



Consejo de  
Transparencia y  
Buen Gobierno AAI

JOSE LUIS RODRIGUEZ ALVAREZ (1 de 1)  
Presidente  
Fecha Firma: 07/02/2024  
HASH: 03d08896ade616b2b4042a2545895983

## Resolución reclamación art. 24 LTAIBG

**S/REF:** 001-080441

**N/REF:** 2421/2023

**Fecha:** La de firma.

**Reclamante:** [REDACTED]

**Dirección:** [REDACTED]

**Organismo:** MINISTERIO DEL INTERIOR.

**Información solicitada:** Publicidad y comunicación institucional.

**Sentido de la resolución:** Estimatoria.

### I. ANTECEDENTES

1. Según se desprende de la documentación obrante en el expediente, el 13 de junio de 2023 el reclamante solicitó al MINISTERIO DEL INTERIOR, al amparo de la [Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno](#)<sup>1</sup> (en adelante, LTAIBG), la siguiente información:

*«Solicito conocer para todos y cada uno de los años entre 2015 y 2022 el desglose de dinero invertido por el ministerio en campañas de publicidad y comunicación institucional. Incluido cualquier organismo, unidad, empresa o institución dependiente del ministerio. Solicito que para cada año se me indique el nombre del medio, tipo de medio (prensa, tv, digital, radio o lo que corresponda), a qué empresa (nombre y CIF) pertenece y cuánto dinero recibió del total de invertido por el ministerio en campañas de publicidad y comunicación institucional. Si, además, para cada año se puede añadir*

<sup>1</sup> <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-12887>

*al desglose sobre de qué unidad del ministerio, empresa pública o institución dependiente del ministerio eran las campañas, solicito que se me añada. Si no se puede añadir ese desglose, solicito que se me indique el motivo. Del mismo modo, recuerdo que si no se puede entregar algún dato en concreto eso no es óbice para no entregar el resto de lo solicitado.*

*Solicito la información en formato reutilizable tipo .csv o .xls.*

*Recuerdo que se trata de información sobre la que no cabe motivo para no entregarla. Así lo ha dictaminado el Consejo de Transparencia en resoluciones como la R-0754-2022 y muchos Gobiernos autonómicos ya lo publican de forma proactiva. Recuerdo también que algunos ministerios ya han entregado esta información ante solicitudes de información similares. Solicito que para cada año se me entregue el desglose final de pago a medios de comunicación de todo el dinero total invertido en campañas por el ministerio. Solicito que se me detalle si la cantidad indicada es el pago neto realizado al medio por las inserciones o es el pago hecho a la agencia contratada para la inserción incluyendo la comisión de esa agencia.*

*Del mismo modo, recordar que contratar a agencias u otro tipo de empresas para realizar el reparto o la inserción en medios tampoco exime a la Administración de entregar esta información. Las agencias que hacen la inserción son subcontratadas por la Administración y la Administración es competente, por ello, para recopilar y entregar esta información. Así lo establece, de hecho, la propia LTAIBG en su artículo 4».*

2. No consta respuesta de la Administración.
3. Mediante escrito registrado el 24 de julio de 2023, el solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, CTBG) en aplicación del [artículo 24<sup>2</sup>](#) de la LTAIBG en la que pone de manifiesto lo siguiente:

*«(...) Mi solicitud pedía de forma claro el dinero pagado a medios (a cada uno de forma desglosada y a su vez desglosada por años para la inserción de campañas de publicidad institucional del Ministerio del Interior. El ministerio más de un mes después de la solicitud ni la responde ni la tramita.*

*Tal y como indicaba mi solicitud es información de interés público y aunque el ministerio no disponga de ella sí la tienen las agencias que ha contratado y que tienen que facilitárselo. Por ello, por las resoluciones anteriores del Consejo sobre esta materia*

---

<sup>2</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a24>

*y porque el ministerio no alega nada para no entregar lo pedido, solicito que se le inste a entregarme lo que había solicitado: la información y cantidad de cada pago concreto a cada medio concreto».*

4. Con fecha 26 de julio de 2023, el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno trasladó la reclamación al MINISTERIO DEL INTERIOR solicitando la remisión de la copia completa del expediente derivado de la solicitud de acceso a la información y el informe con las alegaciones que considere pertinentes. El 8 de agosto de 2023 se recibió respuesta con el siguiente contenido:

