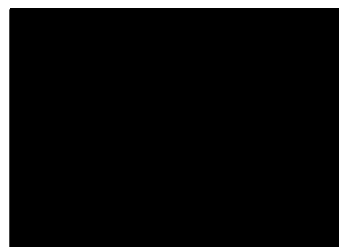
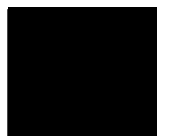


**CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA CONSEJERÍA DE SALUD DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA Y LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL) EN MATERIA DE CONTROL DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**



En Sevilla, a 20 de diciembre de 2018

## REUNIDOS

De una parte, la Excm. Sra. D<sup>a</sup>. Marina Álvarez Benito, Consejera de Salud en funciones de la Junta de Andalucía, en virtud del nombramiento realizado por Decreto de la Presidenta 15/2017, de 8 de junio (BOJA Extraordinario núm. 3, de 9 de junio de 2017), actuando en nombre y representación de la Consejería de Salud, de acuerdo con los artículos 26.1 y 26.2.i) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía.

De otra parte, D. José Domingo Gómez Castallo, con D.N.I. número 51.622.456-Z, en representación de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en adelante, AUTOCONTROL), con CIF número G-81234247, inscrita en el Registro de Asociaciones del Ministerio del Interior con el número nacional 147584, y con domicilio en la calle Príncipe de Vergara, 109, 5<sup>o</sup> y 6<sup>o</sup>, de Madrid, que actúa de conformidad con las funciones propia de su cargo de Director General, adoptado por Acuerdo de 7 de julio de 2018 de la Junta Directiva, conforme se acredita mediante escritura de elevación a público de acuerdos adoptados por la Junta Directiva, protocolizada ante el Notario de Madrid D. Juan-José de Palacio Rodríguez, de acuerdo con su protocolo N.º 3.423.

Ambas partes se reconocen capacidad legal suficiente para suscribir el presente Convenio y, a tal efecto, en el ejercicio de las atribuciones que les están conferidas,

## EXPONEN

1.- Que la Consejería de Salud es el órgano de la Administración de la Comunidad Autónoma de Andalucía al que le corresponde ejercer, de acuerdo al artículo 55.1 de la Ley Orgánica 2/2007, también tiene las competencias exclusivas sobre organización, funcionamiento interno, evaluación, inspección y control de centros, servicios y establecimientos sanitarios, así como la ordenación farmacéutica. Además de las competencias ya citadas, la Consejería de Salud, tiene las competencias en políticas de consumo, de conformidad con el Decreto 208/2015, de 14 de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Salud y del Servicio Andaluz de Salud, que tiene atribuidas en virtud de lo establecido en el

artículo 58.2.4º del Estatuto de Autonomía para Andalucía, según el cual la Comunidad Autónoma de Andalucía asume competencias exclusivas de acuerdo con las bases y la ordenación de la actuación económica general, y en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.11.ª y 13.ª de la Constitución, sobre la defensa de los derechos de los consumidores, la regulación de los procedimientos de mediación, información y educación en el consumo y la aplicación de reclamaciones.

2.- El Decreto 208/2015, de 14 de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Salud y del Servicio Andaluz de Salud, atribuye, en su artículo 1, a la Consejería de Salud, las competencias relacionadas con las políticas de la Junta de Andalucía en materia de salud y consumo. Según el artículo 5, compete a la persona titular de la Secretaría General de Salud Pública y Consumo, entre otras, las funciones de impulso, dirección, supervisión y control de las políticas de consumo de la Junta de Andalucía y de las políticas de protección, promoción y defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias, en el marco de competencias atribuido a la Consejería. De la Secretaría General de Salud Pública y Consumo dependen directamente la Dirección General de Salud Pública y Ordenación Farmacéutica y la Dirección General de Consumo.

Por su parte, el artículo 7.2 del citado Decreto 208/2015, de 14 de julio, establece que corresponde la persona titular de la Secretaría General Técnica, la dirección y coordinación de la Inspección de Servicios Sanitarios de la Junta de Andalucía, la cual se rige por su Reglamento de Ordenación, aprobado por Decreto 224/2005, de 18 de octubre.

