

## DECISIÓN 14/2025 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EL PLURALISMO POLÍTICO EN LAS TELEVISIONES PÚBLICAS LOCALES DE ANDALUCÍA 2024-25

### I. ANTECEDENTES


El pluralismo político está recogido en la Constitución Española, en su artículo primero, como un valor superior del ordenamiento jurídico español. Constituye, además, un principio fundamental de las sociedades democráticas, por cuanto la legitimidad de la expresión de todas las ideas políticas democráticas y la utilidad de su confrontación alcanzan su pleno sentido a través del necesario respeto al pluralismo político.

Todos los medios de comunicación, y de forma fundamental los de carácter público, están obligados a favorecer el pluralismo, reflejando de forma proporcionada las diferentes corrientes políticas e ideológicas presentes en la sociedad.

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) tiene encomendada por ley la función de velar por «el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales». Por su parte, la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, en su artículo 2.1.c, establece entre sus principios inspiradores «el pluralismo político, religioso y sociocultural como condición esencial para el cumplimiento de la libertad de expresión, de información y de comunicación, garantizando la libre formación de la opinión pública, la diversidad y la cohesión social». Asimismo, entre las funciones del CAA también figura la de «realizar estudios sobre distintos aspectos del sistema audiovisual».

El CAA viene realizando desde 2009, de manera ininterrumpida, informes sobre pluralismo político con el fin de conocer con mayor detalle la realidad de las televisiones públicas de nuestra Comunidad Autónoma. Se trata de informes cuantitativos realizados de acuerdo con una metodología técnica y objetiva para la recogida, clasificación y presentación de los datos, que fue acordada por unanimidad por el Pleno del CAA en abril de 2008. Estos informes periódicos analizan, siempre de forma cuantitativa y no cualitativa, diversos aspectos relacionados con los informativos ofrecidos por los prestadores, destacando el reparto de los tiempos de palabra de los actores políticos según rol (institucional o de partido) y género.

El tiempo de palabra en los informativos es un instrumento fundamental para asegurar una cobertura informativa proporcionada a la relevancia electoral e institucional de cada formación y, en consecuencia, garantizar el respeto al pluralismo político. La medición del tiempo de presencia, como

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 1/16	

indicador fiable y medible de pluralismo, permiten la posibilidad de supervisión por parte las autoridades reguladoras independientes como este Consejo.

## II.- CONSIDERACIONES GENERALES

Aunque la metodología para la realización de los informes permanece invariable, basándose en la medición exclusivamente cuantitativa de los tiempos de voz de los actores políticos, este informe incorpora también las mejoras aprobadas por el CAA en el acuerdo del 23 de noviembre de 2021 sobre *Valoración del pluralismo político en las televisiones locales públicas de Andalucía*.

Este acuerdo considera prioritario hacer un esfuerzo de contextualización de los datos del informe del CAA en la realidad política, social y económica de cada prestador con el fin de tener una visión más real y cercana y amortiguar el desequilibrio que puede producir la aplicación de criterios homogéneos y exclusivamente cuantitativos a prestadores muy diferentes.


Se han contextualizado los tiempos de palabra y de los informativos en la programación general, en la realidad política del municipio desde el que emite cada televisión, en la realidad socioeconómica de los ayuntamientos y de las propias televisiones a través de sus presupuestos y de las plantillas de las que disponen

El periodo de tiempo seleccionado para la realización de la muestra de este informe abarca del 16 de junio de 2024 hasta el 15 de junio de 2025.

## III.- PRINCIPALES RESULTADOS

### Temas predominantes en los informativos

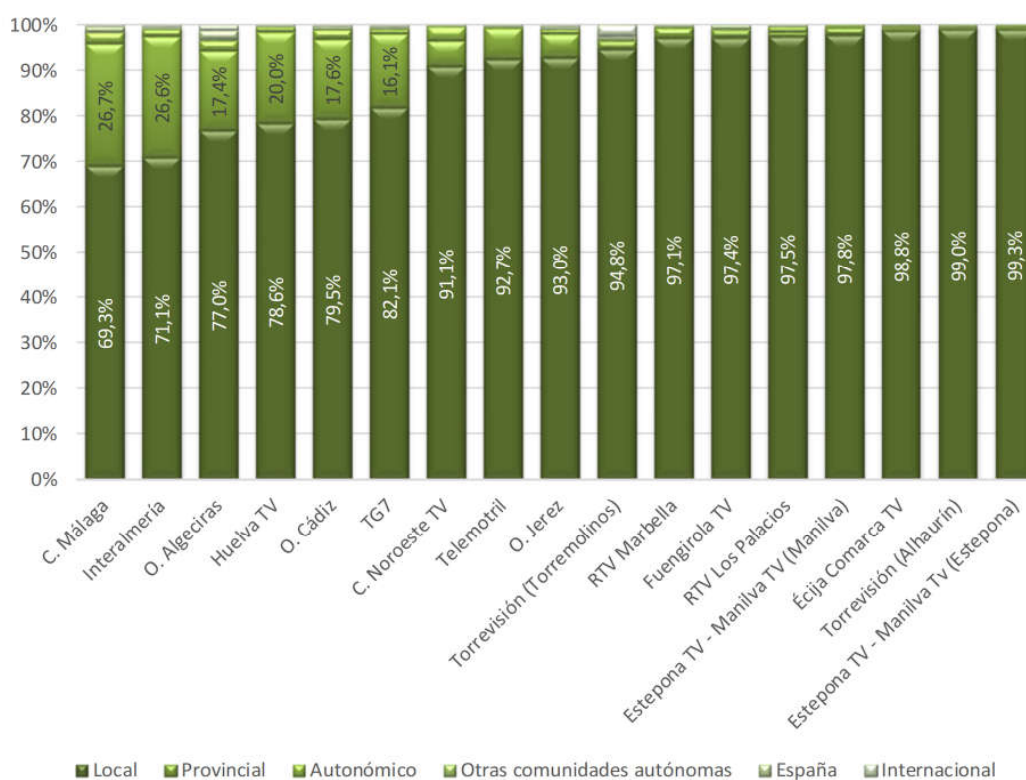
Los informativos de las televisiones municipales andaluzas continúan centrando su atención en los temas de sociedad, cultura y economía, que conforman el núcleo principal de la agenda informativa. Las noticias de sociedad siguen siendo las más frecuentes, con porcentajes que van desde el 17 % en Canal Málaga hasta el 33 % en Fuengirola TV, y una presencia también destacada en Torrevisión (Alhaurín) y Manilva TV, en torno al 28 %. Los contenidos de arte y cultura mantienen un peso importante en varios prestadores, especialmente en Torrevisión (Alhaurín) (36%), Estepona TV (34%) y Torrevisión (Torremolinos) (24%), mientras que otros, como Onda Algeciras o Canal Málaga, les otorgan menor relevancia. Por su parte, economía y negocios registra cifras notables en Telemotril (26%), Onda Jerez (22%) y Canal Málaga (19%), aunque su presencia disminuye en cadenas como RTV Los Palacios o Écija Comarca TV, con valores cercanos al 9%.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 2/16	

