

MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS SOBRE LA INICIATIVA NORMATIVA CONTENIDOS EN EL ARTÍCULO 4 DE LA LEY 2/2011, DE 4 DE MARZO, DE ECONOMÍA SOSTENIBLE, RELATIVOS AL PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA COORDINACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

El artículo 4 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, exige que las Administraciones públicas actúen en sus iniciativas normativas de acuerdo con los principios de necesidad, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia, accesibilidad, simplicidad y eficacia. A estos efectos, se elabora este informe relativo al cumplimiento de estos principios del Proyecto de Decreto por el que se regula la organización administrativa en materia de transparencia pública en el ámbito de la Administración de la Junta de Andalucía.

1. Principio de necesidad

El principio de necesidad exige que la iniciativa normativa esté justificada por una razón de interés general.

El Decreto 204/2015, de 14 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia y Administración Local, atribuye a ésta la competencia de **coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Junta de Andalucía**, y, en concreto, a la Dirección General de Comunicación Social, las competencias 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**. Asimismo, atribuye a dicho centro directivo la **dirección de la estrategia de imagen institucional de la Junta de Andalucía, y la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, además de la asistencia y asesoramiento en materias de su competencia a las distintas Consejerías y entidades instrumentales de la Administración de la Junta de Andalucía**.

Asimismo, la gestión de las acciones de comunicación institucional que le correspondan en el ejercicio de sus competencias, **así como la autorización de cualquier otra acción de comunicación institucional ya sea de información, divulgación o publicidad, ya sea en forma de campaña informativa, edición de catálogos, folletos u otros medios de divulgación, incluidos los de diseño, conducentes a informar a la ciudadanía, que se lleven a cabo por las consejerías o sus entidades instrumentales**.

El Decreto sirve para, en un solo texto normativo, regular todos estos aspectos, comunicación institucional y su coordinación, identidad corporativa, que se hallaban dispersos en diversas Órdenes y Decretos. Asimismo, se añade la referencia a las redes sociales. Por tanto, el interés general resulta evidente.

2. Principio de proporcionalidad

El principio de proporcionalidad exige que la propuesta normativa sea el instrumento más adecuado para garantizar la consecución del objetivo que se persigue, tras constatar que no existen



Código:		Fecha	22/07/2015
Firmado Por	EUGENIO COSGAYA HERRERO		
Url De Verificación	https://ws043.juntadeandalucia.es/verifirma/	Página	1/3



otras medidas menos restrictivas y menos distorsionadoras que permitan obtener el mismo resultado.

En este caso se trata, evidentemente, del instrumento más adecuado –véase, además, la justificación relativa al principio de simplicidad-, toda vez que se trata de unificar la normativa existente en una sola norma que atienda la coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la identidad corporativa. Además, se actualiza la denominación, régimen de funcionamiento y competencias de la anterior Comisión Interdepartamental para coordinación de la información y divulgación de la Acción Institucional.

3. Principio de seguridad jurídica.

El principio de seguridad jurídica exige que la iniciativa normativa se ejerza de manera coherente con el resto del ordenamiento para generar un marco normativo estable y predecible, creando un entorno de certidumbre que facilite la actuación de los ciudadanos y empresas y la adopción de sus decisiones económicas.

El Proyecto de referencia se enmarca adecuadamente en el ordenamiento jurídico, pues responde a la necesaria ordenación de toda la normativa en materia de comunicación institucional e identidad corporativa, la cual se componía de Decretos y Órdenes que habían sufrido sucesivas modificaciones, como de un Acuerdo del Consejo de Gobierno. Asimismo, dado de que se trata de una reglamento interno no afecta en modo alguno a la actuación de los ciudadanos ni empresas.

4. Principio de transparencia.

El principio de transparencia exige que los objetivos de la regulación y su justificación deban ser definidos claramente.

La norma pretende regular mecanismos necesarios para regular la coordinación de la imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía, en cuanto a identidad corporativa y comunicación institucional, mediante la unificación de la normativa existente a fin de una mayor claridad. Por lo tanto, su tramitación está más que justificada:

- Se regula la identidad corporativa.
- Se actualiza la Comisión regulada en el Decreto 35/1991, de 12 de febrero.
- Se regula la coordinación de las acciones de comunicación institucional, hasta ahora dependiente, en parte, de la aprobación de las sucesivas Leyes de presupuestos y que ahora se recogida en el Decreto 204/2015, de 14 de julio.
- Se incorpora la referencia a la coordinación de páginas web y presencia en redes sociales.
- Se regula el procedimiento de elaboración del Plan Anual de Comunicación, hasta ahora previsto en un Acuerdo, y se incorpora un necesario informe de evaluación, los cuales serán objeto de publicidad activa.



Código:		Fecha	22/07/2015
Firmado Por	EUGENIO COSGAYA HERRERO		
Url De Verificación	https://ws043.juntadeandalucia.es/verifirma/	Página	2/3



5. Principio de accesibilidad.

El principio de accesibilidad exige que se establezcan los mecanismos de consulta con los agentes implicados que estimulen su participación activa en el proceso de elaboración normativa, así como instrumentos de acceso sencillo y universal a la regulación vigente.

Junto a los informes preceptivos se prevé únicamente dar audiencia a todos y cada uno de los órganos superiores de la Administración de la Junta de Andalucía y entidades instrumentales de la misma.

Según lo dispuesto en el artículo 45.1.e), en relación con la Instrucción Tercera.1.2.e) de las Instrucciones sobre el procedimiento para la elaboración de anteproyectos de ley y disposiciones reglamentarias competencia del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, aprobadas por Acuerdo de 22 de octubre de 2002, no procede conceder trámite de audiencia a la ciudadanía, al revestir este proyecto de Decreto la naturaleza disposición de carácter organizativo del Gobierno y la Administración de la Junta de Andalucía o de las organizaciones dependientes o adscritas a ella, así como ser éstas las únicas afectadas por el mismo, constituyendo su ámbito subjetivo de aplicación, sin que afecte a derechos e intereses legítimos de la ciudadanía.

6. Principio de simplicidad.

El principio de simplicidad exige que toda iniciativa normativa atienda a la consecución de un marco normativo sencillo, claro y poco disperso, que facilite el conocimiento y la comprensión del mismo.

Tal principio se cumple, ya que uno de los objetivos del Decreto es acabar con la dispersión normativa existente, resultando un texto que refunde toda la normativa en materia de comunicación institucional e identidad corporativa, tal y como así resulta, además, de la Disposición Derogatoria única.

7. Principio de eficacia.

Según el principio de eficacia, las propuestas normativas deben partir de una identificación clara de los fines perseguidos, estableciendo unos objetivos directos y evitando cargas innecesarias y accesorias para la consecución de esos objetivos finales. El fin de la norma es claro: regular la coordinación de la estrategia de imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía. El Proyecto de Decreto no establece carga alguna a la ciudadanía, ya que se trata de una norma interna u organizativa.



EL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Código:		Fecha	22/07/2015
Firmado Por	EUGENIO COSGAYA HERRERO		
Url De Verificación	https://ws043.juntadeandalucia.es/verifirma/	Página	3/3