A la persona titular de la Dirección General de Consumo le corresponden, entre otras, las funciones de promoción y defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, la planificación, propuesta de ordenación y coordinación de las actividades de control e inspección de los bienes de consumo, el ejercicio de la potestad sancionadora en materia de infracciones de consumo, la planificación de las actuaciones de fomento y divulgación, así como la elaboración y ejecución de convenios y programas de cooperación con otros organismos e instituciones en materia de consumo, incluidas la regulación de los procedimientos de reclamación y mediación en materia de consumo y el fomento del asociacionismo, de los órganos de participación y de la concertación en materia de consumo con las organizaciones de personas consumidoras y usuarias y empresariales.

3.- La Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, tiene por objeto la defensa y protección de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma de Andalucía, en cumplimiento del mandato establecido en el artículo 51.1 y 2 de la Constitución Española y del ejercicio de la competencia exclusiva que el artículo 58.2.4º del Estatuto de Autonomía para Andalucía confiere a la Comunidad Autónoma Andaluza. En su artículo 4 se reconocen como derechos de los consumidores, entre otros, "la protección, reconocimiento y realización de sus legítimos intereses económicos y sociales". Para la justa protección y adecuada satisfacción de estos intereses legítimos, en su artículo 11.d) establece que los órganos competentes

de la Administración de la Junta de Andalucía adoptarán las medidas precisas para que “los consumidores sean destinatarios de una publicidad sujeta a los principios de legalidad, veracidad y autenticidad”. Para ello, el artículo 12 prevé que vigilarán y desarrollarán sistemas de control e inspección, a fin de conseguir en Andalucía “la efectiva aplicación y estricto cumplimiento de las disposiciones vigentes referentes a la elaboración, distribución, información, publicidad, promoción, oferta y venta de bienes y servicios”.

La Consejería de Salud, a través de la Secretaría General de Salud Pública y Consumo, considera preciso asegurar e incrementar los mecanismos de protección de los consumidores en materia publicitaria y de comunicación comercial que garanticen el cumplimiento de lo establecido en la citada Ley 13/2003, de 17 de diciembre.

**4.-** La Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, establece en su artículo 30 que todos los centros y establecimientos sanitarios, así como las actividades de promoción y publicidad, estarán sometidos a la inspección y control por las Administraciones Sanitarias competentes. Por su parte, el artículo 19.6 de la Ley 2/1998, de 15 de junio, de Salud de Andalucía, dispone que la Administración Sanitaria de la Junta de Andalucía, en el marco de sus competencias, realizará la inspección y control de los centros, servicios y establecimientos sanitarios de Andalucía, así como sus actividades de promoción y publicidad.

Que de acuerdo con el artículo 6.e) del Decreto 224/2005, de 7 de noviembre, son funciones de la Inspección de Servicios Sanitarios de la Junta de Andalucía, entre otras, la inspección, control y evaluación del cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa vigente en materia de centros, establecimientos y servicios sanitarios de las actividades de promoción y publicidad de los mismos.

La Consejería de Salud y más concretamente la Secretaría General Técnica, a través de la Subdirección de Inspección de Servicios Sanitarios, considera preciso reforzar y asegurar, en particular, los mecanismos de protección de la población en materia publicitaria, de promoción y de comunicación comercial de los centros, servicios y establecimientos sanitarios, de los medicamentos y productos sanitarios; de los productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria; y de cualquier otro producto sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias.

**5.-** A nivel europeo, estatal y autonómico, se viene desarrollando una destacable evolución hacia esquemas de decidido fomento de los mecanismos de autorregulación y corregulación, como complemento de los tradicionales instrumentos legales, administrativos y/o judiciales, existentes en los Estados miembros de la Unión Europea, sin que suponga merma alguna a las capacidades de intervención sancionadora de las Administraciones Públicas.

La autorregulación publicitaria es una importante vía -complementaria de la administrativa y judicial- para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad. El artículo 37 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, reconoce y fomenta los códigos de conducta y los sistemas de autorregulación. A tal efecto, establece que dichos sistemas deberán contar con órganos y procedimientos independientes para la resolución de reclamaciones, pudiendo desarrollar también medidas individuales o colectivas de autocontrol previo de los contenidos publicitarios.

La Directiva 2005/2009/de 11 de mayo Prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior y modifica las Directivas 84/450/CEE, de 10-9-1984, 97/7/CE, de 20-5-1997, 98/27/CE, de 19-5-199 y 2002/65/CE, de 23-9-2002 y Reglamento (CE) núm.2006/2004, de 27-10-2004, que prevé en su artículo 11 que: "La presente Directiva no excluye el control, que los Estados miembros pueden fomentar, de las prácticas comerciales desleales por parte de los responsables de códigos, ni el recurso a tales organismos por parte de las personas u organizaciones a las que se hace referencia en el artículo 11, siempre y cuando el procedimiento ante tales organismos sea adicional al procedimiento administrativo o judicial mencionado en dicho artículo.