*«(...) En este sentido, cabe destacar que, con fecha 20 de junio, la Subsecretaría del Interior requirió la información solicitada a la Dirección General de Tráfico (en adelante, DGT), siendo este el único centro directivo del Ministerio del Interior que realiza campañas de publicidad institucional. Con fecha 12 de julio, la DGT remitió la información solicitada.*

*No obstante, dado que en la respuesta ha de realizarse la ponderación de intereses y derechos, teniendo en cuenta el criterio interpretativo CTBG 1/2019, así como el artículo 14.1, letra h) de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (en adelante, LTBG), esta Subsecretaría ha considerado oportuno, de conformidad con lo establecido en el artículo 19.3 de la LTBG, conceder un plazo de alegaciones a las agencias de publicidad afectadas por esta solicitud de información, toda vez que la difusión de la información solicitada podría perjudicar sus intereses económicos y comerciales.*

*Finalmente, se ha de señalar que el citado trámite de audiencia ha sido iniciado mediante oficio de fecha 3 de agosto de 2023, encontrándose, por tanto, las agencias de publicidad afectadas dentro del plazo legal para realizar las alegaciones que estimen oportunas».*

5. El 9 de agosto de 2023, se concedió audiencia al reclamante para que presentase las alegaciones que estimara pertinentes. El 5 de septiembre se recibió un escrito en el que expone que:

*«Que realicé mi solicitud el pasado 13 de junio. A 24 de julio no se me había notificado nada al respecto y por tanto mi reclamación está interpuesta de forma correcta.*

*Alega interior que el 20 de junio pidieron información a la DGT, pero no me notificaron su tramitación. Tampoco el 12 de julio que dicen haber recibido la respuesta de la DGT. El trámite de afectación a terceros lo iniciaron según dicen el 3 de agosto, ya fuera de*

*plazo. Interior ha socavado mi derecho de acceso y se ha saltado todos los plazos que indica la LTAIBG. De hecho, a 5 de septiembre siguen sin haberme notificado por el portal de transparencia ni la tramitación ni la resolución de la solicitud ni siquiera la suspensión de plazo para las alegaciones a terceros.*

*Recordar también que Interior justifica que solo la DGT realiza campañas de publicidad institucional, pero no es cierto. En el informe de 2022 de Moncloa:*

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Documents/Plan%202022.pdf>

*consta por ejemplo una campaña de la Dirección General de Política Interior.*

*Esa misma dirección general realizó también campañas, por ejemplo, en 2016: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Documents/Informe\_2016.pdf en 2019:*

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Documents/Informe%202019.pdf>.

*Mi solicitud pedía todas las campañas dependientes de Interior desde 2015. En ningún caso el único organismo que las ha realizado es la DGT. Pido, por tanto, que se les inste a entregar todas las que dependan de Interior de forma explícita, no únicamente las de la DGT».*

6. El 29 de septiembre de 2023 se recibieron las siguientes alegaciones complementarias del Ministerio del Interior:

*«El solicitante solicita conocer, para todos y cada uno de los años comprendidos entre 2015 y 2022, el desglose del dinero invertido por el Ministerio del Interior en campañas de publicidad y comunicación institucional, incluido cualquier organismo, unidad, empresa o institución dependiente del Ministerio.*

*En este sentido, cabe señalar que en la contratación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la materialización de las campañas de publicidad institucional, el Ministerio del Interior no contrata directamente con los medios de comunicación en los que se difunden sus campañas de publicidad institucional, sino con agencias de medios.*

*Con estas agencias se contrata, no solo la compra de espacios publicitarios sino también los servicios de estrategia y planificación de la compra de espacios, la adaptación de la creatividad, las acciones que potencien los objetivos de las campañas*

*de publicidad, el asesoramiento y apoyo técnico necesario o el seguimiento y control de las campañas institucionales y de las acciones publicitarias antes mencionadas entre otros. Por este motivo, los datos relativos a la inversión publicitaria y al importe de la misma por los departamentos ministeriales no se refieren a la compra directa en medios de comunicación sino a los importes facturados por las agencias, por servicios no únicamente vinculados a la compra de espacios en medios sino por un servicio más extenso basado en la estrategia, el asesoramiento continuo y el seguimiento de las campañas.*

