



Consejo de  
Transparencia y  
Buen Gobierno

PRESIDENCIA

## RESOLUCIÓN

S/REF: 001-026474

N/REF: R/0491/2018 (100-01314)

FECHA: 20 de noviembre de 2018

**ASUNTO: Resolución de Reclamación presentada al amparo del artículo 24 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno**

En respuesta a la Reclamación presentada por [REDACTED], con entrada el 23 de agosto de 2018, el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, considerando los antecedentes y fundamentos jurídicos que se especifican a continuación, adopta la siguiente **RESOLUCIÓN**:

### 1. ANTECEDENTES

1. Según se desprende de la documentación obrante en el expediente, [REDACTED] solicitó al MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA, el día 19 de julio de 2018, lo siguiente:

- *El total de dinero invertido por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad para campañas de publicidad institucional desglosado por la propia campaña y por el medio de comunicación que ha recibido cada cantidad de dinero, entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2017, ambos inclusive.*
- *Se trata de una información de interés público y que otros organismos públicos, como la Generalitat de Cataluña o el Ministerio de Fomento ya han hecho pública a través de solicitudes en veces anteriores, como se puede ver, por ejemplo, en esta información del Ministerio de Fomento de eldiario.es entre 2012 y 2015: <https://www.eldiario.es/sociedad/Ministerio-Fomento->[REDACTED].html.*
- *Además, solicito que en la información se indique la fecha exacta de cada pago a cada medio, si no es posible ese nivel de detalle en la información, que al menos se desglose para cada uno de los años solicitados.*
- *Solicito que me remitan la información solicitada en formato accesible (archivo .csv, .txt, .xls, .xlsx o cualquier base de datos). En caso de que la información no se encuentre en cualquiera de estos formatos, solicito que se me entregue tal y como obre en poder de la institución, entidad o unidad correspondiente*

[reclamaciones@consejodetransparencia.es](mailto:reclamaciones@consejodetransparencia.es)



(documentos en papel, PDF...), previa anonimización de datos de carácter personal y disociación de aquellas categorías de información no solicitadas en mi solicitud de derecho de acceso, proceso no entendido como reelaboración en virtud del criterio interpretativo CI/007/2015 del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno.

2. Ante la falta de respuesta, [REDACTED] presentó Reclamación en este Consejo de Transparencia, con entrada el 23 de agosto de 2018, con el siguiente contenido:

- Realicé la solicitud de acceso a la información presente el pasado 19 de julio (adjunto el documento que lo acredita) y el Ministerio de Economía la tramitó el mismo día (adjunto el documento también). Aún, a 23 de agosto, no me ha comunicado ninguna respuesta a esta. Por tanto, han excedido el plazo de un mes y aún no han respondido.
- Mi solicitud pedía "el total de dinero invertido por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad para campañas de publicidad institucional desglosado por la propia campaña y por el medio de comunicación que ha recibido cada cantidad de dinero entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2017, ambos inclusive. Se trata de una información de interés público y que otros organismos públicos, como la Generalitat de Cataluña o el Ministerio de Fomento ya han hecho pública a través de solicitudes en veces anteriores, como se puede ver, por ejemplo, en esta información del Ministerio de Fomento de eldiario.es entre 2012 y 2015: <https://www.eldiario.es/sociedad/Ministerio-Fomento-ABC-> [REDACTED]
- Además, solicito que en la información se indique la fecha exacta de cada pago a cada medio, o si no es posible ese nivel de detalle en la información, que al menos se desglose para cada uno de los años solicitados".
- Tal y como ya indico en mi solicitud, se trata de información de interés público que otras administraciones ya han hecho públicas.
- Además, tal y como ha dictado el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno en otras ocasiones: "El artículo 8 d) de la LTAIBG indica que 'Los presupuestos, con descripción de las principales partidas presupuestarias e información actualizada y comprensible sobre su estado de ejecución y sobre el cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera de las Administraciones Públicas', pero esta amplitud de términos no es óbice para que se pueda solicitar el acceso a la información de forma más detallada en ejercicio del derecho reconocido en el artículo 12 de la misma ley. Por ello, debería prevalecer el interés público por encima de otros posibles límites". Es decir, ante la posibilidad de que alegan algún tipo de límite desde el ministerio, hay que tener en cuenta que se trata de una información de interés público para la ciudadanía, ya que sirve para que una administración rinda cuentas y explique cómo ha gastado unos determinados recursos monetarios.





