



GRUPO PARLAMENTARIO

PREGUNTA CON RESPUESTA POR ESCRITO

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

D. MANUEL MARISCAL ZABALA, D. VÍCTOR MANUEL SÁNCHEZ DEL REAL Y D. JOSÉ MARÍA FIGAREDO ALVAREZ-SALA, en su condición de Diputados del Grupo Parlamentario VOX (GPVOX), al amparo de lo establecido en los artículos 185 y siguientes del vigente Reglamento del Congreso de los Diputados, presentan las siguientes **preguntas, para las que solicitan respuesta por escrito.**

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El 20 de marzo de 2020 la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA), que aglutina varios grupos audiovisuales como Atresmedia, Net TV o Realmadrid TV, solicitó ayudas al Gobierno para paliar las pérdidas económicas que están sufriendo a causa de la caída de la inversión privada en publicidad.

El comunicado de UTECA expone que, en el contexto de la crisis sanitaria actual y desde que el Gobierno decretó el estado de alarma, el confinamiento ha provocado que aumente en un 40% el consumo televisivo. Sin embargo, dicho incremento de audiencia no compensa el descenso del 45% que dicen ha tenido lugar en la inversión publicitaria en el sector audiovisual, a causa de la paralización de casi toda la actividad económica en nuestro país.



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

# VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

En virtud de los artículos 12 de la *Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional* y 11 del *Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado*, el Gobierno elabora anualmente un Plan de Publicidad y Comunicación Institucional en el que deben incluirse todas las campañas institucionales que prevea desarrollar durante ese lapso temporal la Administración General del Estado.

En este marco, el último plan aprobado fue el de enero de 2019, en el que se establece que *“la Administración General del Estado llevará a cabo 118 campañas de publicidad o comunicación institucional durante el año 2019, con un presupuesto de 62,85 millones de euros”*, distribuidos por este orden entre las siguientes herramientas de comunicación: *“internet, prensa escrita, radio y televisión”*. Según expone el mencionado Plan, en 2019 el 36,8% de las campañas fueron publicitadas en el medio televisivo.

Por ello, aunque sea cierta la disminución de la inversión privada en los medios audiovisuales a la que hace alusión UTECA, también lo es que dichos medios pueden contar con un ingreso anual voluminoso y constante que proviene de la publicidad institucional de nuestro Gobierno. Asimismo, debe tenerse en cuenta que, en un contexto de emergencia como el actual, existen otros sectores empresariales también enormemente necesitados de la ayuda del Ejecutivo para poder superar la brutal crisis económica que dejará el paso de la pandemia. Por ello, deben emplearse criterios estrictos de eficiencia en la inversión del Estado, a causa de los altos volúmenes de deuda que se están generando y se generarán en el futuro próximo.

Grupo Parlamentario VOX, Carrera de San Jerónimo s/n 28071 Madrid

Telf. 91 390 57 63 /91 390 76 42

[gpvox@congreso.es](mailto:gpvox@congreso.es)

C.DIP 18523 26/03/2020 13:17



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

En virtud de lo expuesto, se formula la siguiente:

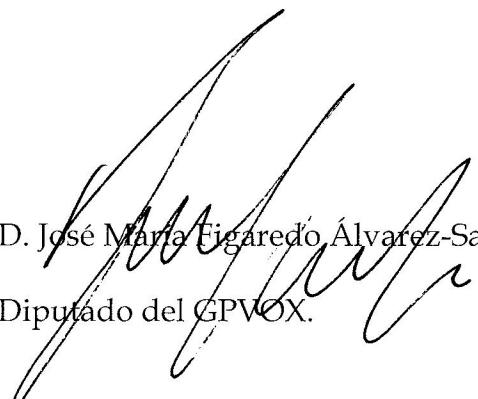
**PREGUNTA**

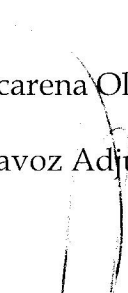
1. Del total invertido por el Gobierno en 2019 en comunicación y publicidad institucionales en medios televisivos, ¿qué cantidad exacta se destinó a campañas emitidas por las televisiones privadas agrupadas en la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA)?

Palacio del Congreso de los Diputados, a 26 de marzo de 2020.

  
D. Manuel Mariscal Zabala.  
Diputado del GPVOX

  
D. Víctor Manuel Sánchez del Real.  
Diputado del GPVOX.

  
D. José María Figaredo Álvarez-Sala.  
Diputado del GPVOX.

  
D<sup>a</sup> Macarena Olona Choclán.  
Portavoz Adjunta GPVOX.