

*Acciones complementarias y de acompañamiento*

Las acciones complementarias y de acompañamiento a la formación han de ser el instrumento que permita realizar los estudios necesarios para conocer con mayor profundidad la realidad del sector y con ello identificar las necesidades formativas del mismo, tanto en nuevas competencias profesionales, como en aquellas en las que se detecten carencias.

Del mismo modo, han de servir para mejorar la calidad y eficacia de la Formación Continua, incorporando las metodologías y herramientas más acordes con las características propias del Sector de Cemento, así como, mediante el análisis de cualquier otro aspecto que las partes consideren de importancia para el desarrollo de la formación en el sector.

Las Comisiones Paritarias Sectoriales, establecerán las prioridades en cada convocatoria. En todo caso priorizará aquellos proyectos consensuados por las organizaciones que integran la Comisión Paritaria Sectorial.

## Disposición transitoria.

La aplicación de lo regulado en este acuerdo sobre formación continua queda supeditado a la existencia de disponibilidades presupuestarias y a la puesta en vigor de las normas que desarrollen el Acuerdo Nacional de Formación Continua.

**14149** *RESOLUCIÓN de 29 de junio de 2001, de la Dirección General de Trabajo, por la que se dispone la inscripción en el registro y publicación del acta en la que se contiene el acuerdo de adhesión del sector de Empresas de Publicidad al III Acuerdo Nacional de Formación Continua.*

Visto el texto del acta en la que se contiene el acuerdo de adhesión del sector de empresas de publicidad al III Acuerdo Nacional de Formación Continua (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 23 de febrero de 2001), así como la constitución y aprobación del Reglamento de la Comisión Paritaria de Formación para dicho sector, que fue suscrito con fecha 22 de mayo de 2001 de una parte por la Federación Nacional de Empresas de Publicidad, la Asociación General de Empresas de Publicidad, la Asociación Empresarial Catalana de Publicidad, la Asociación Española de Empresas de Publicidad Exterior y la Asociación Española de Agencias de Publicidad en representación de las empresas del sector, y de otra por las centrales sindicales FCT-CC.OO. y FES-UGT en representación del colectivo laboral afectado, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 83.3 en relación con el artículo 90, apartado 2 y 3, del Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores y en el Real Decreto 1040/1981, de 22 de mayo, sobre registro y depósito de Convenios Colectivos de trabajo, esta Dirección General de Trabajo resuelve:

Primero.—Ordenar la inscripción de la citada Acta y del Reglamento en el correspondiente Registro de este Centro Directivo, con notificación a la Comisión Negociadora.

Segundo.—Disponer su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Madrid, 29 de junio de 2001.—La Directora general, Soledad Córdova Garrido.

**ACTA DE LA COMISIÓN NEGOCIADORA DEL CONVENIO COLECTIVO DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD PARA LA ADHESIÓN AL III ANFC Y CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN PARITARIA SECTORIAL DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD**

Asistentes:

Por la parte empresarial:

Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNPEP):

Don José Viana Martín.

Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP):

Don Ángel del Pino Merino.

Asociación Empresarial Catalana de Publicidad (Gremi de Publicitat):

Don José Ángel Abancens Casorrán.

Por la parte sindical:

Federación de Comunicación y Transporte de Comisiones Obreras (FCT-CC.OO).

Don Juan Manuel del Campo Vera.

Federación de Servicios de la Unión General de Trabajadores (FES-UGT):

Don Luis Cornejo López.

Reunida en Madrid, a 22 de Mayo, la Comisión Negociadora del Convenio Colectivo Nacional de Empresas de Publicidad, compuesta por las siguientes Organizaciones:

Por la parte empresarial:

Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNPEP).

Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP).

Asociación Empresarial Catalana de Publicidad (Gremi de Publicitat)

Asociación Española de Empresas de Publicidad Exterior (AEPE).

Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP).

Por la parte sindical:

Federación de Comunicación y Transporte de Comisiones Obreras (FCT-CC.OO).

