

### 3. Otras disposiciones

#### CONSEJO DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE DATOS DE ANDALUCÍA

*Resolución de 8 de febrero de 2018, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía, por la que se aprueba el Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2018.*

La Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía (en adelante, LTPA), crea, en su artículo 43, el Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía (en adelante, el Consejo) como autoridad independiente de control en materia de protección de datos y de transparencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En el título II de la mencionada ley se regula la publicidad activa, que consiste, básicamente, en la publicación, de forma periódica, veraz, objetiva y actualizada, por parte de los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación de la norma, de información pública cuyo conocimiento sea relevante para garantizar la transparencia de su actividad. Información que debe estar disponible en los correspondientes portales, sedes electrónicas o páginas web de dichos sujetos obligados.

Entre las funciones de la Dirección del Consejo, previstas en el artículo 48 de la citada LTPA, se encuentra la de ejercer el control de la publicidad activa en los términos previstos en el artículo 23 de la misma. Dicho artículo establece que, sin perjuicio del control interno que establezca cada entidad o Administración de acuerdo con sus propias normas organizativas, el Consejo podrá efectuar, por iniciativa propia o como consecuencia de denuncia, requerimientos para la subsanación de los incumplimientos que pudieran producirse de las obligaciones de publicidad activa por parte de los sujetos obligados a realizar la misma.

Así, un primer control de la publicidad activa es el establecido internamente por los propios sujetos obligados; asimismo la ciudadanía puede hacer efectivo ese control a través de las denuncias ante el Consejo; y finalmente éste, por iniciativa propia, puede requerir la subsanación de los incumplimientos que puedan producirse. Consecuencia de todas estas acciones son tanto el control de la transparencia como el fomento de la misma.

Con objeto de enmarcar adecuadamente las actuaciones que, a iniciativa propia, pueda realizar el Consejo para el control de la publicidad activa, se ha incluido, dentro del Plan de Actuación Bienal del Consejo 2017-2018, la realización de un Plan Anual de Control e Inspección sobre Publicidad Activa en el año 2018.

Este Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa del año 2018, que se estructura en 4 líneas básicas, incluye dentro de su ámbito a la mayor parte de los grupos de sujetos obligados por la normativa a través de una muestra de cada uno de ellos que ha de seleccionarse con criterios objetivos y específicos, e incide en la verificación del cumplimiento de aspectos concretos del catálogo de obligaciones de publicidad activa.

Además del impulso a la transparencia que puede suponer la puesta en marcha del Plan, al evidenciarse la voluntad de la autoridad de control de poner en marcha medidas para el control de la publicidad activa, y de los requerimientos concretos que puedan realizarse para la subsanación de los incumplimientos detectados, el Plan tiene un tercer objetivo en aras de la mejora de la transparencia, como es, con base en los resultados del mismo, la elaboración de directrices o recomendaciones de tipo general para los sujetos obligados, más allá de los que resulten directamente afectados por la realización de las correspondientes actuaciones.

El Plan ha sido sometido a la consideración de la Comisión Consultiva de la Transparencia y la Protección de Datos en sesión celebrada el 29 de enero de 2018, habiéndose tenido en cuenta, para su redacción definitiva, distintas sugerencias realizadas en el seno de dicha mencionada Comisión.

Por todo lo expuesto, esta Dirección, en uso de las atribuciones que le confiere el artículo 10, 1, letras a) y b) del Decreto 434/2015, de 29 de septiembre, por la que se aprueban los Estatutos del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía,

### R E S U E L V E

Primero. Aprobación y vigencia del Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2018.

Se aprueba el Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2018, cuyo contenido se incluye como Anexo a la presente resolución.

La vigencia del Plan será desde su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía hasta el 31 de diciembre de 2018, si bien en sucesivos Planes se podrán prorrogar o complementar líneas de actuación incluidas en el mismo.

Segundo. Planificación y desarrollo del Plan.

1. Para el adecuado desarrollo de cada una de las líneas de actuación del Plan, se elaborará un protocolo en el que se describan los objetivos generales y detallados de las mismas, los criterios para la selección de las entidades directamente afectadas, la metodología a emplear para su desarrollo y el calendario previsto para su realización.

2. Si como consecuencia de la ejecución del Plan se detectaran posibles incumplimientos de la normativa de transparencia en materia de publicidad activa, se iniciarán los correspondientes procedimientos para determinar si ha lugar a que, en virtud de lo establecido en el artículo 23 LTPA, el Consejo realice requerimientos de subsanación de los mencionados incumplimientos.

Tercero. Seguimiento del Plan.

1. Con carácter trimestral, el Área de Transparencia elevará a la Dirección del Consejo un informe en relación con el desarrollo del Plan, en el que se resuman las actuaciones realizadas y las posibles incidencias que afecten a su realización.

2. Finalizado el Plan se procederá igualmente a elevar un informe donde consten los resultados por cada una de las líneas de actuación y que incluya posibles propuestas para incluir en planes posteriores, con base en la información y las conclusiones obtenidas.

