





*¿Cuánto en cada medio de comunicación?»*

2. Mediante escrito registrado el 6 de junio de 2024, el solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, el Consejo) en aplicación del [artículo 24<sup>2</sup>](#) de la LTAIBG en la que pone de manifiesto que habiendo transcurrido casi tres meses desde que recibió notificación de comienzo de tramitación de su solicitud, no ha recibido respuesta, por lo que reitera su petición.

Acompaña justificante de notificación del comienzo de la tramitación en el que se indica que el plazo para resolver comenzó el 8 de marzo de 2024.

3. Con fecha 7 de junio 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 2 de septiembre de 2024 tuvo entrada en este Consejo, escrito en el que se señala lo siguiente:

*«(...) En relación con las alegaciones formuladas se hace constar que con fecha 16 de julio de 2024 el Director del Servicio de Planificación y Relaciones Instituciones, por delegación de la Directora General de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, dictó resolución por la que se resolvía la solicitud de derecho de acceso S-001-087968 concediendo el acceso a la información.*

*Se acompaña como anexo la citada resolución.»*

La indicada resolución se pronuncia en los siguientes términos:

*«(...) En relación con su solicitud de acceso a información, le indicamos que, de acuerdo con lo dispuesto en la LTAIBG, se resuelve CONCEDER el acceso.*

*1. Respecto al “coste total de la campaña “No es magia, son tus impuestos” y desglosando todos los detalles. ¿Cuánto se gastó en cada plataforma, youtube, spotify, Twitter, Facebook, etc? ¿Cuánto se gastó en los medios de comunicación? ¿Cuánto en cada medio de comunicación?”, la información solicitada figura en el plan de medios de cierre de campaña que la empresa adjudicataria del contrato de compra de espacios publicitarios presenta 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*

---

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



comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional.

La citada LTAIBG 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, el tercero afectado por la información solicitada en los términos señalados, es la empresa adjudicataria:

° MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.

La empresa MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L., en respuesta remitida el 13 de marzo de 2024, correspondiente a una solicitud análoga a la presente y la cual indicaron era aplicable “tanto para esta solicitud de información como para las nuevas solicitudes que pudiera haber referentes a todas las campañas que la empresa haya ejecutado con la Agencia Tributaria”, manifestó 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”.

El apartado 3.f) del PPT 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, establece respecto a la elaboración de una memoria detallada a la finalización de la campaña en la que se incluyan todos los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma, así como las incidencias que se hayan producido durante la realización de la campaña, que “a efectos de lo previsto en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, la información facilitada será susceptible de publicación o acceso por parte de la ciudadanía”.

Independientemente de la oposición de la empresa adjudicataria de la campaña de publicidad del año 2023, contratada a través el Acuerdo Marco 50/2020, en base a lo dispuesto en el artículo 15.3 de la Ley 19/2013, se considera la prevalencia del interés público en la divulgación de los datos, siendo la información solicitada susceptible de acceso, una vez transcurrido el plazo establecido en el artículo 22.2 de la citada LTAIBG.



2. En todo caso, con carácter general, 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 respecto de 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.

Por ello, se concede acceso a la información solicitada, si bien el acceso efectivo a esta información tendrá lugar cuando finalice el plazo de recurso que pueden



*interponer los terceros afectados, conforme a los artículos 20.2 y 22.2 de la citada Ley 19/2013.*

4. Previamente a la entrada de las alegaciones de la AEAT, el 25 de julio de 2024, el interesado aportó copia de la resolución recibida y escrito de alegaciones en el que manifiesta:

*«Ya han respondido a la solicitud y sin embargo no me han dado la información, adjunto un par de resoluciones similares donde sí se me da la información.*

*Solicita:*

*Que me respondan.»*

## 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 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.<sup>4</sup>](#), el presidente de esta Autoridad Administrativa Independiente es competente para conocer de 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

---

<sup>3</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#α38>

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

<sup>5</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#α24>

<sup>6</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#α12>



sujetos obligados, y (b) que hayan sido elaboradas u obtenidas “en el ejercicio de sus funciones”.

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 relativa a la campaña de publicidad institucional de la AEAT: “No es magia, son tus impuestos”.

La AEAT no dio respuesta 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 16 de julio de 2024 por la que, en cumplimiento de la previsión contenida en el artículo 20.2 LTAIBG, informa al interesado que, tras dar trámite de audiencia a la empresa afectada - *MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L* -, constando su oposición, acuerda conceder el acceso, entendiendo que prevalece el interés público en la divulgación de la información, si bien, en aplicación de lo dispuesto en el 22.2 LTAIBG, dicho acceso se hará efectivo una vez transcurrido el plazo allí previsto.

4. Antes de entrar a examinar el fondo de 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. También con carácter previo es preciso remarcar, como se ha venido señalando por este Consejo en diversas y recientes resoluciones — R CTBG 251/2023, de 17 de abril, CTBG 352/2024, de 22 de marzo — que 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»*.
6. En esta línea en la citada resolución R CTBG 251/2023 se razona que *«(...)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»*.
7. Sentado lo anterior, la premisa de partida de esta resolución ha de ser que la AEAT, si bien de forma tardía, acuerda conceder la información solicitada, si bien supeditada al cumplimiento del plazo establecido en el artículo 22.2 LTAIBG —según cuyo tenor *«el acceso sólo tendrá lugar cuando, habiéndose concedido dicho acceso, haya transcurrido el plazo para interponer recurso contencioso administrativo sin que se haya formalizado o haya sido resuelto confirmando el derecho a recibir la información»*—. Esta decisión que ha de considerarse conforme a derecho dada la oposición que ha mostrado la empresa adjudicataria en el trámite concedido al amparo del artículo 19.3 LTAIBG razonando que es información confidencial que afecta a su posición comercial. Transcurrido el plazo de dos meses al que alude el precepto, es la AEAT la que debe hacer efectivo el acceso que ya ha reconocido y, en su caso, corresponde al reclamante instar a la AEAT a que cumpla su propia



resolución. En consecuencia, no pueden acogerse las alegaciones del reclamante en este punto.

8. No obstante lo anterior, no puede desconocerse que esta resolución fue adoptada con carácter tardío. En consecuencia, tal como ha venido entendiendo este Consejo en los casos en que la resolución se adopta una vez interpuesta la reclamación prevista en el artículo 24 LTAIBG, procede la estimación por motivos formales al no haberse respetado el derecho del solicitante a obtener respuesta a su solicitud en el plazo máximo legalmente establecido, haciendo 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** la reclamación presentada por [REDACTED] frente a la AEAT/MINISTERIO DE HACIENDA.

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 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

<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>

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