Federación de Servicios de la Unión General de Trabajadores (FES-UGT),

han alcanzado los siguientes Acuerdos por unanimidad.

Primero.—Adherirse al III Acuerdo Nacional de Formación Continua firmado el 19 de Diciembre de 2000 y publicado por Resolución de 2 de febrero de 2001, de la Dirección General de Trabajo y Asuntos Sociales en el «Boletín Oficial del Estado» de 23 de febrero de 2001.

Segundo.—Constituir conforme a lo establecido en el III Acuerdo Nacional de Formación Continua la Comisión Paritaria Sectorial de Empresas de Publicidad compuesta por 6 miembros por la representación sindical y 6 por la representación empresarial, con las funciones y facultades que dicho acuerdo les atribuye en su artículo 18.

Tercero.—Aprobar el Reglamento de funcionamiento de esta Comisión paritaria, anexo a esta acta.

Cuarto.—Los presentes acuerdos entrarán en vigor el día siguiente al de su firma.

Quinto.—Remitir los acuerdos de la presente acta a la Autoridad Laboral competente para su depósito, registro y publicación a los efectos legales oportunos.

**REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA COMISIÓN PARITARIA SECTORIAL DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD PARA EL III ACUERDO DE FORMACIÓN CONTINUA**

El presente reglamento se fundamenta en lo establecido en el artículo 18.h) del III Acuerdo Nacional de Formación Continua de 19 de Diciembre de 2000, firmado por las organizaciones empresariales CEOE y CEPYME, y las organizaciones sindicales UGT, CCOO y CIG.

En su virtud, la Comisión Paritaria Sectorial de Empresas de Publicidad, como órgano de administración paritario del III Acuerdo Nacional de Formación Continua en el ámbito de su sector aprueba el siguiente reglamento.

**Artículo 1.º Sede social.**

La Sede Social de la Comisión Paritaria Sectorial de Formación Continua del sector de Empresas de Publicidad se fija en la calle Albacete, número 5, o en los locales que para tal efecto tenga la fundación tripartita para la formación continua, pudiendo libremente trasladar su domicilio a cualquier otro, bastando para ello el acuerdo de las partes.

**Artículo 2.º Ámbito funcional.**

El Convenio Colectivo Nacional para las Empresas de Publicidad establece las normas básicas y regula las condiciones mínimas de trabajo en las empresas que desarrollan alguna o varias de las actividades que quedan definidas como publicidad en el artículo 2.º de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, publicada en el «Boletín Oficial del Estado» del 15.

### Artículo 3.º *Composición.*

La Comisión Paritaria de Formación Continua de Empresas de Publicidad, estará compuesta por doce vocales titulares, de los cuales seis serán designados por la representación sindical y seis por la representación empresarial.

Se designarán igualmente, en la misma proporción, 12 vocales suplentes que asumirán las competencias asignadas a los titulares cuando por cualquier causa deban sustituirlos.

La composición de la Comisión se modificará por la incorporación o abandono de alguna organización empresarial o sindical, preservando en todo caso la paridad existente.

### Artículo 4.º *Sustitución.*

Las organizaciones miembros de esta Comisión podrán sustituir en todo momento a las personas que les representen en la misma, asumiendo los sustitutos las mismas competencias. Dicha sustitución deberá ser notificada a la Comisión Paritaria Sectorial de Empresas de Publicidad, mediante acreditación por escrito ante el Presidente de la Comisión, o en su defecto ante el Secretario de la misma.

### Artículo 5.º *De la Presidencia.*

La Comisión Paritaria Sectorial elegirá de entre sus miembros a un Presidente, que ostentará el cargo durante el período de un año natural. Este cargo tendrá carácter rotatorio, turnándose en la misma un representante de la parte empresarial, y un representante de la parte sindical, por el período señalado, sin que en ningún caso pueda ejercerse el mandato presidencial, por miembros representantes de la misma Organización, en dos ejercicios consecutivos.

