naturaleza, no se han imputado a este concepto. (Apartado II.2.2.1.)



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

Una parte de los gastos de publicidad y propaganda se aprueban por el procedimiento del reconocimiento extrajudicial de créditos recogido en el art. 60.2 del R.D 500/90. La utilización de este procedimiento supone una excepción al principio del devengo. (Apartado II.2.2.1.)

Asimismo, se ha comprobado la existencia de justificantes referidos al mismo concepto de gasto y relativos a un mismo acreedor que agregadamente suponen un importe de cuantía superior a la cifra que establece el artículo 201 del TRLCAP, como límite para la celebración de contratos menores, vulnerando por lo tanto el artículo 68 de la citada norma. No obstante lo anterior, el Ayuntamiento ha incrementado las contrataciones ligadas a los conceptos publicitarios en los ejercicios 2004 y 2005. (Apartado II.2.3.)

III.3. Leganés

Los gastos contabilizados en Publicidad y propaganda por el Ayuntamiento en los tres ejercicios fiscalizados han ascendido a un importe total de 877.981,37 euros. No obstante de las comprobaciones efectuadas se ha deducido que justificantes por importes de al menos 183.245,58 euros de la misma naturaleza, no se han imputado a este concepto. (Apartado II.3.2.1.)

La actividad que desarrolla la Sociedad Legacom Comunicación, S.A., dependiente del Ayuntamiento es la gestión del servicio público del Ayuntamiento, referente a la información, radiodifusión, televisión, edición y comunicación, por lo que a diferencia del análisis realizado en el resto de entidades fiscalizadas se han considerado gastos de Publicidad y propaganda, no solo los registrados en la cuenta "Publicidad, propaganda y relaciones públicas" sino también los imputados a la de "Trabajos realizados por otras empresas". Por otro lado, no existen procedimientos escritos que determinen quien autoriza las actividades realizadas por parte de la sociedad. (Apartado II.3.2.2.)

El gasto total en Publicidad y propaganda realizado por Legacom Comunicación, S.A., considerando las dos cuentas señaladas en la conclusión anterior ascienden en los ejercicios fiscalizados a un importe de 2.099.580,50 euros. No obstante, como resultado de las comprobaciones efectuadas, al importe anterior habría que agregarle al menos 102.018,14 euros, por gastos que tendrían la naturaleza publicitaria, y habría que reducirlos en al menos 18.455,29 euros de gastos que no tendrían tal naturaleza. (Apartado II.3.2.2.)

Los recursos de la Sociedad Legacom Comunicación, S.A., en los tres ejercicios fiscalizados, son fundamentalmente, los que ha recibido del Ayuntamiento que han ascendido a un importe de 2.390.976,68 euros. (Apartado II.3.2.2.)

El gasto total en Publicidad y propaganda realizado por la sociedad Empresa Municipal del Suelo de Leganés, S.A. (EMSULE), en los tres ejercicios fiscalizados, ha alcanzado un importe de



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

522.611,77 euros. De los análisis realizados se ha deducido que 144.064,49 euros no se corresponden con gasto de publicidad. (Apartado II.3.2.2.)

El Ayuntamiento envió inicialmente dos contratos relacionados con publicidad y propaganda en los tres ejercicios fiscalizados, sin embargo de los análisis de fiscalización realizados se ha deducido la existencia de siete más. (Apartado II.3.3.)

De las comprobaciones de los expedientes de contratación han resultado diversas incidencias derivadas de la falta de cumplimiento de lo establecido en diversos artículos del TRLCAP. Asimismo, se ha verificado la existencia de justificantes de un mismo acreedor, con el mismo objeto de gasto, que agregadamente supondrían un fraccionamiento del objeto del contrato al que se refiere el artículo 68 del TRLCAP. (Apartado II.3.3.)

III.4. Parla

Las Bases de ejecución del Presupuesto de los tres ejercicios fiscalizados, son las que establecen los procedimientos en la gestión y control de todos los gastos, así como en los de Publicidad y propaganda. Las mismas regulan, entre otros, los trámites a seguir en la contratación de cualquier gasto o servicio y la vinculación de los créditos. De las pruebas realizadas se ha deducido que en la mayor parte de los casos no se siguen los procedimientos señalados para la compra de bienes y prestación de servicios. (Apartado II.4.2.1.)

El Ayuntamiento ha registrado como gastos en Publicidad y propaganda en los tres ejercicios fiscalizados un importe total de 1.876.019,72 euros, no obstante hay que señalar que la Cuenta General correspondiente al ejercicio 2005 está pendiente de aprobación por el Pleno de la Corporación. De las comprobaciones efectuadas se ha deducido que existen justificantes de naturaleza publicitaria cuyo importe total asciende, al menos, a 109.648,88 euros que no se han imputado al concepto de publicidad. Por otra parte, han sido contabilizados como gastos de publicidad gastos que no tienen tal naturaleza en los ejercicios 2003 y 2004, por importe total de, al menos, 209.226,77 euros. (Apartado II.4.2.1.)

Una parte de los gastos de publicidad y propaganda se aprueban por el procedimiento del reconocimiento extrajudicial de créditos recogido en el art. 60.2 del R.D 500/90. La utilización de este procedimiento supone una excepción al principio del devengo. (Apartado II.4.2.1.)

De las revisiones efectuadas se ha comprobado que el Ayuntamiento no ha promovido la realización de ningún expediente de contratación relacionado con Gastos de publicidad y propaganda, vulnerando el artículo 67 del TRLCAP, a pesar de haber sido detectada la existencia de justificantes que individualmente superan el límite establecido en el artículo 201 de la citada norma. Además, existen justificantes del mismo acreedor y el mismo concepto de gasto en los que ha existido fraccionamiento del objeto del contrato al que hace referencia el artículo 68 del TRLCAP. (Apartado II.4.3.)



Cámara de Cuentas
Comunidad de Madrid

IV.- RECOMENDACIONES

1. Se considera necesario que mediante los análisis y estudios oportunos, se prevean los eventos que tienen carácter obligatorio, como son los cumplimientos fiscales, y aquellos otros que presumiblemente se puedan presentar o se consideren oportunos, a fin de que los Presupuestos de los Ayuntamientos y en su caso, de las entidades dependientes, recojan los créditos necesarios, y se inicien, con la anticipación suficiente, los expedientes de contratación vinculados con aquellos.
2. Los Ayuntamientos, deberían implantar Procedimientos escritos con el fin de que estén establecidos los trámites que garanticen la fiabilidad y control de los gastos realizados, en cuanto a que esté suficientemente acreditada su autorización, la imputación a los conceptos y cuentas sea la correcta y su registro en la contabilidad se realice en el ejercicio en el que se ha efectuado el gasto correspondiente.