En conjunto, estos tres ámbitos —sociedad, cultura y economía— concentran la mayor parte de los contenidos emitidos y reflejan la orientación local de los informativos municipales, centrada en los intereses cotidianos y la actividad social y económica de sus municipios.

### Alcance geográfico de noticias

El análisis del ámbito territorial de las noticias emitidas muestra que la cobertura de los informativos municipales es predominantemente local en todos los prestadores. Las capitales de provincia —junto con Onda Algeciras— son las que mayor atención dedican a la información provincial, con valores que oscilan entre el 16,1 % en TG7 y el 16,7 % en Canal Málaga. En el resto de cadenas, la programación informativa se centra de manera casi exclusiva en el entorno más cercano, con porcentajes de noticias locales que van del 91,1 % en Costa Noroeste TV al 99,3 % en Estepona TV.



### Representación por género

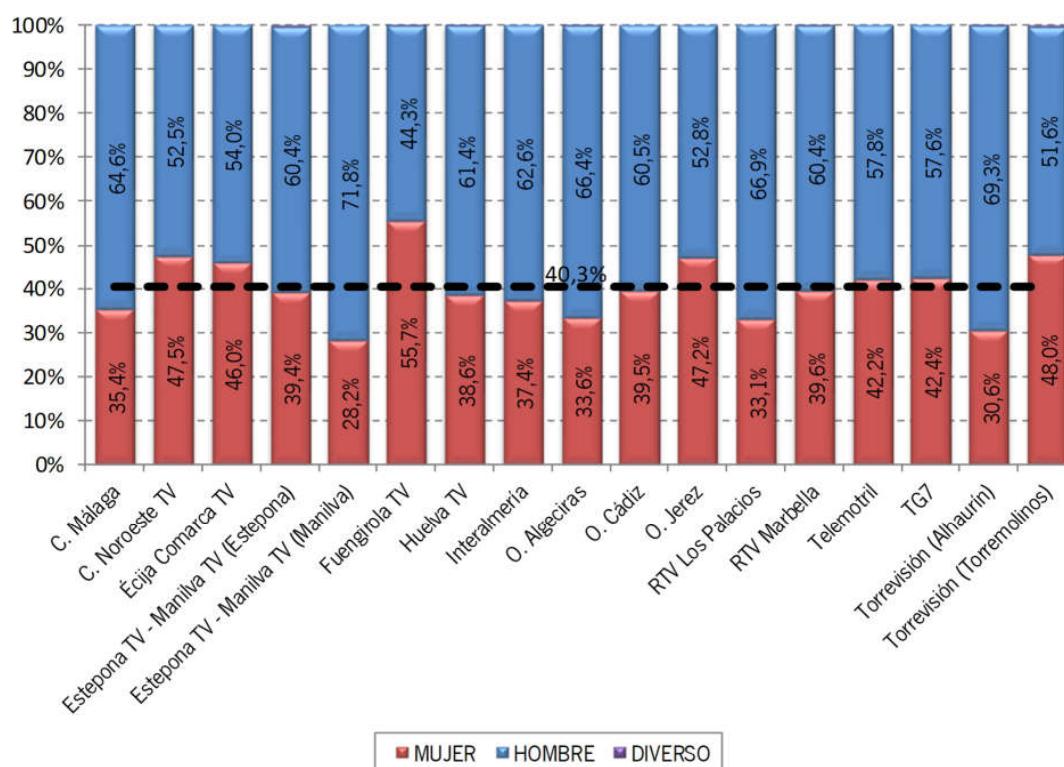
El tiempo de palabra femenino en los informativos de las televisiones municipales andaluzas se sitúa entre el 28,2 % registrado en Costa Noroeste TV y el 55,7 % en Fuengirola TV, con una media del 40 %, idéntica a la del periodo anterior. Las cadenas con mayor presencia de voces femeninas coinciden, en general, con municipios donde la corporación local está presidida por una mujer, como

Fuengirola TV, Telemotril, Onda Jerez, RTV Marbella, Torrevisión Torremolinos o Interalmérica. Esta circunstancia se da, por primera vez desde que se elaboran estos informes, en 10 de las 17 localidades analizadas.

No obstante, únicamente en Fuengirola TV el tiempo de palabra femenino supera al masculino. En esta edición se incorpora, además, la categoría de género diverso<sup>1</sup>, cuya presencia resulta aún testimonial en la mayoría de los prestadores.

### Roles Institucionales concretos

Por lo que respecta a los roles institucionales en todos los casos el primer puesto en tiempo de palabra corresponde al alcalde o alcaldesa de la localidad (Del 59% de Los Palacios al 21% de Interalmérica).