3. Teniendo en cuenta los resultados del Plan y de los procedimientos que pudieran haberse iniciado como consecuencia del mismo, la Dirección del Consejo podrá difundir recomendaciones de carácter general para el mejor cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa, así como, en su caso, en virtud del artículo 48.1.c) LTPA, podrá adoptar criterios de interpretación uniforme en relación con las mismas.

Cuarto. Colaboración de los sujetos obligados a la publicidad activa.

El Consejo, en su condición de autoridad de control en materia de transparencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, y con base en la potestad de investigación que establece el art. 16.5 del Decreto 434/2015, de 29 de septiembre, por el que se aprueban los Estatutos del Consejo, podrá solicitar la colaboración de los sujetos obligados al cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa a los efectos de que aporte cualquier información o documentación que les sea requerida para el desarrollo y cumplimiento del Plan.

Quinto. Publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Se ordena la remisión de la presente resolución al Boletín Oficial de la Junta de Andalucía para su publicación.

Sevilla, 8 de febrero de 2018.- El Director, Manuel Medina Guerrero.

00129886

**A N E X O****PLAN DE CONTROL E INSPECCIÓN SOBRE PUBLICIDAD ACTIVA DE 2018**

El Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2018 consta de las siguientes líneas:

Línea 1. Verificación del cumplimiento del artículo 13.1.e) de la LTPA en relación con disposiciones publicadas en boletín oficial estableciendo periodo de información pública.

**Descripción:**

A partir de la publicación en boletín oficial de una disposición que, conforme a la legislación sectorial vigente, someta a documentos a un periodo de información pública, la línea de actuación pretende comprobar que, de acuerdo con el artículo 13.1.e) de la LTPA, dicha documentación está igualmente disponible a través de la sede electrónica, portal o página web de la entidad competente, en las condiciones requeridas por el artículo 9.4 de la mencionada LTPA.

**Ámbito:**

Esta actuación afectará a una muestra de aquellas entidades de la Administración de la Junta de Andalucía y Entidades Locales que publiquen en boletín oficial sus anuncios de apertura de periodos de información pública.

Línea 2. Aproximación al cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa entre los sujetos obligados por percepción de subvenciones por importe superior a 100.000 euros.

**Descripción:**

El artículo 5 (Otros sujetos obligados) de la LTPA determina, entre otras, un conjunto de entidades y organizaciones que deberán estar sujetos a las obligaciones de transparencia establecidas en la legislación básica. En particular, establece que deberán estarlo las corporaciones, asociaciones, instituciones, entidades representativas de intereses colectivos y otras entidades que perciban durante el periodo de un año ayudas o subvenciones públicas en cuantía superior a 100.000 euros.

Esta línea de actuación pretende llevar a cabo una primera aproximación para la identificación de dichos sujetos obligados y la comprobación, para una muestra de los mismos, de la existencia en sus sedes electrónicas, portales o páginas web de información correspondiente a sus obligaciones de publicidad activa.

**Ámbito:**

Esta actuación afectará a una muestra de aquellas entidades u organizaciones que en el año 2017 hayan sido beneficiarios de subvenciones de la Junta de Andalucía por un importe superior a 100.000 euros (exceptuando aquellas que ya estén específicamente identificadas como sujetos obligados en la normativa de transparencia).

Línea 3. Cumplimiento de obligaciones de publicidad activa entre corporaciones de derecho público andaluzas y entidades asimilables en lo relativo a sus actividades sujetas al derecho administrativo.

**Descripción:**

El artículo 3.1.h) de la LTPA incluye en el ámbito subjetivo de aplicación de dicha ley a «las corporaciones de derecho público andaluzas y entidades asimilables, como federaciones y clubes deportivos, en lo relativo a sus actividades sujetas al Derecho administrativo». Es una particularidad de la legislación sobre transparencia autonómica la referencia explícita a las federaciones y clubes deportivos, de modo que esta línea de actuación busca comprobar el cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa de este tipo de entidades en lo que se refiere, como indica el mencionado artículo 3.1.h), a sus actividades sujetas al derecho administrativo y atendiendo, fundamentalmente, a

lo dispuesto en la Ley 5/2016, de 19 de julio, del Deporte de Andalucía, así como en el Decreto 7/2000, de 24 de enero, de Entidades Deportivas Andaluzas.

Ámbito:

Una muestra de las federaciones deportivas andaluzas, teniendo en cuenta su implantación y número de licencias.

Línea 4. Cumplimiento de obligaciones de publicidad activa por parte de las universidades públicas andaluzas en relación con la información institucional y administrativa de sus entes instrumentales.

Descripción:

El artículo 3.1.f) de la LTPA incluye en el ámbito subjetivo de aplicación de dicha ley a «las universidades públicas andaluzas y sus entidades instrumentales, como pueden ser las sociedades mercantiles de capital mayoritario de las universidades y las fundaciones públicas universitarias»; además, el artículo 10 de la citada norma, exige a los sujetos obligados la publicación de su información institucional y organizativa.

La línea de actuación pretende verificar este aspecto de la normativa en relación con la publicación de información por parte de las Universidades Públicas de Andalucía sobre los entes instrumentales adscritos a las mismas.

Ámbito:

Todas las Universidades Públicas de Andalucía.