El recurso a tales órganos de control nunca supondrá la renuncia a las acciones judiciales o administrativas a que se refiere el artículo 11".

6.- En España existe, desde 1996, una organización de autodisciplina publicitaria, denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), miembro de la European Advertising Standards Alliance (EASA). Se trata de una asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España, y cuyo objetivo es contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, los derechos de los consumidores, así como la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales. Para ello, AUTOCONTROL cuenta con diversas herramientas, entre otras: i) la elaboración de códigos de ética publicitaria; (ii) la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal; (iii) la revisión previa de campañas publicitarias (Copy Advice®), con el objeto de que éstas se adecuen a la normativa vigente; y (iv) la colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Para la resolución de las reclamaciones contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal, AUTOCONTROL cuenta con un organismo independiente: el Jurado de la Publicidad, que ha obtenido el reconocimiento público como entidad de resolución alternativa de litigios (Alternative Dispute Resolution o ADR, en inglés), una vez acreditado el cumplimiento de los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad,

establecidos en la *Ley 7/2017, de 2 de noviembre, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo*.

Con este reconocimiento, el Jurado de AUTOCONTROL se ha convertido en la primera entidad privada que ha sido acreditada por la Dirección General de Consumo, dependiente del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Asimismo, con este reconocimiento, el Jurado de la Publicidad ha pasado a formar parte del Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de consumo acreditadas, de la Comisión Europea; y de la Plataforma de resolución de litigios en línea, establecida por la Unión Europea.

7.- Existen otros precedentes de colaboración entre las Administraciones Públicas y AUTOCONTROL. Entre ellos, el Acuerdo para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria suscrito con el Instituto Nacional del Consumo, de fecha 2 de enero de 2007; el Acuerdo de colaboración para el fomento de la actividad publicitaria suscrito con la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, de 21 de enero de 2008; el Acuerdo de corregulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores con la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, de fecha 26 de diciembre de 2012; el Acuerdo de corregulación en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego suscrito con la Dirección General de Ordenación del Juego, con fecha 17 de noviembre de 2011; el Acuerdo de colaboración suscrito con la Agencia Española de Protección de Datos, de fecha 4 de octubre de 2013; el Convenio de colaboración de fecha 31 de octubre de 2014, firmado por AUTOCONTROL con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (MSSI) y la Asociación para el Autocuidado de la Salud (ANEFP), sobre la publicidad de medicamentos de uso humano dirigida al público; el Acuerdo para el Fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión, de fecha 30 de junio de 2015, firmado entre la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y AUTOCONTROL; o el Protocolo General de Actuación firmado el 15 de septiembre 2017, con la Agencia Española de Protección de Datos, para impulsar el "Protocolo para la resolución extrajudicial de reclamaciones relativas a la protección de datos en el ámbito de contratación y publicidad de servicios de comunicaciones electrónicas", suscrito entre AUTOCONTROL y los principales operadores de telecomunicaciones.

En un plano autonómico, cabe, asimismo, destacar diversos Convenios de Colaboración en materia de Actividad Publicitaria firmados por AUTOCONTROL. Entre otros, el Convenio de colaboración para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria suscrito con el Consejo Audiovisual de Andalucía, de fecha 3 de noviembre de 2006; el Convenio de colaboración para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria suscrito con el Consejo Audiovisual de Cataluña, de fecha 20 de julio de 2011; de fecha 30 de octubre de 2014, con la Agencia Catalana del Consumo; el Convenio de fecha 11 de septiembre de 2015, con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid; el Convenio de fecha 28 de enero de 2016, con la Consejería de Sanidad (Dirección General de Consumo) de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha -y sus Adendas, una firmada con la Dirección General de Salud Pública, en materia de actividad publicitaria de alimentos, bebidas alcohólicas, tabaco, y otros productos bajo la competencia de esta DG (febrero

2017), y otra firmada con la Dirección General de Planificación, Ordenación e Inspección Sanitaria Salud Pública, en materia de actividad publicitaria de medicamentos de uso humano y veterinario, centros y servicios sanitarios, cosméticos, productos sanitarios y otros productos bajo la competencia de esta DG (octubre 2017)-; o el Convenio con la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, en materia de control de la actividad publicitaria (productos farmacéuticos, productos sanitarios, centros, servicios y establecimientos sanitarios, cosméticos y alimentos), de 29 de noviembre de 2017.