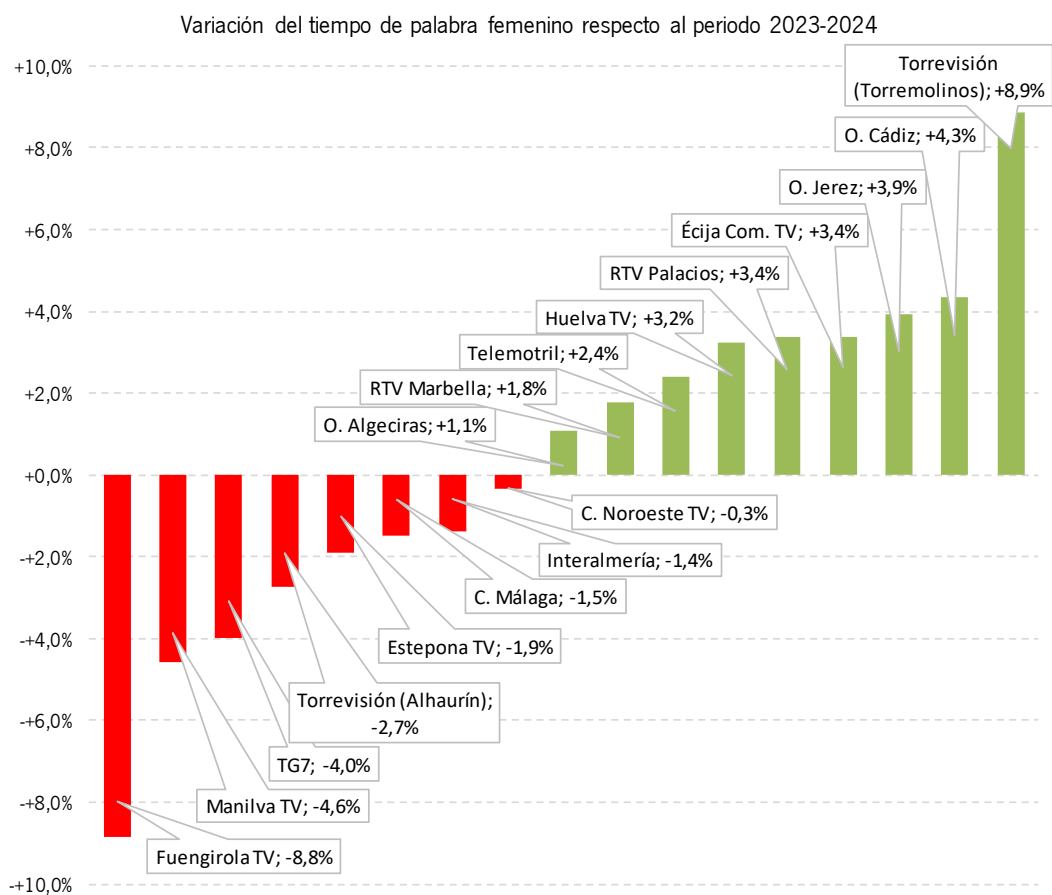



<sup>1</sup> La categoría sólo se usa cuando explícitamente se indica en el programa informativo que una persona no se identifica con el género masculino o femenino.

## Evolución respecto al informe anterior

En comparación con el periodo 2023-2024, el tiempo de palabra femenino experimenta variaciones moderadas en la mayoría de los prestadores, manteniéndose estable la media general. Destaca el incremento registrado en Torrevisión (Torremolinos), que aumenta casi nueve puntos porcentuales, seguida de Onda Cádiz (+4,3 pp), Onda Jerez (+3,9 pp) y Écija Comarca TV (+3,4 pp). También presentan ligeros avances RTV Los Palacios, Huelva TV y Telemotril, con subidas en torno al 2-3 %.

Por el contrario, los descensos más acusados se observan en Fuengirola TV (-8,8 pp) y en Estepona TV-Manilva TV (Manilva) (-4,6 pp), mientras que TG7 y Torrevisión (Alhaurín) registran reducciones menores. En conjunto, la evolución refleja una tendencia de estabilidad en la representación femenina, con ligeras mejoras en algunos municipios y descensos puntuales en otros, sin alterar significativamente el equilibrio general detectado en el informe anterior.



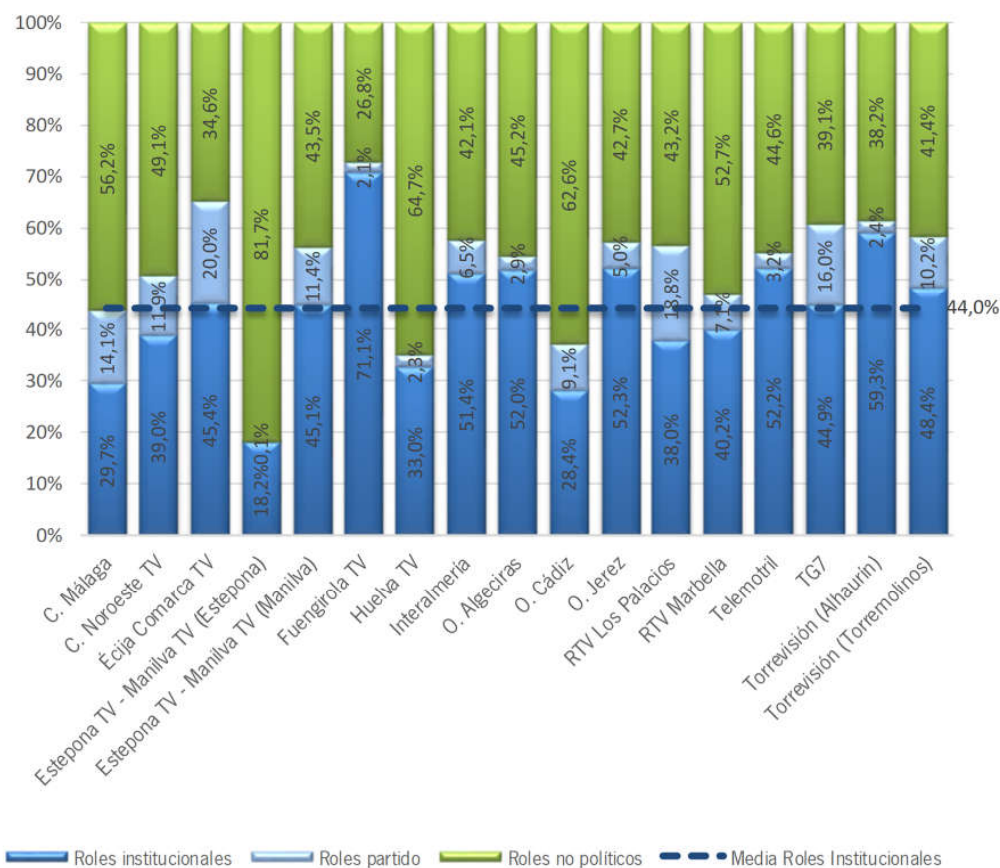
Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 5/16	


## Distribución del tiempo de palabra por tipo de rol

El análisis de los actores que intervienen en los informativos muestra una predominancia de los roles institucionales, que constituyen la principal fuente de las noticias en la mayoría de los prestadores, alcanzando en promedio un 44,0%. En cadenas como Fuengirola TV (71,1%), Torrevisión (Alhaurín) (59,3%), Interlmería (51,4%), Onda Jerez (52,3%) o Telemotril (52,2%), el protagonismo de cargos institucionales supera la mitad del tiempo total de palabra. Este patrón confirma la centralidad de la agenda institucional local en la información emitida.

