



**RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA EXP-2021/00001138**

Con fecha 25/06/2021 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-2020/00001621-PID@  
Número de expediente: EXP-2021/00002273-PID@

Información solicitada: *Publicidad institucional.*

*Solicito conocer cuáles han sido las inserciones publicitarias de la Junta de Andalucía durante los años 2019, 2020 y 2021¿hasta la fecha que sea posible¿, así como las cuantías de las mismas y los medios de comunicación o plataformas destinatarios.*

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:**

**Conceder el acceso parcial 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



FIRMADO POR	MARTA OLEA MERINO	11/08/2021	PÁGINA 1/5
VERIFICACIÓN	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]



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 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 redes sociales prensa, radio y televisión, así como para la ejecución de planes de medios para acciones de comunicación.

El contrato de servicio de planificación y compra de espacios publicitarios en prensa, radio y televisión, así como ejecución de los planes de medios para las acciones de comunicación de la Consejería de la Presidencia y Administración local de la Junta de Andalucía, que consta de dos lotes (Lote 1: Prensa impresa y digital; Lote 2: Radio y televisión), se formalizó el 4 de mayo de 2017, estableciendo el pliego de cláusulas administrativas particulares un plazo de ejecución de un año a partir de dicha fecha, sin perjuicio de su prórroga por un período máximo igual al inicial que se formalizó el 15 de mayo de 2018, hasta el 3 de mayo de 2019.

Además se adjudicó un contrato denominado PLANIFIC. Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, EJECUC. PLANES DE MEDIOS PARA ACC. DE COMUNIC. INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOC. DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN REDES SOCIALES" (núm. expdte 5/2018) vigente hasta el 30 de noviembre de 2019, el cual se formalizó el 1 de agosto de 2018.

Asimismo, y en virtud de los artículo 7 y 8 de la *Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía*, la Junta de Andalucía publica con periodicidad cuatrimestral en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía y en la dirección <https://juntadeandalucia.es/organismos/sobre-junta/funcionamiento/gasto-publicidad.html>, los contratos, ayudas, subvenciones y convenios de publicidad institucional que por importe superior a 30.000 euros (IVA excluido), adjudique o conceda la Junta de Andalucía.

A partir del 1 de octubre de 2019, se comenzó a ejecutar el contrato cuyo expediente de contratación es el CONTR 2019 0000043770, adjudicado a la empresa M&C SAATCHI MADRID, S.L. 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>.

A partir del 14 de diciembre de 2020, se viene ejecutando el contrato cuyo expediente de contratación es el CONTR 2019 0000709255, dividido en 3 lotes, adjudicados a las empresas: Avante Comunicación, S.L. (Lote 1, formalizado el 25 de enero de 2021), Zosmamedia, S.L. (Lote 2, formalizado el 14 de diciembre de 2020) y Proximia Havas, S.L. (Lote 3, formalizado también el 25 de enero de 2021). Puede obtener toda la información relativa a esta contratación en el siguiente enlace:

FIRMADO POR	MARTA OLEA MERINO	11/08/2021	PÁGINA 2/5
VERIFICACIÓN			



<https://juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000253746.html>.

Destacar que en el Pliego de Cláusulas Administrativas, en su Anexo X, relativo a los criterios de adjudicación y baremos de valoración incluye el listado de medios y soportes sobre los que pueden planificarse las acciones de comunicación institucional que se consideran necesarias realizar.

Desde el 1 de agosto de 2018 se comenzó a ejecutar el contrato de PLANIFIC. Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, EJECUC. PLANES DE MEDIOS PARA ACC. DE COMUNIC. INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOC. DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN REDES SOCIALES, con número de expte.: 5/2018, cuya información puede consultarse en el siguiente enlace:

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000071755>.

A partir del 1 de abril de 2020 viene ejecutándose el contrato de planificación de medios y compra de espacios publicitarios en Redes Sociales con número de expte.: CONTR 2019 0000356728, cuya información puede consultarse en el siguiente enlace:

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/perfiles-licitaciones/detalle/000000172848.html>.

Este contrato se encuentra actualmente prorrogado y en ejecución.

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

- Detección de cáncer de colon.
- 28-F Día de Andalucía.
- Plan INFOCA.
- Inicio del curso escolar.
- Mujer y Deporte.
- Promoción de Sierra Nevada (2 oleadas).
- 50º Aniversario P. N. de Doñana.
- Promoción de la Real Escuela de Arte Ecuestre.
- Promoción de los Teatros andaluces.
- Salud Responde.
- Tarifa Plana de Autónomos.
- Orquesta Joven de Andalucía.
- Fomento. Viviendas Irregulares.
- Salud CUENTAS CLARAS.
- Plan Vive
- Escolarización (dos oleadas)
- Covid 19
- Recuperación Económica
- Turismo Intensamente (Gracias)

FIRMADO POR	MARTA OLEA MERINO	11/08/2021	PÁGINA 3/5
VERIFICACIÓN			



- .- Andalucía Segura
- .- INFOCA
- .- Educación
- .- SIERRA NEVADA
- .- Animales de compañía
- .- Juegos de Azar
- .- BONO Turístico
- .- Vacunación gripe
- .- Violencia de género
- .- Ludopatía (dos oleadas)
- .- PYMES
- .- Concienciación COVID (dos oleadas)
- .- Comercio de Proximidad
- .- Apoyo Comercio andaluz
- .- Reapertura Escolarización
- .- Agenda Cultura
- .- Campaña Fomento Transporte Público (dos oleadas)
- .- Ayudas alquiler
- .- Te quiero pedir algo (Concienciación COVID)
- .- Inicio curso escolar
- .- Día de la Mujer, 8 de Marzo
- .- Artesanía hecha en Andalucía
- .- Centros de Día Igualdad
- .- Cultura y patrimonio
- .- Empleo autónomos

No obstante las competencias de dirección, planificación y desarrollo de la acción institucional, así como de la estrategia de imagen institucional de la Junta de Andalucía que ostenta este órgano directivo, no se dispone de los detalles presupuestarios de la ejecución de dichas acciones de comunicación institucional realizadas por las Consejerías y sus organismos dependientes durante todo el período de tiempo para el que se solicita la información. La Dirección General de Comunicación Social no cuenta con un sistema de información que proporcione la información solicitada, por lo que resulta aplicable la causa de inadmisión establecida en el apartado 1.c) del artículo 18 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, a la parte de la información pública solicitada y no proporcionada.

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

FIRMADO POR	MARTA OLEA MERINO	11/08/2021	PÁGINA 4/5
VERIFICACIÓN			



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 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 en detrimento de las arcas públicas. 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.

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.

El plazo máximo para resolver y notificar la resolución es de 20 días hábiles contados a partir de la 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.

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	11/08/2021	PÁGINA 5/5
VERIFICACIÓN			