Por su parte, la Consejería de Salud de la Junta de Andalucía suscribió un Convenio, con fecha de 23 de octubre de 2017, con AUTOCONTROL, con el objeto establecer una cooperación mutua entre ambas instituciones, que facilite y permita el seguimiento de las prácticas comerciales desleales que afectan a las personas consumidoras y usuarias, Convenio en situación de prórroga, a través de una adenda, con fecha de finalización de 31 de diciembre de 2018.

**8.-** Las partes firmantes consideran que una mutua colaboración, sin menoscabo de las competencias y funciones de la Administración autonómica, mejora la eficiencia de la gestión pública, facilita la utilización conjunta de medios y servicios públicos, contribuye a la realización de actividades de utilidad pública y cumple la legislación de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera. Asimismo contribuirá a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria para la que es competente, a efectos de control, la Consejería de Salud, por lo que se establece un nuevo Convenio de colaboración entre la Consejería de Salud y AUTOCONTROL, que amplía el objeto y su plazo de vigencia hasta el máximo previsto legalmente, con objeto de dar la máxima continuidad a dicha colaboración, sin perjuicio de que, en su caso, el mismo pueda ser posteriormente prorrogado.

Las partes intervinientes reconocen la existencia de objetivos e intereses comunes en este sentido y, en consecuencia, acuerdan suscribir este Convenio, que se registrá por las siguientes

## **ESTIPULACIONES**

### **PRIMERA.- OBJETO DEL CONVENIO.**

El presente Convenio de Colaboración tiene como objetivo el contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, respete la ética publicitaria, los derechos de los consumidores, así como la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales, facilitando y permitiendo el seguimiento de las prácticas comerciales desleales que afectan a las personas consumidoras y usuarias, incluidas las relativas en materia de publicidad sanitaria, esto es, la publicidad de los centros, establecimientos y servicios sanitarios.

Se podría decir que se trata de un acuerdo de colaboración para facilitar la autorregulación publicitaria como vía complementaria a la administrativa y a la judicial que permita el seguimiento y control eficaz de los mensajes publicitarios, llegando al fin último de la defensa de los derechos de los consumidores.

El Convenio y las actuaciones que de él deriven no pueden perjudicar ni menoscabar las competencias y funciones que corresponden a la Consejería de Salud, ni suponer la atribución de funciones de ésta a la entidad AUTOCONTROL.

## **SEGUNDA.- COMPROMISO DE LAS PARTES.**

### **A) ACTUACIONES QUE ASUME LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL):**

A.1) Informará de forma regular y dependiendo de la materia a tratar a la Consejería de Salud del resultado de la tramitación de reclamaciones que se le presenten en relación a casos de publicidad que esos órganos están facultados para controlar.

A.2) La Consejería de Salud podrá solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si un determinado mensaje publicitario ha obtenido un informe positivo en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad u órgano equivalente. En caso afirmativo de cualquiera de los dos supuestos señalados, AUTOCONTROL trasladará a la Consejería de Salud, conforme se le indique y, en cualquier caso, a la mayor brevedad, una copia de las correspondientes actuaciones.

A.3) Sin merma de las facultades inspectoras y sancionadoras de la Consejería de Salud, ésta, con carácter previo a la eventual iniciación de una actuación administrativa o judicial contra una determinada comunicación comercial, podrá instar que desarrollen las actuaciones correspondientes de AUTOCONTROL, conforme a los procedimientos establecidos en su Reglamento, que han de ser respetuosos, entre otros, con el principio de contradicción. AUTOCONTROL dará traslado inmediato a la Consejería de Salud del resultado de sus actuaciones.

A.4) AUTOCONTROL comunicará a la Consejería de Salud cualquier conducta ilícita que conozca en materia de consumo o sanitaria en relación con la actividad publicitaria de las empresas siempre que el organismo público sea competente para instruir y, en su caso, sancionar.

A.5) AUTOCONTROL informará regularmente a la Consejería de Salud de cuantas resoluciones adopte el Jurado de la Publicidad respecto a reclamaciones recibidas en relación a empresas sometidas al mismo.

## B) ACTUACIONES QUE ASUME LA CONSEJERÍA DE SALUD:

B.1) Sin menoscabo de sus competencias, en la tramitación de expedientes administrativos relacionados con anuncios concretos que se hubieran sometido a las decisiones de AUTOCONTROL, la Consejería de Salud podrá presumir, salvo prueba en contrario, que los responsables de esos anuncios actuaron de buena fe cuando se hubieran sujetado a esas decisiones.