Los roles no políticos, vinculados a ciudadanía, colectivos sociales, empresas o entidades culturales, representan un volumen relevante de intervención, especialmente en Estepona TV (81,7%) Canal Málaga (56,2%), Huelva TV (64,7%) y Onda Cádiz (62,6%), donde se observa un mayor equilibrio entre fuentes institucionales y sociales.

Por su parte, las intervenciones de roles de partido —dirigentes o portavoces con identificación explícita partidista— mantienen un peso minoritario, siendo mayor en Écija Comarca TV (20%), RTV Los Palacios (18,8%) y TG7 (16%).




Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 6/16	

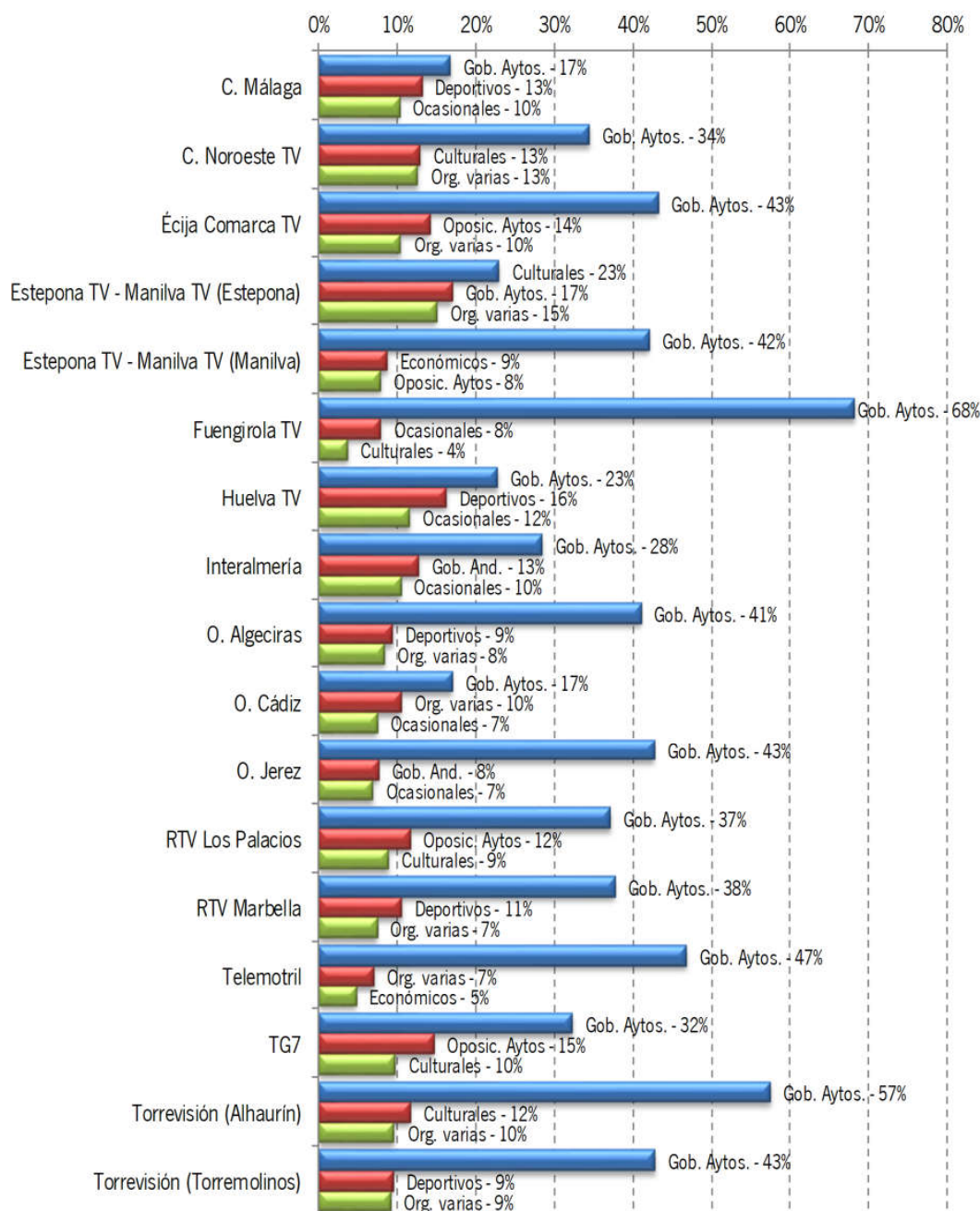
## Roles predominantes


El análisis de los roles específicos confirma que el Gobierno municipal es el actor predominante en todos los prestadores, salvo en Estepona TV, donde los actores culturales alcanzan el mayor tiempo de palabra (23%). En el resto de cadenas, la representación institucional es claramente mayoritaria, con especial peso en Fuengirola TV (68%), Torrevisión (Alhaurín) (57%) y Telemotril (47%). En el extremo opuesto, la presencia del Gobierno municipal, aunque continúa siendo la principal, es más reducida en Onda Cádiz (17%) y Canal Málaga (1 %).

Estos datos reflejan una estructura informativa en la que la actividad institucional y gubernamental local sigue ocupando una posición central, si bien se observan diferencias en la diversidad de fuentes complementarias —culturales, deportivas o sociales— que algunos prestadores incorporan con mayor equilibrio.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 7/16	





