



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Con fecha 12 de marzo de 2024 tuvo entrada en este Ministerio, **solicitud número 00001-00088258** 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*, presentada por [REDACTED]

Texto de la solicitud:

“En virtud del artículo 21.d de la Constitución: «Se reconocen y protegen los derechos». d) «A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión.

La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades» y el 105.b: «El acceso de los ciudadanos a los archivos y registros administrativos, salvo en lo que afecte a la seguridad y defensa del Estado, la averiguación de los delitos y la intimidación de las personas».

Y al amparo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Solicito la siguiente información:

¿A cuánto ascendió la inversión publicitaria que Paradores hizo en medios de comunicación en el año 2023? ¿Qué empresas se beneficiaron de esa inversión? ¿Qué cantidad de dinero recibió cada una de ellas? ¿Cuáles son las fechas de las transferencias?»

Con fecha 12 de marzo de enero de 2024, esta solicitud se recibió en la Secretaría de Estado de Turismo, fecha a partir de la cual empieza a contar el plazo de un mes previsto en el artículo 20.1 de la Ley 19/2013 de 9 de diciembre para su resolución.

Una vez analizada la solicitud, la Secretaria de Estado de Turismo acuerda conceder un acceso parcial a la información solicitada ya que parte de ella puede considerarse protegida por el secreto comercial, supuesto contemplado en el apartado h) del artículo 14.1. de la *Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*. En consecuencia, le informamos de lo siguiente:

Para empezar, debe precisarse para la perfecta comprensión de los datos y argumentos que van a esgrimirse en esta respuesta que PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A. no realiza inversión o gasto alguno en lo que se refiere a la publicidad institucional, teniendo toda la publicidad que desarrolla la finalidad esencial y exclusiva de la promoción comercial de los productos y servicios que oferta en el mercado.

Establecido lo anterior, se informa que la inversión efectuada por PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A. en el ejercicio 2023, relativa al desarrollo de campañas de publicidad comercial de los productos y servicios que por la misma se ofertan en realización de su objeto social, la cual viene a articularse en la práctica por medio de contrato suscrito, con una central de compra de medios, previa la oportuna licitación abierta electrónica, se encuentra disponible en el correspondiente Informe de Publicidad y Comunicación que, con periodicidad anual, es publicado por el Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática, de conformidad con lo establecido en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, el cual puede consultarse en el siguiente enlace:

AÑO	INVERSIÓN	ENLACE DE ACCESO	PÁGINA
2023	3.960.500,00.-€	lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Documentos/Plan 2023.pdf#page25	118

Por lo que respecta a las cuestiones ¿Qué empresas se beneficiaron de esa inversión? ¿Qué cantidad de dinero recibió cada una de ellas? ¿Cuáles son las fechas de las transferencias?” que forman parte de la solicitud de acceso, se entiende necesario poner en conocimiento del solicitante que PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A. es una sociedad mercantil estatal con forma de sociedad anónima, cuyo capital es, en su totalidad, de titularidad de la Administración General del Estado, Grupo Patrimonio, y cuyo régimen jurídico es el establecido por el Capítulo V del Título II de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, por el Título VII de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas, por la Ley 4/1990 de Presupuestos Generales del Estado para 1990, art. 81, de creación de la sociedad, modificada por la Disposición final cuarta de la Ley 17/2012, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2013 y por el ordenamiento jurídico privado, salvo en las materias en que le es de aplicación la normativa presupuestaria, contable, de personal, de control económico financiero y de contratación.

La sociedad constituye lo que la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público contempla en su artículo 3.3.d), a sensu contrario como no constitutivos de poderes adjudicadores, por tratarse de órganos u entidades que, como en el caso de PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A., tienen carácter “industrial o mercantil”, y como tales actúan en plena competencia libre en su respectivo mercado. En el caso de esta sociedad en el mercado hotelero.