La Consejería de Salud podrá remitir a AUTOCONTROL información anonimizada sobre las resoluciones que adopte en el marco de los mencionados expedientes administrativos, de conformidad con lo previsto en la normativa vigente de protección datos.

B.2) Sin menoscabo alguno de sus competencias, los órganos competentes de la Junta de Andalucía en materia de protección a los consumidores y en materia de publicidad sanitaria, estos podrán dar traslado a AUTOCONTROL de las reclamaciones de consumidores y usuarios sobre publicidad para su información por el Jurado de la Publicidad, siempre que el objeto de la reclamación verse sobre la licitud o corrección deontológica de la publicidad:

- En los casos en los que el medio o anunciante reclamado haya aceptado la reclamación con compromiso de cese de la actividad publicitaria cuestionada, se informará por AUTOCONTROL de dicha aceptación al órgano administrativo competente en materia de consumo o de publicidad sanitaria.
- En los casos en los que el medio o anunciante reclamado se someta al Jurado de la Publicidad, se informará de la resolución de éste para conocimiento de la Consejería de Salud.
- En los casos en los que el reclamado no se haya sometido al procedimiento ante el Jurado y, por consiguiente, éste no haya podido archivar de forma definitiva el caso a través de la emisión de una resolución, el Jurado remitirá un Dictamen no vinculante en el que manifieste su opinión sobre la corrección de la publicidad objeto de reclamación, a los efectos oportunos.

B.3) Podrá Instar a AUTOCONTROL a actuar antes de iniciarse cualquier eventual acción administrativa referida a una comunicación comercial.

B.4) Solicitará a AUTOCONTROL información acerca de si un determinado mensaje publicitario ha obtenido un informe positivo en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad u órgano equivalente, para su valoración por los órganos de la Consejería de Salud.

### C) OBLIGACIONES QUE ASUMEN AMBAS PARTES:

C.1) AUTOCONTROL y la Consejería de Salud, en el marco de sus funciones, cooperarán en la emisión de dictámenes, estudios, proyectos y resoluciones relacionados con los objetivos de la Asociación en cuestiones que afecten a la autorregulación y el control deontológico de la actividad publicitaria.

C.2) Las partes firmantes organizarán y llevarán a cabo, de común acuerdo, actividades conjuntas de divulgación, formación o estudio convenientes y relacionadas con la actividad publicitaria. Entre otras acciones, se podrán promover o realizar análisis y estudios sobre el cumplimiento de la normativa legal y deontológica en materia de publicidad en un contexto de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias y en materia de publicidad sanitaria en centros, establecimientos y servicios sanitarios. Será necesario solicitar un nuevo informe al Gabinete Jurídico de la Junta de Andalucía sobre las adendas que, en su caso, se suscriban por las partes para concretar dicha colaboración, en especial atendiendo a la previsión de que dichas actividades puedan generar un gasto para la Consejería de Salud.

En la organización de estas actividades se tendrá en cuenta la normativa que resulte de aplicación, formalizándose los acuerdos de formación siempre por escrito. Por otro lado, cuando dichas actuaciones de divulgación, formación o estudio comporten gasto público y a cargo, total o parcial, de la Consejería de Salud, estarán condicionadas a las correspondientes disponibilidades presupuestarias.

Las obligaciones que ambas partes asumen en este apartado se enmarcan en una colaboración no funcional que afecte al personal de la Administración y a las competencias y funciones que corresponden a la Dirección General de Consumo y a la Secretaría General Técnica (en el ámbito de la Inspección de Servicios Sanitarios), en el marco de sus respectivas competencias y de la normativa que resulte de aplicación.

### TERCERA.- COMISIÓN DE SEGUIMIENTO DEL CONVENIO.

A los efectos de seguimiento y control del presente Convenio, las partes constituirán una Comisión de Seguimiento, que se reunirá al menos una vez al año y estará formada por:

- Dos representantes de la Consejería de Salud, en concreto, la persona titular de la Dirección General de Consumo o persona que supla, y la persona titular de la Secretaría General Técnica o persona que supla.
- Dos representantes de AUTOCONTROL, designadas por dicha entidad.
- Actuará como presidente de la Comisión la persona titular de la Dirección General de Consumo o el suplente que se determine de conformidad con la normativa aplicable.