*La inversión que los medios reciben para la difusión de las campañas institucionales de la Administración General del Estado deriva de su relación con las agencias intermediarias y de los precios y descuentos que éstos, como terceros ajenos a la Administración, pacten en su relación privada.*

*Así, la facturación de las agencias de medios a la Administración deriva de precios y descuentos fijados en la adjudicación de contratos públicos que en nada incumben a los medios de comunicación y demás soportes publicitarios, y que en ningún caso tienen que guardar relación alguna con la relación jurídico-privada de agencias de medios y dichos medios y soportes publicitarios.*

*Por otra parte, las agencias que han concurrido al trámite de audiencia han manifestado su conformidad a que se facilite exclusivamente aquella información pública que se puso en manifiesto en los distintos actos de apertura de las propuestas presentadas, oponiéndose expresamente a que se facilite el resto de la información contenida en sus ofertas, puesto que, de darse esta información, se estarían desvelando sus estrategias de comunicación y planes de medios, suponiendo esto un grave perjuicio para sus intereses económicos y comerciales.*

*De igual modo, señalan que el solicitante pretende conocer “la inversión realizada”, no las ofertas comerciales detalladas de cada uno de los licitantes.*

*En definitiva, por todas las cuestiones anteriormente señaladas, y tomando como referencia la sentencia nº153/2018 del Juzgado Central Contencioso-Administrativo (...), esta Subsecretaría considera que procede conceder parcialmente el acceso a la información solicitada por concurrir el supuesto del artículo 14.1.h) de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, en virtud del cual “El derecho de acceso podrá ser limitado cuando acceder a la información suponga un perjuicio para: h) los intereses económicos y comerciales”, debiendo, en consecuencia, remitir al interesado a la información publicada en el siguiente enlace:*

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/paginas/PlanesEInformes.aspx>»

*Así pues, dado que se ha respondido al solicitante en vía de alegaciones, y de acuerdo con lo establecido en el art. 82.2 y 3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, se solicita que, por razones de celeridad en este procedimiento, se abra el trámite de audiencia al interesado con el fin de que alegue lo que estime pertinente en relación a la información proporcionada».*

7. El 29 de septiembre de 2023 se dio nuevo trámite de audiencia al solicitante, sin que, habiendo comparecido al trámite, haya formulado alegación alguna.

## II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el [artículo 38.2.c\) de la LTAIBG<sup>3</sup>](#) y en 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<sup>4</sup>](#), el presidente de esta Autoridad Administrativa Independiente es competente para resolver las reclamaciones que, en aplicación del [artículo 24 de la LTAIBG<sup>5</sup>](#), se presenten frente a las resoluciones expresas o presuntas recaídas en materia de acceso a la información.
2. La LTAIBG reconoce en su [artículo 12<sup>6</sup>](#) el derecho de todas las personas a acceder a la información pública, entendiéndose por tal, según dispone en el artículo 13, «*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*».

De este modo, la LTAIBG delimita el ámbito material del derecho a partir de un concepto amplio de información, que abarca tanto documentos como contenidos específicos y se extiende a todo tipo de “*formato o soporte*”. Al mismo tiempo, acota su alcance, exigiendo la concurrencia de dos requisitos que determinan la naturaleza “*pública*” de las informaciones: (a) que se encuentren “*en poder*” de alguno de los sujetos obligados, y (b) que hayan sido elaboradas u obtenidas “*en el ejercicio de sus funciones*”.

---

<sup>3</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a24>

<sup>4</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-11410&tn=1&p=20141105#a8>

<sup>5</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a24>

<sup>6</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a12>

Cuando se dan estos presupuestos, el órgano competente debe conceder el acceso a la información solicitada, salvo que justifique de manera clara y suficiente la concurrencia de una causa de inadmisión o la aplicación de un límite legal.

3. La presente reclamación trae causa de una solicitud, formulada en los términos que figuran en los antecedentes, en la que se pide el acceso a los gastos realizados en campañas de comunicación y de publicidad institucional en el ámbito ministerial, con un determinado desglose y en varias anualidades.

El organismo requerido no respondió en plazo a la solicitud, por lo que, con arreglo al artículo 20.4 LTAIBG, se entendió desestimada por silencio y expedita la vía para interponer la reclamación prevista en el artículo 24 LTAIBG.