3. El 28 de agosto de 2018, se trasladó la documentación obrante en el expediente al MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA para que presentase alegaciones, las cuales tuvieron entrada el 7 de septiembre de 2018, en la que manifestaba que *una vez analizada la reclamación y los motivos esgrimidos, esta Secretaría General Técnica informa que, con fecha 5 de septiembre de 2018, se ha trasladado al reclamante, a través de la aplicación GESAT, la resolución de fecha 3 de septiembre de 2018, concediendo la información solicitada con fecha 19 de julio de 2018.*

La citada Resolución de fecha 3 de septiembre de 2018, tenía el siguiente contenido:

- *Una vez analizada la solicitud, la Secretaría General Técnica considera que procede conceder el acceso a la información a que se refiere la solicitud presentada. Las campañas de publicidad institucional del Ministerio de Economía y Empresa se recogen en el cuadro siguiente:*

**AÑO EJECUTADO** 2014

**ORGANISMO** Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación

**CAMPAÑA** Difusión de los premios nacionales de investigación

**MEDIOS UTILIZADOS** Prensa escrita

**PRESUPUESTO** 5.716 €

*En los años 2013, 2015, 2016 y 2017 no se ha realizado ninguna campaña de publicidad institucional.*

4. El 12 de septiembre de 2018, se concedió Audiencia del expediente a [REDACTED] para que, a la vista del mismo, presentase las alegaciones que estimara pertinentes en defensa de su pretensión, las cuales tuvieron entrada el mismo día 12 de septiembre de 2018, con el siguiente contenido:

- *Tal y como indiqué ayer en los archivos que adjunté a este expediente en la sede del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, el Ministerio respondió a mi solicitud fuera de plazo y una vez ya reclamada, pero de todos modos no satisface lo que yo solicité. Indica que hubo una única campaña de publicidad institucional en el periodo que yo he solicitado y que en esta se destinaron únicamente a anuncios en Prensa escrita 5.716 €, pero no se explica el reparto entre los distintos medios de comunicación.*
- *El Ministerio debería indicarme cómo se repartieron esos 5.716€, igual que otros Ministerios sí han concedido la información que les he solicitado (la misma), como el Ministerio de Agricultura y me ha aportado el desglose de*



*dinero que han pagado a los medios de comunicación propiamente con su nombre.*

- *Además, quiero destacar que se trata de información de interés público para la ciudadanía, ya que sirve para la rendición de cuentas de una institución pública.*

## II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 24 de la LTAIBG, en relación con el artículo 8 del Real Decreto 919/2014, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Estatuto del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, el Presidente de este Organismo es competente para resolver las reclamaciones que, con carácter potestativo y previo a un eventual Recurso Contencioso-Administrativo, se presenten en el marco de un procedimiento de acceso a la información.
2. La Ley 19/2013, de 19 de diciembre, de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno reconoce en su artículo 12 el derecho de todas las personas a acceder a la información pública, entendida, según el artículo 13 de la misma norma, como *“los contenidos o documentos, cualquiera que sea su formato o soporte, que obren en poder de alguno de los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación de este título y que hayan sido elaborados o adquiridos en el ejercicio de sus funciones”*.

Por lo tanto, la Ley define el objeto de una solicitud de acceso a la información en relación a información que ya existe, por cuanto está en posesión del Organismo que recibe la solicitud, bien porque él mismo la ha elaborado o bien porque la ha obtenido en ejercicio de las funciones y competencias que tiene encomendadas.

3. En primer lugar, es necesario hacer una mención especial a los plazos establecidos en la LTAIBG para contestar a las solicitudes de acceso a la información.

A este respecto, debe indicarse que el artículo 20.1 de la LTAIBG señala que *La resolución en la que se conceda o deniegue el acceso deberá notificarse al solicitante y a los terceros afectados que así lo hayan solicitado en el plazo máximo de un mes desde la recepción de la solicitud por el órgano competente para resolver. Este plazo podrá ampliarse por otro mes en el caso de que el volumen o la complejidad de la información que se solicita así lo hagan necesario y previa notificación al solicitante.*

En el caso que nos ocupa, tal y como se ha indicado en los antecedentes de hecho y consta en el expediente, el Reclamante presenta su solicitud de acceso el 19 de julio 2018, contestando la Administración el 3 de septiembre de 2018, es decir, transcurrido el plazo de un mes y una vez presentada la pertinente Reclamación ante este Consejo de Transparencia y como consecuencia de la misma.





