



GRUPO PARLAMENTARIO

PREGUNTAS CON RESPUESTA POR ESCRITO

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

DAVID GARCÍA GOMIS, TOMÁS FERNÁNDEZ RÍOS y ROCÍO DE MEER MÉNDEZ, 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

1. El principal medio de comunicación beneficiado durante el año 2023 por la publicidad institucional del Ministerio de Sanidad fue la *Cadena Ser*. Así, “[s]e trata del único medio que recibió más de 100.000 euros en campañas de publicidad (145.170 euros)”¹.
2. Además, el Ministerio destinó el 30 % de su presupuesto para publicidad -que asciende a 2,5 millones de euros- a campañas en redes sociales, repartido de la siguiente manera: *Instagram* recibió 132.216 euros y *Facebook* 161.111 euros; YouTube recibió 276.383 euros y *Spotify* 120.845 euros².

¹ <https://theobjective.com/economia/2024-04-10/sanidad-destina-publicidad-campanas-redes-youtube-spotify/>

² <https://theobjective.com/economia/2024-04-10/sanidad-destina-publicidad-campanas-redes-youtube-spotify/>



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

3. Respecto a la publicidad a través de medios de comunicación en el 2023, el reparto fue el siguiente: “La Ser, el único medio que recibió más de 100.000 euros (145.170 euros), Cope (97.380), Los 40 (88.098), Antena 3 (79.657), Onda Cero (58.937) y Cuatro (53.275). No obstante, estas cifras pueden ser mayores, ya que en algunas campañas el Ministerio ofrece los datos por grupos y no por medios de comunicación, por lo que es difícil conocer cómo ha sido distribuido ese dinero finalmente”³.
4. Por último, cabe destacar que el Gobierno gastará en la presente Legislatura 270 millones de euros en publicidad institucional, “la segunda cifra más alta de los últimos 14 años”⁴.

En relación con los datos mencionados, se formulan las siguientes

PREGUNTAS

1. ¿Cuál ha sido el destino del presupuesto para publicidad institucional del Gobierno en 2023, desglosado por medios de comunicación?
2. ¿Prevé el Gobierno facilitar los datos detallados del gasto en publicidad institucional para que los españoles puedan acceder a ellos directamente de manera clara y transparente?
3. ¿Qué criterios sigue el Gobierno a la hora de asignar el presupuesto para publicidad institucional a los distintos medios de comunicación?
4. ¿Cuáles son los motivos que justifican que la cifra del gasto en publicidad institucional del Gobierno sea la segunda más alta en los últimos 14 años?

³ Ídem

⁴ <https://theobjective.com/economia/2024-02-01/gobierno-publicidad-institucional-record-2024/>



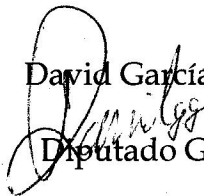
CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

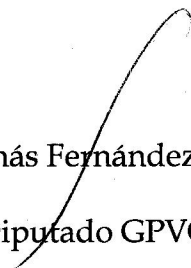
XV LEGISLATURA

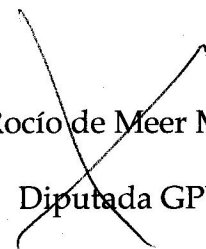
VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Palacio del Congreso de los Diputados, a 15 de abril de 2024.


David García Gomis
Diputado GPVOX


Tomás Fernández Ríos
Diputado GPVOX


~~Rocío de Meer Méndez
Diputada GPVOX~~