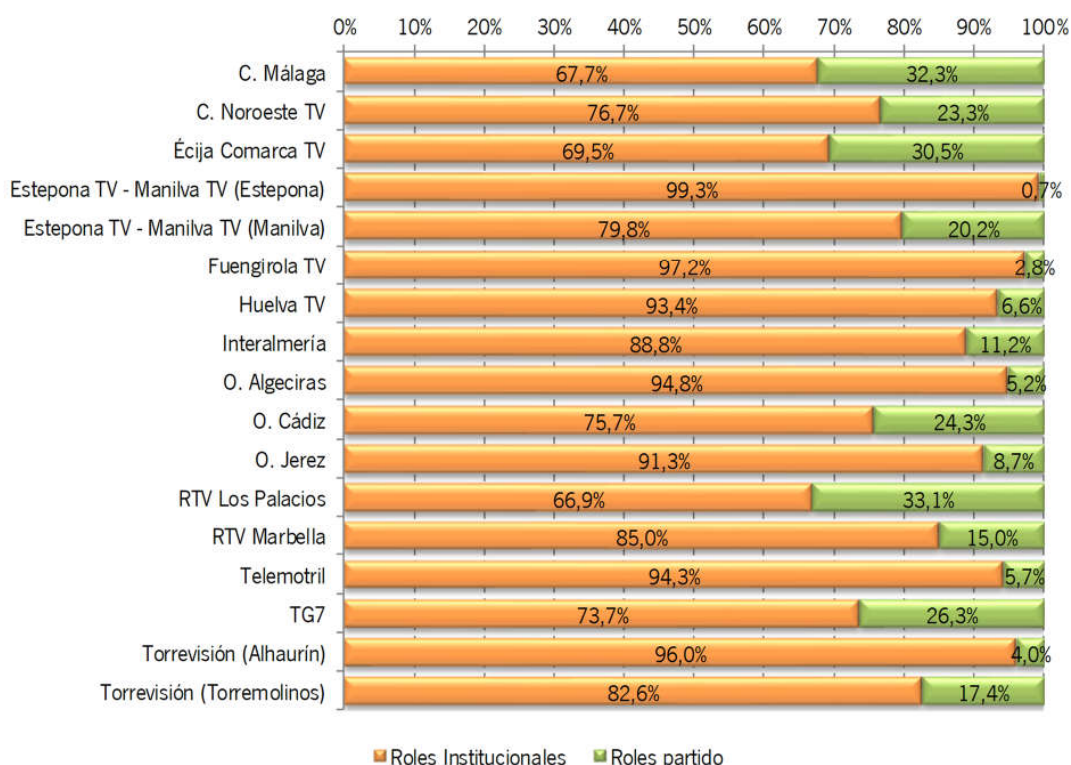
Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 8/16	



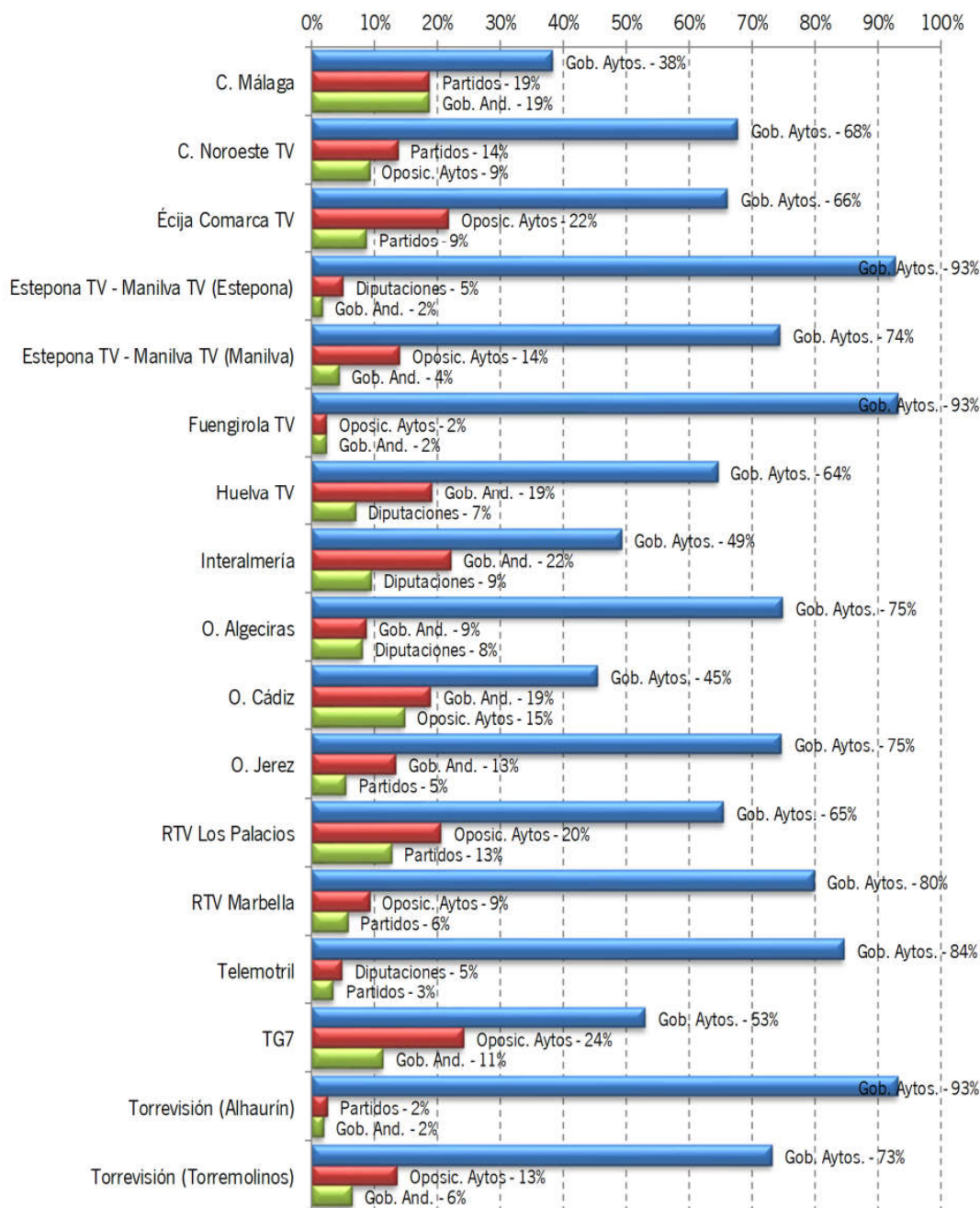
## Presencia institucional y de partido


Si se consideran únicamente los roles de carácter político, los institucionales concentran, en promedio, el 84,3% del tiempo de palabra, frente al 15,7% correspondiente a los roles de partido. Los valores más altos de presencia institucional se registran en Estepona TV (99,3%) y Fuengirola TV (97,2%), mientras que el mínimo se da en Canal Málaga (67,7%). En sentido inverso, los roles de partido alcanzan su mayor peso en Canal Málaga (32,3%) y su menor presencia en Estepona TV (0,7%).

