

S A L I D A	JUNTA DE ANDALUCÍA	
	25/11/2019	201999901002220
	Registro Electrónico	

JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA,
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR
Dirección General de Comunicación Social

Con fecha **31/10/2019** tuvo entrada en **CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR** la siguiente solicitud de información pública:

Nombre: [REDACTED] Apellidos: [REDACTED]
DNI/NIE / Pasaporte: [REDACTED] Correo electrónico: [REDACTED]
Nº. de solicitud: SOL-2019/00002898-PID@ Fecha de solicitud: 23/10/2019
Número de expediente: EXP-2019/00001554-PID@

Información solicitada:

Por la presente, solicito el desglose completo de las inversiones y gasto detallado en concepto de publicidad institucional de la Junta de Andalucía, y sus diferentes organismos y empresas públicas, en los años 2018 y 2019 así como la relación de medios de comunicación de prensa escrita, digitales, radios, televisiones o redes sociales en los que se han insertado estas campañas y el coste pormenorizado de cada una de estas campañas en cada medio referido.

Tras el análisis de la solicitud y las comprobaciones necesarias para establecer si le son aplicables los límites al derecho de acceso establecidos en los artículos 14 y 15 de la *Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*, y lo establecido en los artículos 25 y 26 de la *Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía*, la Dirección General de Comunicación Social, órgano competente para resolver, de acuerdo con todo lo anterior, en ejercicio de las competencias que le atribuye el artículo 3 del *Decreto 289/2015, de 21 de julio, por el que se regula la organización administrativa en materia de transparencia pública en el ámbito de la Administración de la Junta de Andalucía y sus entidades instrumentales*,

RESUELVE:

Estimar parcialmente la solicitud presentada, en los siguientes términos:

La Dirección General de Comunicación Social tiene atribuida las competencias, entre otras, de dirección, planificación y desarrollo de la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía en cualquier medio, soporte o canal de comunicación así como la elaboración de las correspondientes normas y directrices de aplicación; el ejercicio de funciones y competencias que le atribuye el *Decreto 96/2017, de 27 de junio, por el que se regula la coordinación de la estrategia de imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía*; y la gestión de las acciones de comunicación institucional que le correspondan en el ejercicio de sus competencias; así como la dirección de la estrategia de imagen institucional de la Junta de Andalucía, así como la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en virtud de lo establecido en el artículo 11, apartados b) y c) del *Decreto 99/2019, de 12 de febrero, por*



Código:	[REDACTED]	Fecha	20/11/2019
Firmado Por	MARTA OLEA MERINO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	Página	1/4

el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior.

Para el ejercicio de la competencia relacionada con la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía, este órgano directivo viene impulsando desde hace ya algunos años diversos contratos para la planificación y compra de espacios publicitarios en prensa, radio y televisión, así como para la ejecución de planes de medios para acciones de comunicación. A la fecha indicada en su solicitud (años 2018 y 2019), se encontraba en ejecución, por haberse prorrogado, el contrato cuyo expediente de contratación era el 43/2016, adjudicado en marzo de 2017 a la empresa M & C SAATCHI MADRID, S.L. y prorrogado en mayo de 2018. Puede obtener toda la información relativa a dicha contratación en el siguiente enlace: <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/00000057461.html>.

A partir del 1 de octubre de 2019, se viene ejecutando el nuevo contrato cuyo expediente de contratación es el CONTR 2019 0000043770, adjudicado a la misma empresa por procedimiento abierto. Puede obtener toda la información relativa a esta contratación en el siguiente enlace: <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000127971.html>.

Por otra parte, existe otro contrato para la planificación de medios y compra de espacios publicitarios en redes sociales, expediente de contratación 5/2018, adjudicado en julio de 2018 a la empresa ZOSMAMEDIA, S.L. cuya información puede consultarse en el siguiente enlace: <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000001497.html>.

Por último, se encuentra actualmente en licitación la continuación de este contrato, puede consultarse en el siguiente enlace: <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000172848.html>.