Con posterioridad, en la fase de alegaciones de este procedimiento, pone de manifiesto que, de conformidad con lo establecido en el artículo 19.3 LTAIBG, se concedió a las agencias de publicidad afectadas un plazo para que alegaran lo que estimasen oportuno; resolviendo posteriormente la concesión parcial de la información solicitada por concurrir el supuesto previsto en el artículo 14.1.h) LTAIBG, y remitiendo al interesado, en consecuencia, a la página web de la Moncloa en la que constan los Planes e Informes de Publicidad y Comunicación Institucional.

4. Antes de entrar a examinar el fondo del asunto, procede recordar que el artículo 20.1 LTAIBG dispone que *«[l]a 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 presente caso, el órgano competente no respondió al solicitante en el plazo máximo legalmente establecido, sin que conste causa o razón que lo justifique. A la vista de ello, es obligado recordar a la Administración que la observancia del plazo máximo de contestación es un elemento esencial del contenido del derecho constitucional de acceso a la información pública, tal y como el propio Legislador se encargó de subrayar en el preámbulo de la LTAIBG al manifestar que *«con el objeto de facilitar el ejercicio del derecho de acceso a la información pública la Ley establece un procedimiento ágil, con un breve plazo de respuesta»*.

5. Sentado lo anterior, corresponde verificar la efectiva concurrencia del límite previsto en el artículo 14.1.h) LTAIBG, que permite la restricción del derecho de acceso a la información en aquellos casos que suponga un perjuicio para los intereses económicos y comerciales.

Conviene recordar en este punto que, tal como se puso de manifiesto en el Criterio Interpretativo CI/02/2015, de 24 de junio, la aplicación de los límites previstos en el artículo 14 LTAIBG no supondrá, en ningún caso, una exclusión automática del derecho a la información, siendo necesario realizar la ponderación de los diversos intereses presentes y motivar de forma expresa la proporcionalidad de la restricción al ejercicio del derecho.

En esta línea, la STS de 16 de octubre de 2017 (ECLI:ES:TS:2017:3530) señaló que *«[l]a formulación amplia en el reconocimiento y en la regulación legal del derecho de acceso a la información obliga a interpretar de forma estricta, cuando no restrictiva, tanto las imitaciones a ese derecho que se contemplan en el artículo 14.1 de la Ley 19/2013 como las causas de inadmisión de solicitudes de información que aparecen enumeradas en el artículo 18.1, sin que quepa aceptar limitaciones que supongan un menoscabo injustificado y desproporcionado del derecho de acceso a la información»*; añadiendo que *«la posibilidad de limitar el derecho de acceso a la información no constituye una potestad discrecional de la Administración o entidad a la que se solicita información, pues aquél es un derecho reconocido de forma amplia y que sólo puede ser limitado en los casos y en los términos previstos en la Ley; de manera que limitación prevista en el artículo 14.1.h) de la Ley 19/2013 no opera cuando quien la invoca no justifica que facilitar la información solicitada puede suponer perjuicio para los intereses económicos y comerciales»*.

La delimitación de qué haya de entenderse por perjuicio a los intereses económicos y comerciales ha quedado establecida en el Criterio Interpretativo 1/2019, de 24 de septiembre, en el que se pone de manifiesto que *«por “intereses económicos” se entienden las “conveniencias, posiciones ventajosas o de importancia de un sujeto individual o colectivo en el terreno de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios” y por “intereses comerciales” las “conveniencias, posiciones ventajosas o de importancia en el materias relativas al ámbito del intercambio de mercancías o servicios en un ámbito de mercado”*».

Se añade que, para calificar una información como confidencial por afectar a tales intereses, debe tratarse de una información relativa a circunstancias u operaciones que guarden conexión directa con la actividad económica propia de la empresa; que no se

trate de una información fácilmente accesible o conocida y que exista una voluntad de mantenerla alejada del conocimiento público —lo que debe obedecer a *«un legítimo interés objetivo que debe tener naturaleza económica, y que cabrá identificar. Por ejemplo, cuando la revelación de la información produzca el detrimento de la competitividad de la empresa titular del secreto frente a sus competidores, debilite la posición de esta en el mercado o le cause un daño económico al hacer accesible a los competidores conocimientos exclusivos de carácter técnico o comercial»*—.