En conjunto, los datos confirman la predominancia de la representación institucional sobre la partidista en los informativos municipales, una tendencia que se mantiene estable respecto al periodo anterior y que refleja el carácter principalmente institucional de la información emitida.



En el análisis de los roles políticos concretos, el Gobierno municipal continúa siendo el actor claramente predominante en todos los prestadores. Su peso oscila entre el 93% del tiempo de palabra en Fuengirola TV, Estepona TV y Torrevisión (Alhaurín), y el 38% registrado en Canal Málaga, donde la representación política presenta una mayor diversidad.



Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 10/16	

## Tiempo de palabra por partido político

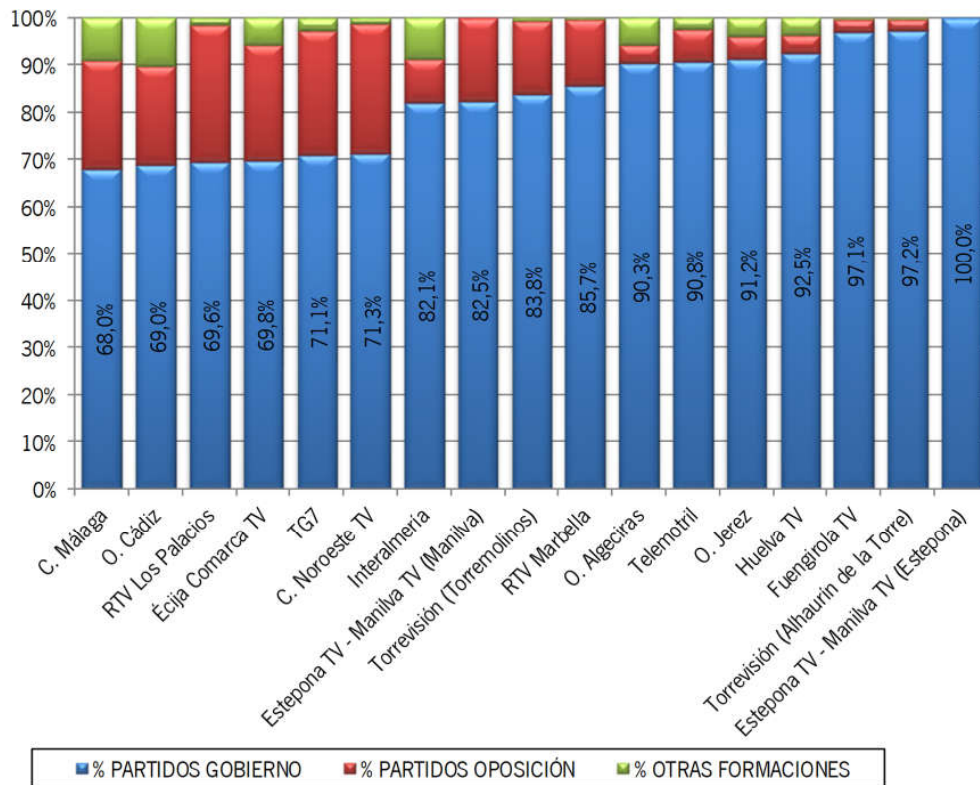
Si se agrupan los datos de los actores políticos por partidos, considerando tanto los roles institucionales como los roles de partido, puede apreciarse el peso que adquiere el partido del gobierno municipal al sumar sus tiempos de palabra en todas las administraciones donde ostenta responsabilidades de gobierno, así como el de los partidos que lo apoyan.

Del mismo modo, se refleja el peso de los partidos de la oposición municipal con representación en el Pleno, sumando su presencia tanto en el ámbito institucional —cuando ejercen responsabilidades en otras administraciones— como en su condición de partido. Finalmente, se incluye también la presencia de otras formaciones sin representación plenaria, cuya participación es testimonial en la mayoría de los prestadores:

PRESTADOR	PARTIDOS DEL GOBIERNO	% PARTIDOS GOBIERNO	% PARTIDOS OPOSICIÓN	% OTRAS FORMACIONES
C. Málaga	PP	68,0%	22,9%	9,1%
O. Cádiz	PP	69,0%	20,7%	10,2%
RTV Los Palacios	IP-IU CON ANDALUCÍA	69,6%	28,9%	1,5%
Écija Comarca TV	PP	69,8%	24,4%	5,8%
TG7	PP	71,1%	26,2%	2,7%
C. Noroeste TV	IU / PSOE <sup>2</sup>	71,3%	27,3%	1,3%
Interalmería	PP	82,1%	9,2%	8,8%
Manilva TV	PP / IU / COMPROMISO MANILVA <sup>3</sup>	82,5%	17,5%	0,0%
Torrevisión (Torremolinos)	PP	83,8%	15,5%	0,7%
RTV Marbella	PP	85,7%	13,8%	0,4%
O. Algeciras	PP	90,3%	3,9%	5,9%
Telemotril	PP / PMAS	90,8%	6,7%	2,4%
O. Jerez	PP	91,2%	4,9%	3,9%
Huelva TV	PP	92,5%	3,8%	3,7%
Fuengirola TV	PP	97,1%	2,7%	0,2%
Torrevisión (Alhaurín de la Torre)	PP	97,2%	2,5%	0,3%
Estepona TV	PP	100,0%	0,0%	0,0%

2 El 3 de marzo de 2025 el PSOE abandona el gobierno municipal.

3 Hasta el 17 de enero de 2025, el equipo de gobierno del municipio estuvo integrado por concejales del Partido Popular (PP) e Izquierda Unida (IU), ostentando la alcaldía el PP. El 17 de enero de 2025 se incorporaron al gobierno los concejales de Compromiso Manilva, conformando un nuevo ejecutivo integrado por PP, IU y Compromiso Manilva. Posteriormente, el 29 de abril de 2025 se presentó y aprobó una moción de censura, tras la cual el PP pasó a la oposición y quedó constituido un gobierno de Compromiso Manilva e IU, con la alcaldía en manos de Compromiso Manilva.