En este sentido, se recuerda que la Administración debe prever y realizar las actuaciones que internamente sean necesarias para conseguir que las solicitudes de acceso a la información que se le presente lleguen al órgano encargado de resolver de la manera más rápida posible, para evitar demoras innecesarias y perjudiciales para los derechos de los solicitantes. La LTAIBG establece un procedimiento ágil, con un breve plazo de respuesta y dispone la creación de unidades de información en la Administración General del Estado, lo que facilita el conocimiento por parte del ciudadano del órgano ante el que deba presentarse la solicitud así como del competente para la tramitación.

Este Consejo de Transparencia ya se ha pronunciado en casos precedentes (por ejemplo, en el expediente R/0100/2016) sobre esta ausencia de tramitación de la solicitud por parte de la Administración, llegando a la conclusión de que este lapso de tiempo, no achacable al solicitante sino a la Administración, corre en contra de los intereses del primero, lo que contradice el principio de eficacia administrativa del artículo 103.1 de la Constitución española, según el cual *"La Administración Pública sirve con objetividad los intereses generales y actúa de acuerdo con los principios de eficacia, jerarquía, descentralización, desconcentración y coordinación con sometimiento pleno a la Ley y al Derecho"*. La categorización como principio por la Constitución del deber de ser eficaz, comporta que la Administración ha de ajustarse en su actuación, no sólo al principio de legalidad, sino que, además, deberá poner todos los medios materiales y humanos para llevar a cabo el fin que la propia Constitución le asigna: la consecución del interés general.

4. En cuanto al fondo de la cuestión debatida, el artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece la obligatoriedad de la elaboración por parte del Gobierno de un informe anual de publicidad y comunicación en el que se incluyan todas las campañas institucionales llevadas a cabo previstas en la Ley, su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes. La normativa prevé asimismo la aprobación de dicho informe por el Consejo de Ministros, su posterior remisión a las Cortes Generales en el primer período de sesiones de cada año, y su puesta a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector.

El informe anual de Publicidad y Comunicación Institucional, elaborado por la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, órgano colegiado adscrito al Ministerio de la Presidencia, debe especificar, como mínimo para cada campaña, su importe (se refleja con IVA), los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes. Este informe se remite a las Cortes Generales en el primer periodo de sesiones de cada año y es puesto a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector. Además de la información preceptiva por la Ley 29/2005, se incluye para cada campaña (anexo III) la información relativa a la difusión, idioma, aplicación presupuestaria a la que se imputa cada iniciativa de publicidad y comunicación





institucional, organismos y entidades afectadas, objetivo y sentido de los mensajes, destinatarios de las campañas, periodo de ejecución, tipo de evaluación efectuada, así como las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

La Administración ha remitido cierta información al Reclamante acerca de las campañas publicitarias del año 2014, que éste considera insuficiente. Además, manifiesta la Administración no tener más información, dado que no se hicieron campañas publicitarias en los demás años solicitados.

Respecto de la información ya facilitada del año 2014, se observa que no incluye los datos relativos al dinero invertido por el Ministerio desglosado por el medio de comunicación que ha recibido cada cantidad de dinero, tal y como se solicitaba. Lo que se ofrece al solicitante es información sobre el dinero totalmente presupuestado, pero no desglosado, a los que se alude con la genérica expresión de *Prensa escrita*.

A nuestro juicio, esta respuesta es suficiente, puesto que, tal y como se especificaba en la solicitud, no se ha indicado el medio de comunicación en el que dicha campaña fue desarrollada.

En este sentido, cabe recordar que, el alcance del acceso a los gastos en materia de publicidad institucional, con desglose del detalle de los medios de comunicación que participaron en el desarrollo de la campaña y las cantidades asignadas a los mismos, ya ha sido objeto de numerosos expedientes tramitados por este Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, por ejemplo, los expedientes R/0556 y 557 de 2016). Por economía procesal, se dan por reproducidos los argumentos que recoge dichas resoluciones y, especialmente, el criterio asentado de este Consejo de Transparencia y Buen Gobierno relativo a la prevalencia en el interés público en el acceso a la información frente a eventuales perjuicios económicos a las empresas afectadas.

