



Junta de Gobierno

EL AYUNTAMIENTO PROMUEVE UNA ORDENANZA DE TRANSPARENCIA QUE SITUARÁ AL MUNICIPIO EN PRIMERA LÍNEA DE INFORMACIÓN A LA CIUDADANÍA

Málaga será la primera ciudad española en aplicar el MESTA, desarrollado por el Consejo de Transparencia de España y AEVAL, que evalúa el cumplimiento de la Ley, y la calidad de la transparencia con indicadores voluntarios

24/11/2017.- La Junta de Gobierno Local ha aprobado el proyecto de Ordenanza de Transparencia del Ayuntamiento de Málaga, dando así cumplimiento lo establecido en la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno de carácter estatal y a la Ley de Transparencia Pública de Andalucía.

El Ayuntamiento asume que la transparencia, como parte del Gobierno Abierto, es un principio fundamental en la gobernanza pública de los estados modernos, junto a la colaboración, la participación y la rendición de cuentas a la ciudadanía.

Por ello, incluso antes de ser aprobadas las leyes estatal y autonómica, se venía practicando esta transparencia publicando en la web municipal desde el año 2012 informaciones de publicidad activa.

El texto incluye los principios de necesidad y eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficacia, y es la primera norma municipal que se ha sometido a la fase de consulta ciudadana, estableciendo una fórmula innovadora de la participación de la ciudadanía en la producción normativa institucional.

La ordenanza obligará a todos los entes dependientes del Ayuntamiento, así como a los adjudicatarios de contratos y beneficiarios de subvenciones municipales, rindiendo de este modo cuentas a la ciudadanía del uso dado al conjunto de los presupuestos municipales.

Además, con este texto, el Ayuntamiento va más allá de lo exigido en la normativa estatal y autonómica, y se obliga a que sean objeto de publicidad activa la relación anual de regalos y obsequios recibidos por cualquier cargo, directivo o empleado; la relación inventariada de los vehículos de titularidad municipal (incluyendo los kilómetros recorridos); las indemnizaciones por razón del servicio o gastos de viajes oficiales realizados por el alcalde y los concejales; la agenda institucional del alcalde y los concejales; el Plan Anual Normativo; los anteproyectos de normas sometidas a consulta ciudadana y los servicios



municipales sobre los que se ofrece una información singular, en atención a la especial afección a la ciudadanía.

La Junta de Gobierno también ha aprobado el catálogo de Publicidad Activa del Ayuntamiento de Málaga, en el que, señalando lo recogido en los artículos 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 23 y 24 de la Ordenanza de Transparencia, se especifica que información ha de darse a conocer a la ciudadanía, con que periodicidad y quien son los entes u organismos responsables de hacerlo.

Esta información es la referida a la institución, su organización, planificación y personal; la publicidad de los plenos municipales; la transparencia del funcionamiento de la Junta de Gobierno Local; información sobre los titulares de los órganos superiores y directivos, así como del personal eventual y la personas que ejercen la máxima responsabilidad de las entidades dependientes; información de relevancia jurídica y patrimonial; información sobre contratación, convenios y subvenciones y transparencia en los procedimientos negociados sin publicidad; información económica, financiera y presupuestaria; información sobre servicios, procedimientos y participación ciudadana; e información medioambiental, urbanística y en materia de vivienda.

MEDICIÓN PARA ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Por último, ha Junta de Gobierno ha acordado la aceptación de la cesión gratuita por el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno de España de la Metodología de Evaluación de la Transparencia en la Administración (MESTA). Esta herramienta será la que utilizará el Ayuntamiento para autoevaluarse y que determinará si se están cumpliendo correctamente las obligaciones que conlleva la aplicación de la legislación de transparencia.

Resultado de su aplicación será un informe anual sobre transparencia que se elevará al Consejo de Transparencia y Buen Gobierno de España y al Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía, que deben rendir cuentas tanto al parlamento nacional como al autonómico.

Este informe posibilitará al Ayuntamiento constatar la implementación de la publicidad activa y del derecho de acceso a la información pública (pilares de la transparencia en España) a través de una técnica avalada por la AEVAL (Agencia de Evaluación de las Políticas Públicas) y el propio Consejo de Transparencia.

PROMOCIÓN DE LA CIUDAD

La Junta de Gobierno Local ha dado aprobado hoy un protocolo de colaboración con el turoperador Typically Spain a fin de proyectar la imagen de Málaga como destino experiencial, ofreciendo viajes a la medida del viajero. Gracias a este acuerdo, alcanzado en la pasada edición de la World Travel Market (WTM) de Londres, Málaga entrará por primera vez en el catálogo de este operador cultural, el único del Reino Unido que está dedicado íntegramente a España.

Este catálogo, del que se editarán más de 40.000 copias, se distribuirá en las más de 2.500 agencias de viajes independientes con las que trabaja Typically



Spain. Málaga contará con dos páginas en el catálogo para describir la oferta turística de la ciudad, junto con los hoteles Molina Lario, Vincci Posada del Patio, Palacete de Álamos, Atarazanas y Parador de Gibralfaro. Además, la compañía también enviará un boletín a sus asociados y 500 carteles de Málaga que serán distribuidos en diversas ciudades del Reino Unido.

Finalmente, el acuerdo de colaboración permitirá la organización de dos viajes de familiarización para los mejores vendedores del turoperador y la puesta en marcha de seminarios de formación para el equipo de Typically Spain y los mejores vendedores de Birmingham, Manchester y Londres.

Igualmente, la Junta de Gobierno Local ha dado su visto bueno al protocolo de colaboración con Barrhead Travel, el principal turoperador minorista de Escocia, con el fin de promocionar la oferta turística de la ciudad en este país.

Este acuerdo responde a una visión estratégica muy clara por parte del Área de Turismo, ya que Barrhead Travel tiene un amplio canal de comercialización y una clientela de alto poder adquisitivo, además de contar ya con contratos con tarifas negociadas para estancias de varios días en Málaga.

El acuerdo contempla un amplio programa de acciones promocionales, entre las que destaca la celebración de una presentación de la oferta turística del destino para una docena de periodistas y bloggers. Este acto se celebrará el próximo mes de febrero en Glasgow.

Igualmente, la compañía se compromete a organizar un viaje de familiarización para periodistas y a poner en marcha una campaña de comunicación en los periódicos Sunday Mail, Daily Mail, Daily Record, Newcastle Chronicle y Sottish Press, la revista Discover y la emisora de radio Smooth.

Además, se pondrá en marcha un *microsite* específico dedicado a la oferta turística del destino y se enviará una *newsletter* a modo de boletín electrónico. Finalmente, la oferta turística de Málaga protagonizará también una campaña en las redes sociales de la compañía y en el blog oficial de Barrhead Travel.