



Expediente: 0001-00099230

Con fecha 20 de diciembre de 2024 tuvo entrada en la Unidad de Información de Transparencia del Ministerio de Industria y Turismo una solicitud de acceso a la información pública presentada por [REDACTED] al amparo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, duplicada a todos los departamentos ministeriales desde el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, registrada con el número de expediente 00001-00099230, en la que se requiere la siguiente información:

Asunto

Solicitud de información sobre publicidad institucional 2023 y 2024

Información que solicita

1º. *Una relación de los medios de comunicación en los que se ha insertado publicidad institucional del Sector Público estatal, en prensa convencional y digital, en formato de "publicidad exterior" (cartelería de todo tipo), radio, televisión y redes sociales, durante el año 2023 y el primer semestre del año 2024, don el desglose que se detalla en la solicitud adjunta.*

2º. *Una relación de las campañas de publicidad institucional inicialmente no incluidas en el Plan anual del año 2024, programadas posteriormente durante el primer semestre de este año, con indicación de su objeto y valor estimado.*

3º. *Una relación de las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil desarrolladas por las entidades del Sector Público estatal durante el ejercicio 2023 y el primer semestre de 2024, no incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional –LPCI-, en prensa convencional y digital, en formato de "publicidad exterior" (cartelería de todo tipo), radio, televisión y redes sociales, con idéntico desglose al solicitado en el punto 1º para las campañas de publicidad institucional..*

El 30 de diciembre de 2024 esta solicitud se recibió en la Subsecretaría de este Departamento, 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 (LTAIBG), para su resolución.

Una vez analizada, se dicta la presente resolución, considerando que procede resolver la solicitud presentada por [REDACTED] en los siguientes términos:

- La información relativa a las campañas de publicidad institucional que desarrolla la Administración General del Estado, como son los Planes e Informes de Publicidad y Comunicación Institucional, se publica anualmente en la web oficial del Presidente del Gobierno y el Consejo de Ministros. El artículo 22.3 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, determina que "Si la información ya ha sido publicada, la resolución podrá limitarse a indicar al solicitante cómo puede acceder a ella". Así, la información relativa a todos los Planes e Informes del Ministerio de Industria y Turismo, incluyendo 2023 y 2024, se encuentra publicada en el siguiente enlace:

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

- En lo que respecta al Ministerio de Industria y Turismo y con el objeto de la presente solicitud:

En relación al apartado 1º, como Anexo a la presente resolución se acompaña un Excel con la información de que se dispone en este departamento sobre la campaña institucional ejecutada en 2023 por la Oficina Española de Patentes y Marcas: “Concienciación y sensibilización sobre falsificaciones de bienes y mercancías y sus consecuencias sociales y económicas”. La relación incluye las inserciones en prensa convencional y digital, en formato de publicidad exterior, radio, televisión y redes sociales, durante el año 2023 (en euros, IVA incluido).

En lo relativo al año 2024 cabe señalar que, a fecha de firma de la presente resolución, aún no se han cerrado los datos completos relativos a la ejecución de las campañas ejecutadas.

Con respecto a la “relación de las campañas de publicidad institucional inicialmente no incluidas en el Plan anual del año 2024, programadas posteriormente durante el primer semestre de este año, con indicación de su objeto y valor estimado” se hace constar que la única campaña de publicidad institucional inicialmente no incluida en el Plan Anual del año 2024 y que ha sido programada posteriormente durante el primer semestre de 2024 es la campaña de la EMPRESA NACIONAL DE INNOVACION, S.M.E., S.A. (ENISA), “Spain up Nation (España Nación Emprendedora)” cuyo objeto es difundir la imagen de España como una nación emprendedora e innovadora tanto entre la población general como entre los empresarios e inversores nacionales. El coste total de la campaña es de 4.840.000 €.

Por último, sobre las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil en 2023 y 2024, hay que señalar que el derecho de acceso puede ser limitado cuando el acceso a la información supone un perjuicio para los intereses económicos y comerciales, al amparo de lo dispuesto en el artículo 14.1.h) de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, y en el Criterio Interpretativo 1/2019 del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno y la Agencia Española de Protección de Datos.

El citado Criterio Interpretativo 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 las materias relativas al ámbito del intercambio de mercancías o servicios en un ámbito de mercado*”. Con base en lo anterior, conceder el acceso al plan de medios a través del que se articula un aspecto tan determinante de la estrategia comercial como es la difusión y publicidad de los servicios supone un perjuicio tangible, efectivo y no meramente hipotético para los intereses económicos y comerciales del Ministerio de Industria y Turismo.

Esto es así porque la identificación de la concreta estrategia de inversión, en términos estrictos de optimización de campañas y recursos, que se efectúa y ha venido efectuándose a cada concreto medio comunicación o grupo de medios, impide a los organismos y entidades afectadas actuar libremente y en igualdad de condiciones respecto al resto de competidores en el sector, ya que éstos últimos disponen del pleno y libre acceso a sus decisiones y proyectos, mientras que, en sentido contrario, estas entidades no pueden acceder a la información vital de sus antagonistas, lo que las sitúa en una posición asimétrica respecto de aquéllos y, por ende, en una clara desventaja competitiva.

Por tanto, ante la existencia de este previsible daño real, tangible e inmediato a los intereses de los organismos y centros gestores afectados del Ministerio de Industria y Turismo es de obligada aplicación la imposición del límite previsto en el artículo 14.1. h) de la Ley 19/2013, de 9 de

diciembre, con el fin de proteger un legítimo interés económico y comercial, impidiendo de esta forma la divulgación de una información que implica de forma indubitada y concreta el detrimento de su competitividad en el mercado, al hacer accesible a los competidores conocimientos exclusivos de la estrategia de inversión de este departamento.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 23.1 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno esta resolución pone fin a la vía administrativa y contra ella podrá interponerse, conforme al artículo 11.1 a) de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa, recurso contencioso administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses o, a tenor del artículo 24.1 y 2 de la Ley 19/2013, 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, sin perjuicio de cualquier otro recurso o reclamación que se estime procedente.

El Ministro de Industria y Turismo.

(Por delegación de firma, según la Orden de 10 de octubre de 2018)

El Subsecretario.