Código seguro de Verificación : [redacted] | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm

RESPUESTA A SOLICITUD DE INFORMACIÓN DEL PORTAL DE LA TRANSPARENCIA (GESAT)
NÚMERO DE EXPEDIENTE: [redacted]
SOLICITANTE: [redacted]
INFORMACIÓN SOLICITADA: PUBLICIDAD INSTITUCIONAL.

Con fecha de 29 de diciembre de 2023 tuvo entrada en la Unidad de Información de Transparencia del Ministerio del Interior solicitud de acceso a la información pública al amparo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, por la que se requiere información relativa a las inversiones realizadas, por parte del Ministerio del Interior, en campañas de publicidad institucional.

Una vez analizada la solicitud, y considerando que procede el acceso a la misma, la Subsecretaría del Interior informa lo siguiente:

El interesado solicita conocer el desglose del dinero invertido por este Departamento en campañas institucionales de publicidad realizadas con las compañías Meta, Alphabet, Netflix y Amazon, así como con todas sus filiales, desde el ejercicio del 2017 hasta el del 2023.

En primer lugar, se ha de señalar que, en la tramitación de solicitudes de acceso a la información de contenido similar al de la actual solicitud, se procedió a dar trámite de audiencia a las agencias de publicidad afectadas, de conformidad con lo establecido en el punto 3º del artículo 19 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, ("Si la información solicitada pudiera afectar a derechos o intereses de terceros, debidamente identificados, se les concederá un plazo de quince días para que puedan realizar las alegaciones que estimen oportunas. El solicitante deberá ser informado de esta circunstancia, así como de la suspensión del plazo para dictar resolución hasta que se hayan recibido las alegaciones o haya transcurrido el plazo para su presentación").

En este sentido, cabe destacar que las agencias que concurrieron al trámite de audiencia manifestaron su conformidad a que se facilitase exclusivamente aquella información pública, que se puso en manifiesto en los distintos actos de apertura de las propuestas presentadas, oponiéndose expresamente a que se proporcionase el resto de la información contenida en sus ofertas, puesto que, de darse esta información, consideraban que se estarían desvelando sus

CSV : [redacted]
DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm
FIRMANTE(1) : SUSANA CRISOSTOMO SANZ | FECHA : 25/01/2024 13:27 | Sin acción específica

Código seguro de Verificación : [redacted] | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm

estrategias de comunicación y planes de medios, suponiendo esto un grave perjuicio para sus intereses económicos y comerciales.

Por otro lado, interesa aclarar que, con carácter general, el sector público estatal no contrata directamente con medios de comunicación, sino con agencias especializadas en la planificación y la compra de espacios publicitarios en los distintos medios, ya que la Administración no dispone de recursos humanos y técnicos especializados para ello. En efecto, la contratación con agencias de medios supone, no solo la compra de espacios publicitarios, sino también la prestación de servicios de estrategia y planificación de la compra de espacios, de adaptación de la creatividad, de acciones que potencien los objetivos de las campañas, de asesoramiento y apoyo técnico necesario. Asimismo, se incluyen los servicios de seguimiento y control de las campañas institucionales y de las acciones publicitarias antes mencionadas, entre otros.

Esta contratación se realiza de manera centralizada a través de la celebración de un Acuerdo Marco, como sistema para la racionalización de la contratación de las Administraciones Públicas, en base a los siguientes motivos, que se recogen en el acuerdo de inicio del expediente del acuerdo marco actualmente en vigor: “Teniendo en cuenta que el sector de la publicidad presenta muchas particularidades y que las necesidades de los organismos no son siempre las mismas, se ha elegido como técnica de racionalización de la contratación el Acuerdo Marco, ya que a través de este procedimiento se establecen una serie de condiciones comunes, tanto técnicas como administrativas, que permiten homogenizar los niveles de calidad de los servicios contratados, siendo cada organismo el que concrete sus necesidades específicas en el contrato basado. Con ello, se agilizan los trámites al simplificar los procedimientos administrativos y reducir las cargas que llevan aparejadas.” De conformidad con la normativa de aplicación, el órgano responsable de este tipo de contratación es la Dirección General de Racionalización y Centralización de la Contratación del Ministerio de Hacienda.

Los precios ofertados por las agencias adjudicatarias para los diferentes espacios publicitarios o acciones publicitarias se fijan atendiendo no solo al coste fijado por los medios y soportes para el espacio publicitario, sino también con el objeto de retribuir el conjunto de prestaciones antes relatadas.

Los únicos datos de inversión que posee la Administración son los aportados por las agencias de medios a los ministerios contratantes para la facturación, en el

CSV : [redacted]
DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm
FIRMANTE(1) : SUSANA CRISOSTOMO SANZ | FECHA : 25/01/2024 13:27 | Sin acción específica

Código seguro de Verificación : [redacted] | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm

marco de los contratos que tales agencias han celebrado con la Administración y que engloban el conjunto de prestaciones arriba mencionadas.

La asignación final que los medios de comunicación y otros soportes reciben para la difusión de las campañas institucionales deriva de los precios y descuentos que dichos medios y agencias intermediarias, como terceros ajenos a la Administración, pacten en su relación jurídico-privada.

En definitiva, por todas las cuestiones anteriormente señaladas, y tomando como referencia la sentencia nº153/2018 del Juzgado Central Contencioso-Administrativo ("…en el asunto que aquí nos ocupa hay que apreciar que existen terceros interesados cuyos intereses podrían verse afectados por la información, como son, las agencias de medios y empresas afectadas por los contratos, señalando que la información podría comprometer elementos o circunstancias sensibles como las referentes a precios, pudiendo aquéllas verse afectadas por los competidores que pudieran acceder a la información"), 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", facilitando, en consecuencia, al interesado la información relativa a las campañas contratadas a partir de la entrada en vigor del Acuerdo Marco 50/2020, esto es, desde el 24 de mayo de 2021. En este sentido, interesa aclarar que la fecha de firma del primer contrato tramitado por este Departamento, conforme a dicho Acuerdo Marco, es de 25 de marzo de 2022.

En cuanto a la información relativa a campañas contratadas a través de anteriores Acuerdos Marco, cabe destacar que, por los motivos expuestos, no procede facilitar al solicitante más información que la que ya se encuentra publicada en los Planes e Informes de Publicidad y Comunicación Institucional, disponible en la siguiente página web:

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

Contra la presente resolución, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia (Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-

CSV : [redacted]
DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm
FIRMANTE(1) : SUSANA CRISOSTOMO SANZ | FECHA : 25/01/2024 13:27 | Sin acción específica

administrativa), en el plazo de dos meses o, previa y potestativamente, reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno en el plazo de un mes; en ambos casos, el plazo se contará desde el día siguiente al de la notificación de la presente resolución. Ello sin perjuicio de cualquier otro recurso o reclamación que se estime procedente.

Madrid, a fecha de la firma

LA SUBSECRETARIA DEL INTERIOR

Susana Crisóstomo Sanz

Código seguro de Verificación : [redacted] | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm

CSV : [redacted]
DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm
FIRMANTE(1) : SUSANA CRISOSTOMO SANZ | FECHA : 25/01/2024 13:27 | Sin acción específica