6. A los efectos que aquí interesan, es importante destacar que, con arreglo al citado criterio y a fin de evitar una aplicación automática del límite, no resulta suficiente argumentar sobre la posibilidad incierta de que se pueda producir un daño sobre los intereses económicos y comerciales; el perjuicio debe ser definido, indubitado y concreto y el daño debe ser sustancial, real, manifiesto y directamente relacionado con la divulgación de la información. Además, constatada la existencia del daño y su impacto, siempre según el criterio interpretativo, *«deberá procederse a la ponderación de la existencia de un interés prevalente que marcará, en última instancia, el peso de dicho daño en los intereses económicos y comerciales frente al interés legítimo existente en conocer la información concreta a divulgar»*. En este caso el Ministerio argumenta que las agencias que han concurrido al trámite de audiencia han manifestado su conformidad a que se facilite únicamente aquella información pública contenida en los actos de apertura de las propuestas, puesto que proporcionar el resto desvelaría sus estrategias de comunicación y planes de medios, suponiendo esto un grave perjuicio para sus intereses económicos y comerciales.

Este Consejo, sin embargo, teniendo en cuenta que el artículo 14.2 LTAIBG exige que la aplicación de los límites se realice de forma justificada y proporcionada a su objeto y finalidad de protección atendiendo a las circunstancias del caso concreto, considera que el acceso a la información solicitada no implica un perjuicio para los intereses económicos y comerciales de las agencias de publicidad que prevalezca sobre el derecho de acceso a la información pública. No puede desconocerse, en este sentido, que lo solicitado es el dinero público invertido en publicidad institucional con identificación de cada medio, por lo que no se aprecia, ni se ha justificado en modo alguno (más allá de una referencia genérica), el perjuicio al interés económico o comercial de las agencias o de los concretos medios.

7. Centrada la reclamación en estos términos, no puede desconocerse que este Consejo ya se ha pronunciado sobre un asunto sustancialmente idéntico en la resolución R CTBG 251/2023, de 17 de abril, descartando que el enlace a los Planes de Publicidad y

Comunicación Institucional satisfagan una solicitud de acceso en la que se pretende conocer el reparto de esos gastos por medios de comunicación. En la citada resolución se señalaba lo siguiente:

*«A tenor del artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, el Plan Anual debe especificar, al menos, "las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas". A ello, el artículo 11.3.g) 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, añade "las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad".*

*En concreto, en lo que atañe al objeto del Plan Anual, a mero título de ejemplo y tal y como manifiesta el Plan 2023 de publicidad y comunicación institucional (página 5), se centra en recoger "las previsiones y la planificación para el año 2023 en materia de publicidad y comunicación institucional de todos los ministerios y de los organismos y entidades a ellos adscritos. Las campañas incluidas en este Plan han sido comunicadas a la Comisión [de Publicidad y Comunicación Institucional], por parte de todos los departamentos ministeriales, con una finalidad puramente informativa y planificadora, dado que las distintas campañas se concretarán en el momento en que se lleve a cabo su contratación y la elaboración del plan de medios correspondiente". Comisión que se configura como el órgano colegiado adscrito a la Secretaría de Estado de Comunicación, de Presidencia del Gobierno, que desempeña funciones de planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación que lleva a cabo la Administración General del Estado y las demás entidades integrantes del sector público estatal.*

*De acuerdo con lo expuesto hasta ahora, cabe inferir que "los medios de comunicación destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales", que era lo solicitado por el reclamante, no es un contenido que figure en los Planes Anuales de Comunicación Institucional, dado que como indica expresamente el Plan de 2023, su contenido tiene carácter informativo, planificador, dado que las distintas campañas y, en suma, los concretos medios de comunicación receptores se concretan cuando se lleva a cabo su contratación y la elaboración del Plan de Medios correspondiente, motivo por el que no puede entenderse satisfecho el derecho constitucional de acceso a la información mediante el enlace facilitado en la resolución ahora recurrida».*

