



Registro Electrónico  
SALIDA  
20/05/2021 20:05:46  
202199901051420

## RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA EXP-2021/00000418

Con fecha **02/03/2021** tuvo entrada en la **CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR** la siguiente solicitud de información pública:

Razón social: [REDACTED]  
Nombre representante: [REDACTED]  
DNI / NIE / Pasaporte representante: [REDACTED]  
Nº. de solicitud: SOL-2021/00000708-PID@  
Número de expediente: EXP-2021/00000418-PID@

Apellidos representante: [REDACTED]  
Correo electrónico: [REDACTED]  
Fecha de solicitud: 02/03/2021

### Información solicitada:

Por la presente, solicitamos desde [REDACTED], con CIF [REDACTED] y registrada en el Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía, las siguientes cuestiones en relación con la campaña de publicidad institucional costeadas por la Junta de Andalucía con motivo del 28F de 2021 y que aún hoy sigue vigente en muchos medios impresos o digitales:

- número total de medios de comunicación en cualquier soporte que hayan sido adjudicatarios de esta campaña
- número total de medios de comunicación digitales que se hayan beneficiado de esta campaña y cantidad reservada para los mismos con motivo de esta campaña
- empresa intermediaria que se haya encargado del reparto de estos medios y coste total de la inversión de dinero público
- criterios de reparto que se han exigido desde la Junta de Andalucía para la campaña
- ¿se ha cumplido con la exigencia de tener auditorías de audiencia y, en el caso de medios digitales, de tener registrado el medio en el ROMDA, según exige el Colegio de Periodistas de Andalucía?

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,



|              |                   |   |            |
|--------------|-------------------|---|------------|
| FIRMADO POR  | MARTA OLEA MERINO | 20/05/2021  | PÁGINA 1/3 |
| VERIFICACIÓN | [REDACTED]        | <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> |            |



## RESUELVE:

### Conceder parcialmente el acceso a la información solicitada, informándole de lo siguiente:

La Dirección General de Comunicación Social tiene atribuidas 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 12.1, apartados b) y c) del *Decreto 114/2020, de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, de 8 de septiembre, por 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.

La campaña de publicidad institucional relativa al 28F del presente año 2021 se ha ejecutado en el marco del contrato “Planificación de medios y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión, publicidad exterior y cine, así como ejecución de los planes de medios para las acciones de comunicación de la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía” (expte. 112/2019 – CONTR 2019 709255), adjudicado por procedimiento abierto a las empresas “AVANTE COMUNICACIÓN, S.L.” (lote 1: prensa digital e impresa), “ZOSMAMEDIA, S.L.” (lote 2: radio y televisión) y “PROXIMIA HABAS, S.L.” (lote 3: publicidad exterior y cine). Puede obtener toda la información relativa a esta contratación en el siguiente enlace: <https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000253746.html>.

Concretamente la campaña ha tenido repercusión en 71 medios o soportes, además de varios soportes exteriores (autobuses urbanos e interurbanos, marquesinas, mupis y vallas). El nº de medios digitales asciende a un mínimo de 36. Respecto a los criterios de reparto, el ROMDA no es un instrumento legalmente vinculante.

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. La difusión de la información sobre dichos descuentos aplicados, sujetos a esta gran diversidad, podría provocar desequilibrios en este mercado y limitar la competencia, lo que conllevaría perjuicio tanto a los propios medios de comunicación como a las agencias de publicidad y a los propios anunciantes, papel que en este caso juega la Administración, que podría ver aumentado el importe requerido en futuras licitaciones. 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.

|              |                   |   |            |
|--------------|-------------------|---|------------|
| FIRMADO POR  | MARTA OLEA MERINO | 20/05/2021  | PÁGINA 2/3 |
| VERIFICACIÓN |                   | <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> |            |



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 supondría una restricción a la competencia y no se trata de una cuestión que repercuta en el ejercicio de la competencia relacionada con la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía.

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.

El plazo máximo para resolver y notificar la resolución es de 20 días hábiles contados desde la fecha de recepción de su solicitud por el órgano competente para resolver, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley 1/2014, de 24 de junio.

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

|              |                   |   |            |
|--------------|-------------------|---|------------|
| FIRMADO POR  | MARTA OLEA MERINO | 20/05/2021  | PÁGINA 3/3 |
| VERIFICACIÓN |                   | <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> |            |