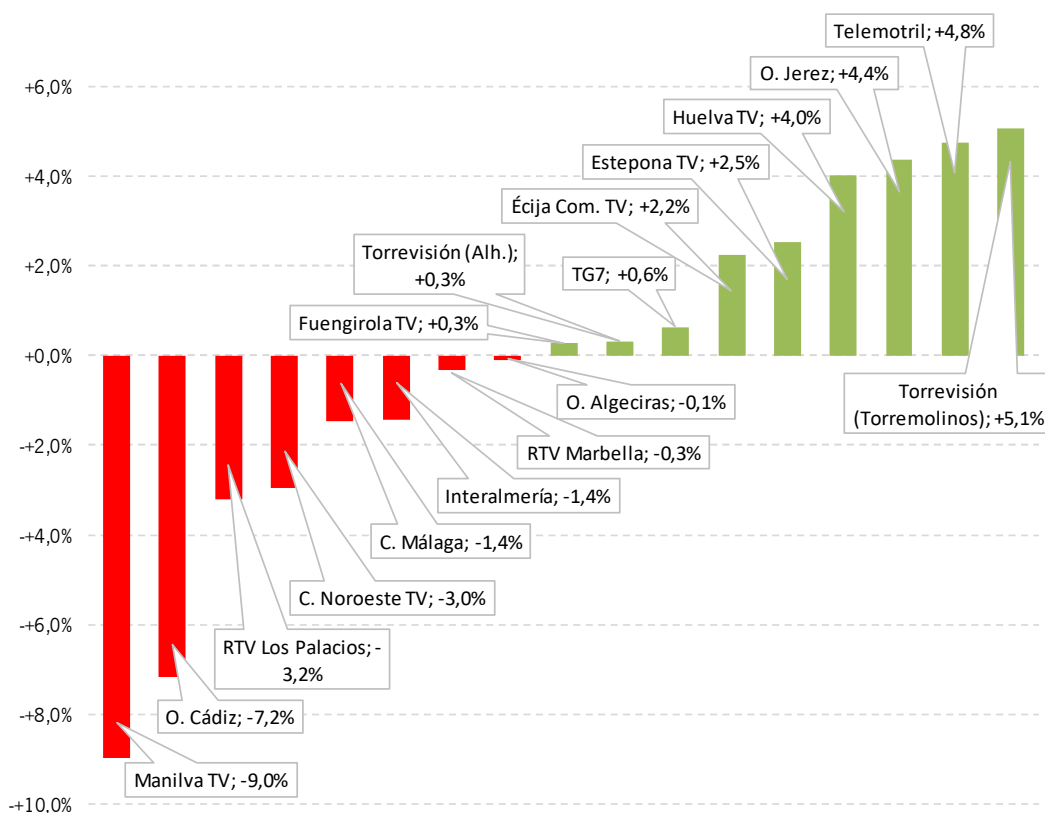


El promedio que las televisiones locales estudiadas otorgan a los partidos de gobierno de las corporaciones municipales, sumando el tiempo de palabra en todas las administraciones en las que gobiernan, es del 82,3%, lo que supone ligero descenso respecto al periodo anterior (83,1%). Los valores individuales varían entre el 68% en Canal Málaga y el 100% en Estepona TV.

En comparación con el periodo 2023-2024, la presencia de los partidos de gobierno municipal se mantiene estable en la mayoría de los prestadores, aunque con diferencias significativas entre cadenas. Los mayores incrementos se registran en Torrevisión (Torremolinos) (+5,1%), Telemotril (+4,8%), Onda Jerez (+4,4%) y Huelva TV (+4,0%), mientras que Estepona TV y Écija Comarca TV presentan también aumentos moderados.


Por el contrario, los descensos más acusados corresponden a Manilva TV (-9,0%) y Onda Cádiz (-7,2%), seguidos a mayor distancia por RTV Los Palacios (-3,2%) y Canal Málaga e Interalmérica (-1,4% cada una). En el resto de prestadores las variaciones son mínimas, con oscilaciones inferiores a un punto porcentual.

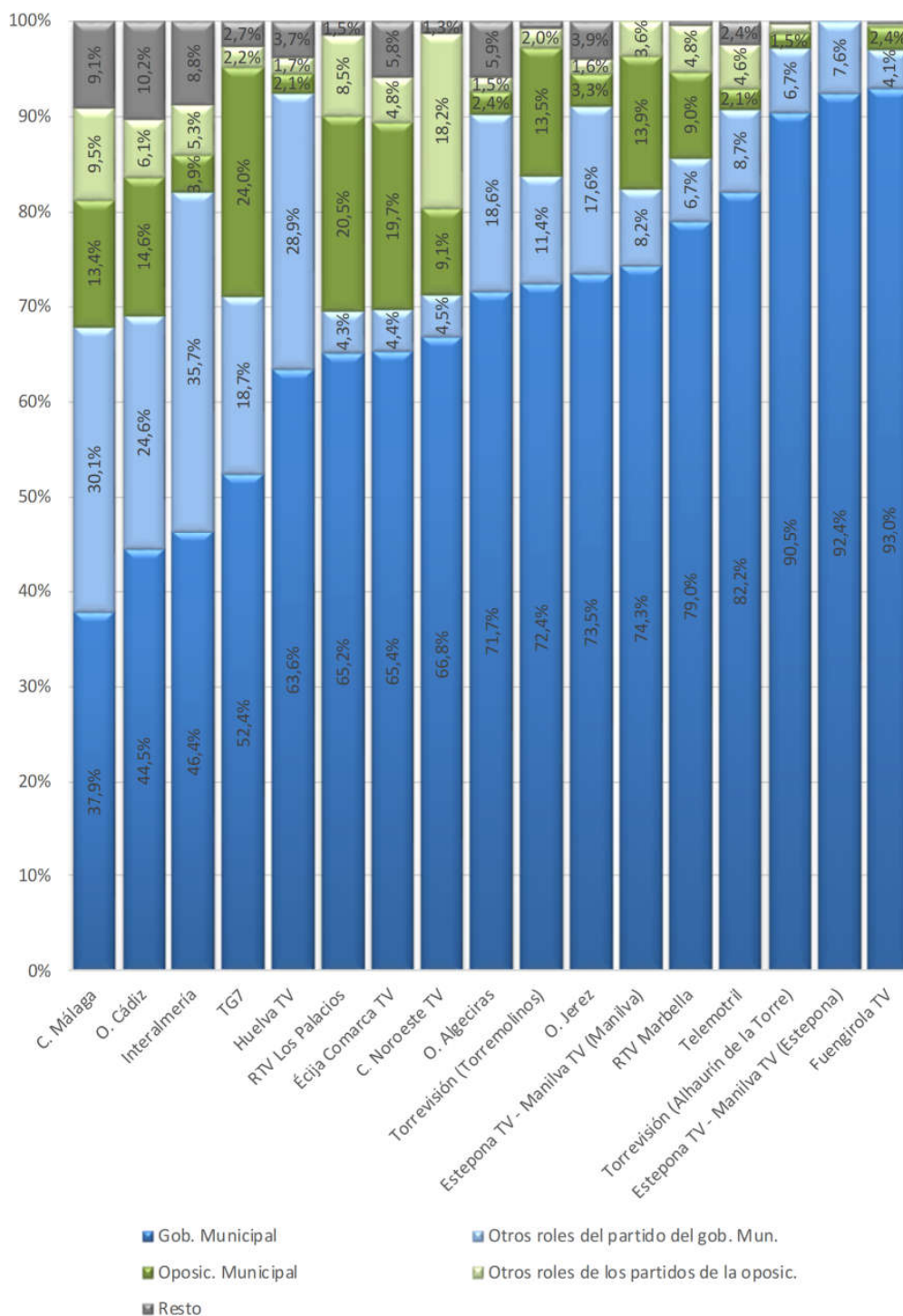
Variación del tiempo de palabra del partido del gobierno municipal respecto al periodo 2023-2024