8. Los anteriores razonamientos resultan plenamente trasladables a este caso en la medida en que el enlace facilitado no proporciona ninguna información sobre el dinero invertido en publicidad institucional en los concretos medios de comunicación en los que se ha insertado. A lo anterior se añade que, como ya se señalaba en la citada resolución R CTBG 251/2023, de 17 de abril, *«el acceso a la información objeto de controversia tiene un indudable interés público y entronca directamente con los fines de rendición de cuentas y control ciudadano de las actuaciones de los poderes públicos a los que sirve la legislación de transparencia. Revelar el destino concreto de los gastos en publicidad institucional y anuncios oficiales realizados por una administración con cargo a sus presupuestos es una parte inescindible de las obligaciones de transparencia de las instituciones para posibilitar que la ciudadanía pueda conocer “cómo se manejan los fondos públicos” y someter a escrutinio la acción de los responsables públicos. Premisa que, además, ha sido remarcada por el propio legislador al identificar a la transparencia como uno de los principios a los que han de ajustarse las campañas institucionales de publicidad y comunicación, según se declara en el artículo 3.4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional».*

De acuerdo con ello, este Consejo considera que la reclamación debe estimarse, dado que la información sobre los medios de comunicación destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales debe obrar en poder de la Administración. Así se desprende de lo dispuesto en el *Acuerdo Marco 50/2020 para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional* [vigente en el momento de presentarse la solicitud de acceso, dado que el actual AM 50/2023 entró en vigor el 19 de diciembre], de sus instrucciones de aplicación y del Pliego de Prescripciones Técnicas que imponen la comprobación, al cierre del contrato, de que se ha efectuado la inversión acordada en cada medio, de acuerdo con el plan de medios que fue aportado por la empresa adjudicataria y cuya conformidad debe declararse por la Secretaría de Estado de comunicación. Lo anterior se lleva a cabo mediante la aportación del *plan de medios de cierre* (con informe de inversión) y de los justificantes de emisión de campaña.

9. Teniendo en cuenta todo lo expuesto, y que consta en este Consejo que otros ministerios han facilitado la información aquí reclamada respondiendo a solicitudes de acceso idénticas, procede estimar la reclamación.

### III. RESOLUCIÓN

En atención a los antecedentes y fundamentos jurídicos descritos, procede

**PRIMERO: ESTIMAR** la reclamación presentada por [REDACTED] frente al MINISTERIO DEL INTERIOR.

**SEGUNDO: INSTAR** al MINISTERIO DEL INTERIOR a que, en el plazo máximo de 10 días hábiles, remita al reclamante la siguiente información:

- *«para todos y cada uno de los años entre 2015 y 2022 el desglose de dinero invertido por el ministerio en campañas de publicidad y comunicación institucional. Incluido cualquier organismo, unidad, empresa o institución dependiente del ministerio. Solicito que para cada año se me indique el nombre del medio, tipo de medio (prensa, tv, digital, radio o lo que corresponda), a qué empresa (nombre y CIF) pertenece y cuánto dinero recibió del total de invertido por el ministerio en campañas de publicidad y comunicación institucional. Si, además, para cada año se puede añadir al desglose sobre de qué unidad del ministerio, empresa pública o institución dependiente del ministerio eran las campañas, solicito que se me añada. Si no se puede añadir ese desglose, solicito que se me indique el motivo. Del mismo modo, recuerdo que si no se puede entregar algún dato en concreto eso no es óbice para no entregar el resto de lo solicitado.»*

*Solicito la información en formato reutilizable tipo .csv o .xls.».*

**TERCERO: INSTAR** al MINISTERIO DEL INTERIOR a que, en el mismo plazo máximo, remita a este Consejo de Transparencia copia de la información enviada al reclamante.

De acuerdo con el [artículo 23.1<sup>7</sup>](#), 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<sup>8</sup>](#), de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Contra la presente resolución, que pone fin a la vía administrativa, se podrá interponer recurso contencioso-administrativo, en el plazo de dos meses, directamente ante la Sala de lo

<sup>7</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a23>

<sup>8</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-10565&p=20151002&tn=1#a112>

Contencioso-administrativo de la Audiencia Nacional, de conformidad con lo previsto en el [apartado quinto de la Disposición adicional cuarta de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa](#)<sup>9</sup>.

EL PRESIDENTE DEL CTBG

Fdo.: José Luis Rodríguez Álvarez

R CTBG  
Número: 2024-0143 Fecha: 07/02/2024

---

<sup>9</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1998-16718&p=20230301&tn=1#dacuarta>