La Comisión de Seguimiento tendrá las siguientes funciones:

- a) Coordinar los trabajos necesarios para la ejecución del Convenio.
- b) Velar por el cumplimiento y seguimiento de cuanto queda establecido en el Convenio.
- c) Informar sobre la interpretación, seguimiento y prórroga del Convenio.
- d) Resolver cuantas circunstancias e incidencias se produzcan como consecuencia de la interpretación y ejecución del presente Convenio.

El régimen de funcionamiento y organización de la Comisión de Seguimiento, en lo no previsto, será el dispuesto para los órganos colegiados en la Sección 3ª del Capítulo II del Título Preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y en la Sección 1ª del Capítulo II del Título IV de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía.

#### **CUARTA.- DESARROLLO DEL CONVENIO.**

El presente Convenio podrá ser objeto, en su caso, de desarrollo y concreción por medio de adendas de desarrollo del mismo formalizadas por escrito; si no disponen otra cosa, éstas tendrán la misma consideración jurídica y los mismos efectos vinculantes que este Convenio.

#### **QUINTA.- MODIFICACIÓN DEL CONVENIO.**

La modificación del Convenio requerirá acuerdo unánime y por escrito de los firmantes, que se formalizará en Adenda, suscrita a dichos efectos.

#### **SEXTA.- NO ASUNCIÓN DE OBLIGACIONES ECONÓMICAS.**

El presente Convenio configura una actividad de colaboración que no generará obligaciones económicas o contraprestaciones para ninguna de las partes.

#### **SÉPTIMA.- VIGENCIA DEL CONVENIO.**

El Convenio producirá efectos a partir del 1 de enero de 2019 y su duración se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2022. Mediante acuerdo expreso y por escrito de las partes suscrito antes de la finalización del Convenio, podrá prorrogarse por sucesivos años

naturales, por un período de hasta cuatro años adicionales, en los términos del artículo 49 h) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

#### **OCTAVA.- EXTINCIÓN DEL CONVENIO.**

El Convenio se extinguirá por el cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto o por incurrir en causa de resolución.

Son causas de resolución del Convenio las recogidas en el artículo 51.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, así como las siguientes:

- a) La denuncia anticipada y motivada de cualquiera de las partes, que ha de ser comunicada a la otra parte.
- b) La disolución o supresión de alguna de las partes.

El cumplimiento y la resolución del Convenio darán lugar a la liquidación del mismo con el objeto de determinar las obligaciones y compromisos de cada una de las partes. La Comisión de Seguimiento del Convenio decidirá, en caso de resolución anticipada del Convenio, sobre la forma de terminar las actuaciones en curso, conforme a lo previsto en el artículo 52.3 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

#### **NOVENA.- RÉGIMEN JURÍDICO Y CUESTIONES LITIGIOSAS.**

El presente Convenio tiene naturaleza administrativa, no contractual, y en lo no dispuesto en el mismo se estará a lo previsto en el Capítulo VI del Título Preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y en la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía. De acuerdo con lo establecido en el artículo 6.2 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, queda excluido del ámbito de aplicación de dicha ley, sin perjuicio de que le resulten de aplicación sus principios rectores y criterios para resolver las dudas y lagunas que pudieran suscitarse en su interpretación y aplicación, tal como se establece en el artículo 4 de la citada Ley.

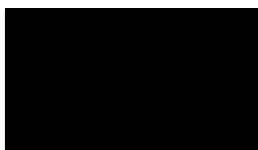
Las partes se comprometen a resolver de manera amistosa en el seno de la Comisión de Seguimiento las discrepancias que pudieran surgir sobre la interpretación, desarrollo, modificación, resolución y efectos que pudieran derivarse de la aplicación del presente Convenio. Las cuestiones litigiosas que en la ejecución y cumplimiento pudieran aparecer y no quedasen resueltas por la Comisión de Seguimiento, se someterán a la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la citada jurisdicción.

**DÉCIMA.- PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.**

El tratamiento de los datos personales que, como consecuencia de la ejecución del Convenio, sea necesario realizar, se efectuará conforme a lo previsto en la normativa de protección de datos.

Y, en prueba de conformidad y aceptación, las partes otorgantes del presente Convenio, mediante sus representantes acreditados, lo firman por triplicado ejemplar, en el lugar y fecha arriba indicados.

LA CONSEJERA DE SALUD en Funciones,



Fdo.: Marina Álvarez Benito



EL DIRECTOR GENERAL DE AUTOCONTROL,



Fdo.: José Domingo Gómez Castallo