Sentado lo anterior, no ofrece ninguna duda que, en la consecución de su objeto social, es decir, en el ejercicio la actividad hostelera que le es propia a PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A., esta se lleva a cabo exclusivamente en régimen de libre competencia con otras empresas hoteleras, sin que sus prestaciones en este ámbito comercial constituyan servicio público. Por cuya razón, la facilitación de una parte tan fundamental de su plan de medios a través del que se articula un aspecto tan determinante de la estrategia comercial de la sociedad

como es la difusión y publicitación de sus servicios, si se diera acceso a sus competidores, supondría un perjuicio tangible, efectivo, y no meramente hipotético para sus intereses económicos y comerciales en el expresado régimen de competencia en el que desempeña su giro.

Y es que, la facilitación de la referida información, identificándose la concreta estrategia de inversión que, en términos estrictamente de optimización de las campañas y recursos, se efectúa y ha venido efectuándose a cada concreto medio comunicación o grupo de medios, impediría a Paradores actuar de manera libre y en igualdad de condiciones al resto de competidores en el sector, los cuales tendrían pleno y libre acceso a conocer su estrategia publicitaria, información a la que Paradores en sentido contrario no puede acceder en relación con sus repetidos competidores y que la situaría en una posición asimétrica respecto de aquellos y, por ende, en clara desventaja competitiva.

El previsible daño real, tangible e inmediato a los intereses económicos y comerciales obliga a la **aplicación del límite previsto en el artículo 14.1. h) de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno**, puesto que el acceso a lo solicitado implica la obtención de información que podrá ser utilizada por los competidores de esta sociedad y otros agentes del mercado en general, colocando a PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A. en una clara e injustificada situación de desventaja competitiva en el mercado.

El test de la realidad de ese daño resulta claro y evidente cuando se comprueba, como es el caso, que ninguna empresa, reiteramos, en un contexto de libre mercado y competencia como en el que opera PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., S.A., comparte dicha información con tal grado de detalle, con sus competidores, ni tampoco la hace pública, **ni una sola**, dado que resulta innegable que facilitar información de carácter privilegiado pondría al alcance de la competencia el imitar, o peor, contrarrestar comercialmente o incluso aprovecharse de la estrategia publicitaria de PARADORES, lo que supondría dañar gravemente, y de forma inequívoca, los intereses económicos y comerciales, además de incurrirse en un grave reproche de negligencia en la gestión propia de la sociedad, incompatible con los deberes de buena y responsable administración que pesan sobre cualquier compañía mercantil.

Asimismo, cabe reseñar que por la LTAIBG, para las entidades del sector público comprendidas en su ámbito, viene a entender como “intereses económicos” 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 los “intereses comerciales” como las conveniencias, posiciones ventajosas o de importancia en el materias relativas al ámbito del intercambio de mercancías o servicios en un ámbito de mercado (Criterio interpretativo 1/2019 CTBG), intereses los anteriores que, tal y como se ha argumentado, quedarían, sin duda alguna, gravemente expuestos, y como tal perjudicados, por el acceso a las inversión que se destina a cada concreto medio de comunicación o grupo de medios, como pilar fundamental de la estrategia publicitaria y promocional de PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.M.E., SA.



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Adicionalmente, es evidente por el tenor de la petición, que la misma ni justifica, ni tan siquiera argumenta o apunta, cual puede ser el interés superior al protegido con la limitación que se aplica.

Por ello, no cabe argumentar tampoco que concurre la existencia de un interés público superior para acceder a esta información, como explica el criterio citado del CTBG; no tratándose de órganos administrativos, no apareciendo funciones o potestades públicas involucradas, ni motivo alguno para convertir en pública la estrategia publicitaria -la cual se reitera constituye una parte fundamental de su política comercial- de una empresa que actúa en régimen de competencia de mercado, con base únicamente en la titularidad pública de sus acciones.

Contra la presente Resolución, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante la sala de lo contencioso administrativo de la Audiencia Nacional (Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la jurisdicción contencioso-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 notificación de la presente Resolución. Ello sin perjuicio de cualquier otro recurso o reclamación que se estime procedente.

Madrid, a fecha de firma electrónica

LA SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

Fdo.: Rosa Ana Morillo Rodríguez