Las funciones fundamentales del Presidente serán las de:

1. Representar formalmente a la Comisión.
2. Presidir reuniones ordinarias y extraordinarias y mantener el orden de las reuniones.
3. Firmar las actas y certificaciones, junto con el secretario, de los Acuerdos que se adopten por la Comisión.
4. Cualesquiera otras que lleve aparejada la condición de Presidente y aquellas que puedan serle atribuidas por la Comisión Paritaria Sectorial, mediante oportuno Acuerdo.

En todo caso, su voto no tendrá consideración de voto de calidad.

### Artículo 6.º *De la Secretaría.*

La Comisión Paritaria acuerda designar a D. José Antonio Lombardo Navarro, Secretario de la Comisión durante el periodo de duración del III Acuerdo Nacional de Formación Continua.

«La Secretaría tendrá su domicilio en la sede de la Asociación General de Empresas de Publicidad, sita en la calle Gran Vía, 57, 9.º G, de Madrid. Las funciones fundamentales del Secretario serán las de:

1. Convocar las reuniones de la Comisión Paritaria con el tiempo de antelación que establezca la Comisión.
2. Confeccionar las actas correspondientes de cada sesión.
3. Expedir certificaciones de los acuerdos que se adopten.
4. Custodiar las actas y toda la documentación que se reciba o remita desde dicha Comisión.
5. Llevar el archivo y depósito de toda la documentación que se genere.
6. Redacción del orden del día con el Presidente
7. Cuantos asuntos le sean encomendados por acuerdo de la CPS, para su mejor funcionamiento.

El Secretario, como miembro de pleno derecho de la Comisión, tendrá voz y voto.

### Artículo 7.º *De los vocales.*

Corresponde a los vocales de la Comisión Paritaria Sectorial de Empresas de Publicidad las siguientes funciones:

1. Asistir a las reuniones.
2. Ejercer el derecho al voto en los acuerdos que se someterán a la Comisión Paritaria.
3. Formular propuestas y emitir cuantas opiniones estimen necesarias.
4. Participar en los debates de la Comisión.
5. Estar puntualmente informado de cuantas cuestiones sean de competencia de la Comisión.

6. Formular ruegos y preguntas.

7. Incluir dentro del concepto de crédito sindical, las horas empleadas por los representantes de las organizaciones sindicales para asistir, con posterior justificación expedida por estas organizaciones, a las reuniones que al efecto se convoquen por la Comisión Paritaria Sectorial de Formación Continua para Empresas de Publicidad.

### Artículo 8.º *De los Asesores y Grupos de Trabajo.*

En función de los temas objeto de debate, en cada sesión de la Comisión, las organizaciones en ella representadas, podrán solicitar la presencia de determinadas personas que, en calidad de asesores, podrán asistir a las mismas, con voz pero sin voto.

El número de asesores no podrá exceder de tres siendo designados un máximo de uno por cada una de las organizaciones firmantes.

Asimismo, la Comisión podrá acordar para el tratamiento y análisis de cuestiones específicas, la constitución de grupos de trabajo, en los términos que en cada caso se acuerde.

### Artículo 9.º *Reuniones.*

La Comisión Paritaria se reunirá siempre que sea necesario, a iniciativa del Presidente, o a petición de alguno de sus miembros integrantes.

a) Convocatoria: La Comisión Paritaria Sectorial será Convocada por el Secretario con la antelación suficiente que requieran los temas a tratar, en todo caso con un mínimo de siete días. La convocatoria se hará mediante citación cursada al efecto por el medio más rápido y eficaz de que se disponga. No obstante, las reuniones que tengan carácter urgente podrán convocarse con una antelación mínima de veinticuatro horas.

b) Orden del día: Al hacer la Convocatoria, se incluirá en la misma el Orden del día, así como la documentación e información precisa para el desarrollo de la reunión.

c) Régimen de asistencia: La Comisión quedará válidamente constituida, al objeto de celebrar cualquiera de sus sesiones, cuando asista al menos, un representante de cada Organización firmante.

d) Adopción de acuerdos: La Comisión Paritaria Sectorial de Empresas de Publicidad válidamente constituida adoptará sus acuerdos por unanimidad.

