



Resolución reclamación art. 24 LTAIBG

S/REF: 00001-00087309

N/REF: 726/2024

Fecha: La de firma.

Reclamante: [REDACTED]

Dirección: [REDACTED]

Organismo: AEAT / MINISTERIO DE HACIENDA.

Información solicitada: Publicidad y comunicación institucional.

Sentido de la resolución: Estimatoria por motivos formales.

I. ANTECEDENTES

1. Según se desprende de la documentación obrante en el expediente, el 21 de febrero de 2024 la reclamante solicitó a la AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (AEAT) / MINISTERIO DE HACIENDA, al amparo de la [Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno](#)¹ (en adelante, LTAIBG), la siguiente información:

«En relación a las campañas institucionales de publicidad y comunicación realizadas por el Gobierno de España desde 2020 a 2023, SOLICITO:

1.- Importe total, desglosado por anualidades, de las campañas institucionales realizadas.

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



2.- *Relación de medios beneficiados por las inserciones publicitarias, desglosados por anualidades, con expresión de las campañas realizadas y el importe adjudicado a cada medio concreto de comunicación por los anuncios insertados durante el periodo solicitado en Internet, radio, prensa, televisión y cine».*

2. El 18 de marzo de 2024, la AEAT comunicó la notificación realizada a terceros interesados, de acuerdo con lo establecido en el artículo 19.3 LTAIBG.
3. Mediante escrito registrado el 25 de abril de 2024, la solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, el Consejo) en aplicación del [artículo 24²](#) de la LTAIBG en la que pone de manifiesto que:

«PRIMERO: Que en fecha de 21 de febrero de 2024 se solicitó información al Ministerio de Hacienda cuyo contenido adjuntamos a la presente denuncia.

SEGUNDO: Que transcurrido el plazo establecido desde el inicio del procedimiento este organismo ha incumplido la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno dado que no existe resolución expresa».

4. Con fecha 26 de abril de 2024, el Consejo trasladó la reclamación al ministerio requerido 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 22 de agosto de 2024 tuvo entrada en este Consejo escrito de la AEAT en el que se señala que:

«La Agencia Estatal de Administración Tributaria se reafirma en la respuesta dada en su resolución de 14 de agosto de 2024, que se reproduce a continuación:

“En relación con su solicitud de acceso a información, en lo que respecta al punto primero, se comunica que la respuesta ha sido resuelta de forma centralizada por la Secretaría de Estado de Comunicación (SEC). En cuanto al segundo apartado de su solicitud, en lo que respecta a las campañas de publicidad institucional de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, le indicamos que, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, se resuelve CONCEDER el acceso. Durante el período objeto de consulta (2020-2023), se llevaron a cabo campañas de

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



publicidad institucional en el ámbito de la Agencia Estatal de Administración Tributaria en los años 2022 y 2023:

AÑO	CAMPAÑA	ADJUDICATARIA
2022	Ayuda de 200 euros para personas físicas con bajo nivel de ingresos y patrimonio en redes sociales	Compra directa
	Ayuda de 200 euros para personas físicas con bajo nivel de ingresos y patrimonio aprobada por Real-Decreto ley 11/2022, de 25 de junio	EQU MEDIA XL, S.L.
2023	Compra de espacios en redes sociales para la difusión de la campaña de información "Ayuda de 200 euros para personas físicas de bajo nivel de ingresos y patrimonio"	MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.
	Recordatorio fin de plazo de solicitud de Ayuda de 200 euros para personas físicas de bajo nivel de ingresos y patrimonio.	MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.
	Sensibilización fiscal e información y asistencia a la ciudadanía en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.	MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.

Respecto a la "relación de medios beneficiados por las inserciones publicitarias, desglosados por anualidades, con expresión de las campañas realizadas y el importe adjudicado a cada medio concreto de comunicación por los anuncios insertados durante el periodo solicitado en Internet, radio, prensa, televisión y cine", la información solicitada figura en los planes de medios de cierre de campaña que las empresas adjudicatarias de los contratos de compra de espacios publicitarios presentan en la memoria de cierre de campaña, tal y como prevé el Pliego de Prescripciones Técnicas que rige 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. Debe exceptuarse de esta afirmación la información solicitada respecto de campañas contratadas de forma directa a los soportes publicitarios por estar exceptuadas del ámbito de aplicación de dichos Acuerdos Marco.

La citada Ley 19/2013, de 9 de diciembre, establece en su artículo 19.3 que, si la información solicitada pudiera afectar a derechos o intereses de terceros, debidamente identificados, se les dará audiencia para que puedan realizar las alegaciones que consideren oportunas. En particular, los terceros afectados por la información solicitada en los términos señalados, son las empresas adjudicatarias ya mencionadas:

° EQU MEDIA XL, S.L.

° MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.

a) La empresa EQU MEDIA XL, S.L., en respuesta remitida el 30 de noviembre de 2023, correspondiente a una solicitud análoga a la presente y la cual indicaron era "aplicable a cualquier nueva solicitud referida a la información contenida en los

R CTBG
Número: 2024-1003 Fecha: 10/09/2024



planes de medios de los cierres de las campañas realizadas con la Agencia Tributaria”, manifestó “su conformidad a que faciliten exclusivamente aquella información pública, que se puso en manifiesto en los distintos actos de apertura de la propuesta presentada. pero no aquella otra información contenida en nuestra oferta. En este sentido, el solicitante pretende conocer el “desglose final de pago de medios de comunicación de todo el dinero invertido en la campaña”, no las ofertas comerciales detalladas de cada uno de los licitantes. Facilitar otra información contenida en nuestra oferta supondría un grave perjuicio para nuestros intereses económicos y comerciales, dado que se estarían desvelando nuestras estrategias de comunicación y planes de medios, donde se detallan no solo los medios de comunicación seleccionados por nosotros para cumplir, de la forma más efectiva y eficiente, con los objetivos planteados en el Concurso, sino además los precios aplicados a cada una de las acciones o inserciones publicitarias en los distintos medios, que son exclusivas para nuestra empresa, en función de las relaciones comerciales con cada uno de los soportes publicitarios, razón por la cual no damos nuestra conformidad a facilitar más información que la desvelada en el acto de apertura.”