### Tiempo de palabra del gobierno municipal

Al desglosar el tiempo de palabra correspondiente al gobierno municipal y a otros roles institucionales o de partido vinculados al mismo signo político —como representantes de la Junta de Andalucía o de las diputaciones provinciales— se observa que las capitales de provincia son los prestadores que menos tiempo dedican al gobierno local. En concreto, los porcentajes más bajos se registran en Canal Málaga (37,9 %), Onda Cádiz (44,5 %), Inter almería (46,4 %), TG7 (52,4 %) y Huelva TV (63,3 %). Estas mismas cadenas son, a su vez, las que conceden mayor presencia al Gobierno andaluz y a las diputaciones provinciales, lo que refleja una estructura informativa con un ámbito territorial más amplio y coherente con el alcance geográfico previamente analizado.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 13/16	



Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 14/16	



## Datos contextualizados dentro del total de la programación

Los prestadores con los mayores porcentajes de informativos sobre el total de la programación son O. Algeciras (13,4%), Canal Málaga (9,16%) y Fuengirola TV (9,14%). En cuanto al tiempo de palabra, Fuengirola TV (5,39%), Telemotril (4,98%) e Interlmería (3,64%) son los prestadores que destacan por asignar un porcentaje significativo de su programación a tiempos de palabra en los informativos. En términos del tiempo dedicado a actores políticos en general, Fuengirola TV (3,94%), Telemotril (2,76%) e Interlmería (2,11%) son las televisiones que les otorgan más espacio en su programación. Estos mismos prestadores también son los que destinan una mayor proporción de tiempo a actores con rol de gobierno: Fuengirola TV (3,83%), Telemotril (2,50%) e Interlmería (1,73%).

PRESTADOR	% INFORMATIVOS	% ACTORES EN INFORMATIVOS (sobre total de la prog.)	% ACTORES POLÍTICOS (sobre total de la prog.)	% ACTORES CON ROL DE GOBIERNO (sobre total de la prog.)
Estepona TV - Manilva TV (Estepona)	1,59%	0,60%	0,11%	0,11%
Estepona TV - Manilva TV (Manilva)	1,29%	0,52%	0,30%	0,20%
O. Cádiz	4,92%	1,49%	0,56%	0,38%
O. Jerez	4,88%	0,97%	0,56%	0,51%
RTV Los Palacios	3,54%	1,30%	0,74%	0,51%
Torrevisión (Torremolinos)	3,67%	1,05%	0,61%	0,52%
C. Málaga	9,16%	2,33%	1,02%	0,69%
RTV Marbella	4,66%	1,81%	0,86%	0,73%
Huelva TV	5,49%	2,55%	0,90%	0,83%
Torrevisión (Alhaurín)	3,11%	1,51%	0,94%	0,91%
Écija Comarca TV	3,70%	2,07%	1,36%	0,95%
TG7	9,10%	2,72%	1,65%	1,18%
C. Noroeste TV	8,39%	3,54%	1,80%	1,33%
O. Algeciras	13,40%	2,70%	1,48%	1,34%
Interlmería	8,12%	3,64%	2,11%	1,73%
Telemotril	8,18%	4,98%	2,76%	2,50%
Fuengirola TV	9,14%	5,39%	3,94%	3,83%

#### IV. DECISIONES

Teniendo en cuenta el prolijo y exhaustivo informe que las personas expertas del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) han elaborado a partir de los tiempos de palabra de los espacios informativos y de los análisis cuantitativos que se exponen sobre los mismos, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, en su reunión de 19 de noviembre de 2025, y previa deliberación de sus miembros, adopta por MAYORÍA las decisiones siguientes:

**PRIMERA.-** El CAA constata con preocupación creciente la consolidación de un proceso de incumplimiento mayoritario del pluralismo político, cuya vigilancia este órgano tiene encomendada, y pese a las recomendaciones realizadas en informes anteriores. En consecuencia, recordamos a los prestadores que tienen la obligación de garantizar el derecho de los ciudadanos a tener una información plural, en cumplimiento de la Constitución, el Estatuto de Autonomía y las leyes audiovisuales.

**SEGUNDA.-** En el caso de prestadores como Canal Málaga y Onda Cádiz, el CAA observa que se ha producido un avance positivo en el incremento de los tiempos de palabra de la oposición y una reducción de los espacios dedicados al gobierno municipal, lo cual redundaría en la observancia de los principios sobre los que se asienta el pluralismo político.


**TERCERA.-** El CAA insta a los prestadores que presentan mayores desequilibrios a que tomen medidas urgentes para aumentar los tiempos de palabra dedicados en los informativos a los partidos de oposición y constata el esfuerzo realizado por otras televisiones en realizar unos informativos más plurales.

**CUARTA.-** El CAA dispone que se notifique esta resolución a los prestadores públicos locales del sector audiovisual andaluz, a las corporaciones locales, a los grupos municipales y a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía.

En Sevilla, a 19 de noviembre de 2025.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo.: José Francisco Domínguez del Postigo

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a> indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	26/11/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmJEGGK3ZRPgAM9K3E4VGT54MCM	PÁG. 16/16	