En el supuesto de que existan discrepancias entre las distintas Organizaciones integrantes de la Comisión Paritaria Sectorial, se dará traslado de éstas a la Comisión Mixta Estatal de Formación Continua, que al amparo del artículo 17 del III Acuerdo Nacional de Formación Continua decidirá sobre las controversias surgidas.

e) Acta de las reuniones: De todas las reuniones celebradas por la Comisión Paritaria Sectorial de Empresas de Publicidad se deberá levantar el correspondiente Acta, en el que se hará constar: Lugar de la reunión; día, mes y año; nombre, apellidos, organización y firma del Secretario y Presidente; existencia o no de quórum; orden del día, y, contenido de los acuerdos.

Las actas deberán firmarse por el Secretario con el visto bueno del Presidente.

### Artículo 10. *Funciones.*

Conforme a lo establecido en el artículo 18 del III Acuerdo Nacional de Formación Continua serán las siguientes:

a) Velar por el cumplimiento del Acuerdo en el sector de Empresas de Publicidad.

b) Establecer los criterios orientativos para la elaboración de los Planes de Formación correspondientes a su ámbito, y que afectarán exclusivamente a las siguientes materias:

i) Prioridades con respecto a las iniciativas de Formación Continua a desarrollar en el sector.

ii) Orientación respecto a los colectivos de trabajadores destinatarios de las acciones.

iii) Enumeración de los centros disponibles de impartición de la formación. A tal efecto deberá tenerse en cuenta el idóneo aprovechamiento de los centros de formación actualmente existentes (centros propios, centros públicos, centros privados, o centros asociados, entendiéndose por tales aquellos promovidos conjuntamente por las correspondientes organizaciones empresariales y sindicales y con participación de las distintas Administraciones Públicas).

iv) Criterios que faciliten la vinculación de la Formación Continua Sectorial con el sistema de clasificación profesional y su conexión con el Sistema Nacional de Cualificaciones, a los efectos de determinar los

niveles de la formación continua del sector y su correspondencia con las modalidades de certificación que determine el Sistema Nacional de Cualificaciones.

c) Proponer la realización de estudios de detección de necesidades formativas y la elaboración de herramientas y/o metodologías aplicables a la Formación Continua en su sector, a efectos de su consideración en la correspondiente convocatoria de medidas complementarias y de acompañamiento a la formación.

d) Emitir informe sobre los planes agrupados sectoriales de formación, así como sobre las medidas complementarias y de acompañamiento que afecten a más de una Comunidad Autónoma, en el ámbito de su convenio o acuerdo estatal de referencia, elevándolos a la fundación tripartita para que ésta elabore la propuesta de resolución.

e) Trasladar a la fundación tripartita informe sobre los planes de empresa amparados por convenio colectivo o acuerdo específico estatal de referencia en los plazos y condiciones establecidos en la correspondiente convocatoria.

f) Emitir informe en relación con los permisos individuales de formación cuando el convenio colectivo aplicable al solicitante sea de empresa de ámbito estatal y contemple esta competencia.

g) Atender y dar cumplimiento a las solicitudes y requerimientos que le puedan ser trasladados por la fundación tripartita.

h) Elaborar estudios e investigaciones. A tal efecto, se tendrá en cuenta la información disponible tanto en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, como en el Ministerio de Educación y Cultura, y especialmente los estudios sectoriales que sobre formación profesional hayan podido elaborarse.

i) Aprobar su Reglamento de funcionamiento, que deberá adecuarse a lo dispuesto en el III Acuerdo Nacional de Formación Continua.

j) Intervenir en el supuesto de discrepancias surgidas en relación con lo dispuesto en el artículo 14.2 del III Acuerdo Nacional de Formación Continua.

k) Formular propuestas en relación con el establecimiento de niveles de formación continua a efectos de su correspondencia con las modalidades de certificación que determine el Sistema Nacional de Cualificaciones.

l) Realizar una memoria anual de la aplicación del acuerdo, así como de evaluación de las acciones formativas desarrolladas en su ámbito correspondiente.