b) La empresa MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L., a la que se dio audiencia mediante escrito remitido el 8 de marzo de 2024, ha manifestado su oposición a la entrega de los planes de medios de cierre, señalando que “contienen información mucho más amplia y, por tanto, más sensible, que constituye información confidencial desde el punto de vista empresarial y comercial ya que en tales documentos consta la estrategia comercial del licitador, información que, por lo demás, no se entiende se pueda suministrar a un tercero incluso con amparo en las previsiones de la citada Ley. Por todo ello, consideramos que el acceso debe limitarse a la información requerida por el solicitante”.

Analizadas las alegaciones de las empresas adjudicatarias, se considera la información solicitada susceptible de acceso, por tanto, se concede acceso a la “relación de medios beneficiados por las inserciones publicitarias, desglosados por anualidades, con expresión de las campañas realizadas y el importe adjudicado a cada medio concreto de comunicación por los anuncios insertados durante el periodo solicitado” de las campañas de publicidad institucional de los años 2022 y 2023, extraída de los respectivos los planes de medios de cierre de campaña, una vez transcurrido el plazo establecido en el artículo 22.2 de la citada Ley 19/2013.

Por lo que respecta a la información correspondiente a la compra directa para la difusión de una campaña relativa a la ayuda de 200 euros para personas físicas con bajo nivel de ingresos y patrimonio en redes sociales, se concede el acceso, por



estar exceptuada del ámbito de aplicación del mencionado Acuerdo Marco y no encontrarse incluida en una memoria de cierre:

<i>SOPORTE</i>	<i>INVERSIÓN</i>
<i>Twitter</i>	<i>4.994,98 €</i>
<i>META (Facebook e Instagram)</i>	<i>3.202,91 €</i>
<i>TIKTOK</i>	<i>4.988,99 €</i>

En todo caso, con carácter general, y con la salvedad de los contratos exceptuados del ámbito de aplicación del Acuerdo Marco 50/2020, la Agencia Tributaria 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.

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 Agencia Tributaria son los aportados por las agencias de medios para la facturación, en el 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 conclusión, la Agencia Tributaria, con carácter general y salvo en los casos de compra directa a soportes publicitarios, no puede conocer la inversión que



finalmente llega a cada medio y soporte y la información a la que se concede el acceso no puede reflejar otras magnitudes que las inversiones, el gasto, que la Agencia Tributaria abona a la agencia de medios por la inserción en esos medios y soportes».

5. El 26 de agosto de 2024, se concedió audiencia a la reclamante para que presentase las alegaciones que estimara pertinentes; recibíéndose escrito el 9 de septiembre de 2024 en el que señala que la solicitud ha sido contestada transcurrido el plazo legal y, por tanto, procede la estimación por motivos formales.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el [artículo 38.2.c\) de la LTAIBG³](#) y en el [artículo 13.2.d\) del Real Decreto 615/2024, de 2 de julio, por el que se aprueba el Estatuto del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, A.A.I.⁴](#), el presidente de esta Autoridad Administrativa Independiente es competente para resolver las reclamaciones que, en aplicación del [artículo 24 de la LTAIBG⁵](#), se presenten frente a las resoluciones expresas o presuntas recaídas en materia de acceso a la información.
2. La LTAIBG reconoce en su [artículo 12⁶](#) 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*”.

³ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a38>

⁴ <https://www.boe.es/eli/es/rd/2024/07/02/615>

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

⁶ <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 información sobre los gastos realizados por el Gobierno de España en campañas de comunicación y publicidad institucional desde 2020 a 2023, así como los medios de comunicación beneficiados por las inserciones publicitarias, con el desglose por años.

El ministerio 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, aporta la resolución emitida el 14 de agosto de 2024 por la que se proporciona la información.

Concedido trámite de audiencia, la reclamante alega que no ha recibido la respuesta en plazo y solicita la estimación de la reclamación por motivos formales.

4. Antes de entrar a examinar el fondo de asunto, procede recordar que el artículo 20.1 LTAIBG dispone que *«[!] 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 este caso, el órgano competente no respondió a la 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. No obstante lo anterior, no cabe desconocer que, aunque extemporáneamente, la AEAT ha proporcionado la información solicitada sobre las cuestiones planteadas y la reclamante únicamente objeta el carácter tardío de la resolución.



En consecuencia, procede la estimación por motivos formales, al no haberse respetado el derecho de la solicitante a obtener una respuesta en el plazo máximo legalmente establecido, habiendo sido necesaria la presentación de una reclamación ante este Consejo para ver plenamente reconocido su derecho.

III. RESOLUCIÓN

En atención a los antecedentes y fundamentos jurídicos descritos, procede **ESTIMAR por motivos formales** reclamación interpuesta por [REDACTED] frente a la AEAT / MINISTERIO DE HACIENDA.

De acuerdo con el [artículo 23.1⁷](#), 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 octubre⁸](#), 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 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-administrativa⁹](#).

EL PRESIDENTE DEL CTBG

Fdo.: José Luis Rodríguez Álvarez

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

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

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