Respecto a las contrataciones del resto de la Administración de la Junta de Andalucía, pueden consultarse en el buscador de licitaciones (<https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/buscador-general.html>) indicando en el título de expediente “espacios publicitarios”, “publicidad” o “publicidad institucional”. A continuación se presenta una lista de enlaces a licitaciones obtenida como se ha indicado:

- Ventanas de comunicación permanente del Turismo. <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000167881.html>.

- PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA, VERANO 2019. <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000128516.html>.



Código:	[REDACTED]	Fecha	20/11/2019
Firmado Por	MARTA OLEA MERINO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	Página	2/4

En el siguiente enlace puede realizarse una búsqueda similar para los contratos menores:

<https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/contratos-menores.html>

En el marco de estos contratos se han ejecutado las siguientes campañas de publicidad institucional:

- Detección de cáncer de colon.
- 28-F Día de Andalucía.
- Plan INFOCA.
- Inicio del curso escolar.
- Mujer y Deporte.
- Promoción de Sierra Nevada.
- 50º Aniversario P. N. de Doñana.
- Promoción de la Real Escuela de Arte Ecuestre.
- Promoción de los Teatros andaluces.
- Salud Responde.

La Dirección General de Comunicación Social considera que facilitar la información de las tarifas de los medios, además de pertenecer al ámbito jurídico privado, puede provocar competencia desleal entre los mismos, afectando a la política de competencia establecida por la Unión Europea, la cual garantiza que las empresas compitan en pie de igualdad y de forma equitativa en el mercado interior europeo. Efectivamente ello es así, puesto que, aunque los medios publiquen sus tarifas de costes por inserciones publicitarias, prácticamente todas las agencias de publicidad consiguen importantes porcentajes de descuento sobre dichas tarifas, que pueden alcanzar hasta el 90%, pero que también pueden quedarse en porcentajes mucho menores. Esta gran diversidad de descuentos y de poder de negociación es lo que perjudicaría tanto a los propios medios de comunicación, como a las agencias de publicidad y los propios anunciantes, papel que juega en este caso la Administración, con el consiguiente perjuicio para las arcas públicas y el interés general. Esta información, además, es considerada confidencial (secreto comercial) por las propias empresas, pues deriva de la relación determinada y única que se establece entre ellas. En un caso similar precedente, (EXP-2017/00001600), al realizar el trámite de audiencia a terceros, la agencia de medios contratada, que resulta ser la misma que la actual, presentó alegaciones en las que ponía de manifiesto el riesgo para los intereses económicos y comerciales de la misma de proporcionar la información solicitada.

Así, el denominado test del daño se concreta en el perjuicio al poder de negociación de las agencias de medios y los propios medios, así como a la vulneración de los secretos comerciales de los medios a la hora de fijar los descuentos de mutuo acuerdo con dichas agencias.

No obstante, no se considera que prevalezca el interés público sobre los intereses comerciales y otros intereses económicos de las agencias de publicidad y los propios medios, por cuanto no se trata de temas importantes para la sociedad y supondría una restricción a la competencia.



Código:		Fecha	20/11/2019
Firmado Por	MARTA OLEA MERINO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	Página	3/4

Por todo ello, resulta aplicable el límite establecido en el artículo 14.1.h) de la *Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*.

Contra esta resolución, que pone fin a la vía administrativa, cabe interponer, en el plazo de dos meses, a contar desde el día siguiente a su notificación, recurso contencioso-administrativo, de acuerdo con lo previsto en la *Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa*, o, previa y potestativamente, reclamación ante el Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía en el plazo de un mes, a contar desde el día siguiente a su notificación, de conformidad con el artículo 33.1 de la *Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía*.

Mediante este documento se notifica a la persona solicitante el presente acto, según lo exigido en el artículo 40.1 de la *Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas*.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Código:		Fecha	20/11/2019
Firmado Por	MARTA OLEA MERINO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	Página	4/4