Y, en prueba de conformidad, se firma por las partes el presente Reglamento en Madrid a 22 de mayo de 2001.

## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

**14150** *ORDEN de 18 de julio de 2001 por la que se prorroga el mandato del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada «Rioja».*

El artículo 89 del Decreto 835/1972, de 23 de marzo, por el que se aprobó el Reglamento de la Ley 25/1970, Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes, indica que los cargos de Vocales de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen serán renovados cada cuatro años, pudiendo ser reelegidos.

Específicamente para la denominación de origen calificada «Rioja», un contenido semejante se recoge en el artículo 39.2 del Reglamento de esa denominación, aprobado por Orden de 3 de abril de 1991 y cuya última modificación se ha realizado por Orden de 23 de mayo de 2001.

Por otro lado, el artículo 8 del Real Decreto 2004/1979, de 13 de julio, por el que se regula la constitución de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen y el Consejo General del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, cuya última modificación se produjo por el Real Decreto 373/2001, de 6 de abril, habilita al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para resolver los casos particulares que se presenten en su aplicación.

La última convocatoria de elecciones a Vocales del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada «Rioja» se produjo mediante la Orden de 28 de abril de 1997, habiendo tomado posesión los Vocales elegidos el 21 de julio de 1997, por lo que su mandato está próximo a finalizar.

Teniendo en cuenta esta circunstancia, resulta conveniente prorrogar expresamente dicho mandato con vistas a disponer de un período de tiempo suficiente para consensuar las normas que deberán regir la próxima convocatoria de elecciones para el Consejo Regulador, y, en todo caso, con el fin de evitar la coincidencia del proceso electoral con la próxima venidimia.

Por todo ello, consultadas las Comunidades Autónomas territorialmente afectadas, dispongo:

**Artículo único.** *Prórroga del mandato del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada «Rioja».*

1. Queda prorrogado el mandato del actual Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada «Rioja» hasta el 31 de marzo de 2002.

2. Dentro del plazo que se fija en el punto anterior, el Consejo Regulador cesará en sus funciones el día de la toma de posesión de los nuevos Vocales que resulten elegidos de acuerdo con las normas electorales que se establezcan.

Disposición final única.

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Madrid, 18 de julio de 2001.

ARIAS CAÑETE

## MINISTERIO DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

**14151** *RESOLUCIÓN de 6 de julio de 2001, de la Subsecretaría, por la que se convocan dos cursos incluidos en el Plan Interministerial de Formación para el Desempeño de Funciones de Nivel Superior, Parte Común, e Intermedio en los Servicios de Prevención de la Administración General del Estado.*

La Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, y sus reglamentos de desarrollo, particularmente el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención y el Real Decreto 1488/1998, de 10 de julio, de adaptación de la legislación de prevención de riesgos laborales a la Administración General del Estado, incluyen en el marco de una óptica preventivista del riesgo laboral, la obligación del empleador de organizar los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de las actividades preventivas. Ello da lugar a que en la Administración General del Estado, además de realizarse las oportunas adaptaciones organizativas, continúe el proceso formativo complementario que permita dotar de una forma rápida y eficaz los servicios de prevención propios que se constituyan.

A tal fin, la Dirección General de la Función Pública del Ministerio de Administraciones Públicas, con la colaboración del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo organiza, en el marco del Tercer Acuerdo de Formación Continua en las Administraciones Públicas, los siguientes Cursos de Formación cuyas características y contenidos se detallan en el anexo I y se desarrollan de acuerdo con las siguientes bases:

Primera.—*Solicitudes.*

Los solicitantes deben hacerlo en el modelo de instancia que figura en el anexo II.

Las solicitudes podrán presentarse en el Registro General del Ministerio de Administraciones Públicas (calle María de Molina, 50, 28071 Madrid), dirigido a la Subdirección General de Relaciones Laborales de la Dirección General de la Función Pública, o en la forma establecida en el artículo 38 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.