5. Por otro lado, en lo relativo a la ausencia de campañas de publicidad institucional en los años 2013, 2015, 2016 y 2017, se ha accedido por este Consejo de Transparencia al Plan anual de Publicidad y Comunicación Institucional contenido en la página Web <http://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Paginas/PianesEinformes.aspx> con los siguientes resultados:

- Para el año 2013, dicho Informe señala que el Ministerio de Economía y Competitividad ha realizado 1 campaña comercial (no institucional) en el presente Plan 2013 (página 17). Esta campaña es la relativa a la DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN, con un coste de 5.000€ e inserción en Prensa nacional (página 42). Asimismo, figura la campaña del ICO denominada PROMOCIONAR LAS LÍNEAS DE FINANCIACIÓN ICO 2013, con un coste de



600.000€, insertada en Radio, prensa, Internet y marketing postal, en el periodo marzo, abril y junio de 2013.

- Para el año 2014, figura solamente la campaña comercial DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN, con un coste de 5.000€ e inserción en Prensa nacional
- Para el año 2015, el Informe señala que el Ministerio de Economía y Competitividad ha realizado las campañas comerciales siguientes:

- DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN, con un coste de 5.000€ e inserción en Prensa nacional (página 48).

- La FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (FECYT), adscrita al Ministerio, ha realizado la campaña COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA FECYT Y SUS ACTIVIDADES, con un coste de 100.000€ y difusión en Radio, prensa, internet, exterior, marketing y otras herramientas de comunicación (folletos). También, la campaña PRECIPITA: ACTIVANDO LA CIENCIA COLECTIVA, del mismo Ministerio, con los mismos medios de difusión y coste que la anterior.

- PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DEL CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI) con un coste de 1.000.000€ y difusión en Radio, prensa, Internet y marketing.

- PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE), con un coste de 550.000€ en soportes o medios sin determinar.

- LÍNEA INNOVACIÓN FONDO TECNOLÓGICO del INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO), con un coste de 792.550€ y difusión en Radio, prensa e Internet.

- LÍNEAS ICO 2015, con un coste de 600.000€ y difusión en Radio, prensa, Internet y exterior.

- ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES de las actividades del ICO, con un coste de 350.000€ y difusión en revistas.

- Finalmente, respecto de los años 2016 y 2017, solamente aparece una campaña comercial del año 2017, denominada PROGRAMAS DE APOYO A LAS EMPRESAS con un coste de 792.550€ y difusión en Prensa e Internet.

No estando las campañas de publicidad comercial incluidas en la solicitud de acceso del interesado, tampoco deben incluirse en la presente Resolución.

6. En definitiva, por los argumentos anteriores, a nuestro juicio, la respuesta dada por la Administración debe ser completada, debiendo estimarse la Reclamación





en el apartado relativo a la campaña institucional del año 2014, facilitando la siguiente información adicional:

- *El total de dinero invertido por el Ministerio, desglosado por cada medio de comunicación (prensa escrita) que lo ha recibido, en la campaña institucional del año 2014.*

### III. RESOLUCIÓN

En atención a los Antecedentes y Fundamentos Jurídicos descritos, procede

**PRIMERO: ESTIMAR** la Reclamación presentada por [REDACTED], con entrada el 23 de agosto de 2018, contra el MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA.

**SEGUNDO: INSTAR** al MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA a que, en el plazo máximo de 7 días hábiles, remita a [REDACTED] la información referida en el Fundamento Jurídico 6 de la presente Resolución.

**TERCERO: INSTAR** al MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA a que, en el mismo plazo máximo de 7 días hábiles, remita a este Consejo de Transparencia y Buen Gobierno copia de la información enviada al Reclamante.

De acuerdo con el artículo 23, número 1, de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, la Reclamación prevista en el artículo 24 de la misma tiene la consideración de sustitutiva de los recursos administrativos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 112.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

En consecuencia, contra la presente Resolución, que pone fin a la vía administrativa, únicamente cabe, en caso de disconformidad, la interposición de Recurso Contencioso-Administrativo ante los Juzgados Centrales de lo Contencioso-Administrativo de Madrid en plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación, de conformidad con lo previsto en el artículo 9.1, c), de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

EL PRESIDENTE DEL CTBG  
P.V. (Art. 10 del R.D. 919/2014)  
EL SUBDIRECTOR GENERAL DE  
TRANSPARENCIA Y BUEN GOBIERNO

Fdo: Francisco Javier Amorós Dorda