

1º.- Con fecha 10 de mayo de 2022 tuvo entrada en RENFE-Operadora, E.P.E., al amparo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, (en adelante, Ley de Transparencia), una solicitud de I

, que quedó registrada con el número 001-068629. A partir de dicha fecha comenzó a contar el plazo de un mes previsto en el artículo 20.1 de la citada Ley para su resolución.

2º.- En virtud de la referida solicitud, se ha requerido acceso a determinada información, en los términos que a continuación se reproducen textualmente:

‘Asunto

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD EN GRUPO COPE

*Información que solicita*

*El objetivo de esta petición de información es verificar que la inversión en publicidad realizada por el RENFE-OPERADORA en las emisoras de radio del Grupo Radio Popular, S.A. – Cadena Cope se ajusta a criterios objetivos basados en los distintos medidores que evalúan la difusión y la audiencia de los diferentes soportes publicitarios.*

*Solicito la siguiente información:*

*La inversión publicitaria en radio en el ejercicio 2021 de la entidad RENFE-OPERADORA, especificando la inversión en cada una de las emisoras (generalistas, musicales, digitales, temáticas, locales, etc.) de todas las campañas publicitarias realizadas durante dicho ejercicio. La inversión de las diferentes emisoras de radio realizadas a través de contratos de patrocinio publicitario u otro tipo de contrato o convenio.*

*Solicito que la información requerida que la información requerida me sea entregada en un formato reutilizable tipo de datos, preferiblemente Excel.’*

3º.- Una vez analizada la solicitud, se comprueba que no tiene por objeto el acceso a información pública, a los efectos de lo establecido en el artículo 13 de la Ley de Transparencia, ni siquiera a información relativa a publicidad institucional, sino comercial, con foco principal en los servicios de transporte que presta la mercantil Renfe Viajeros SME, S.A.

En este sentido, cabe reseñar, con carácter previo, que no se trata de campañas de publicidad sujetas a la ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

Es digno de reseñar que la propia ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional otorga un tratamiento sustancialmente diferente a las campañas institucionales, que están sujetas a principios de transparencia, (artículo 3.1.4), y a las comerciales, que están expresamente excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley, (artículo 1.2).

Adicionalmente, el indudable interés empresarial de la solicitud para quien la plantea no se compadece con los fines de la normativa de transparencia administrativa, circunstancia que hace aplicable el artículo 18.1 e) de la Ley de Transparencia.

Lo que antecede es suficiente para motivar la inadmisión de la solicitud planteada, si bien es conveniente hacer referencia al marco en el que se desarrolla la publicidad comercial sobre la que se manifiesta interés.

EQUUMEDIA XL, S.L., una central de medios, es la responsable de la contratación de soportes publicitarios para este grupo empresarial. Esta empresa fue la adjudicataria del contrato nº 2019-01264, de 23 de junio de 2020, con una vigencia de 36 meses.

EQUUMEDIA debe diseñar los planes de medios para rentabilizar la inversión publicitaria en todos los soportes: los convencionales, exteriores, y digitales. En el caso de la radio la inversión se realiza siguiendo dos criterios fundamentales. El primero es objetivo al que va dirigida cada una de las campañas comerciales y el segundo, la difusión y audiencia. La referida central de medios se encarga de controlar exhaustivamente que la inversión publicitaria, en términos económicos, sea eficiente, eficaz, equilibrada y que todos los medios y soportes estén correctamente programados y planificados, atendiendo a criterios objetivos de audiencia y público objetivo de cada campaña.

En este encuadre previo, facilitar el desglose del gasto publicitario comercial solicitado, por emisoras generalistas, musicales, digitales, supondría un trabajo de reelaboración de los previstos en el artículo 18.1 c) de la Ley de Transparencia, circunstancia que nuevamente justifica la inadmisión de la solicitud planteada. Ello es así en cuanto dichos datos no están en poder de esta entidad y deberían ser recabados, recopilados y tratados.

Sobre el concepto de reelaboración se ha pronunciado el Consejo de Transparencia en su criterio interpretativo número de referencia C1/007/2015, estableciendo que:

*‘Dicho lo anterior, el concepto de reelaboración como causa de inadmisión ha sido interpretado por este Consejo de Transparencia y Buen Gobierno en diversas resoluciones de tal manera que puede entenderse aplicable cuando la información que se solicita, perteneciendo al ámbito funcional de actuación del organismo o entidad que recibe la solicitud, deba: a) Elaborarse expresamente para dar una respuesta, haciendo uso de diversas fuentes de información, o b) Cuando dicho organismo o entidad carezca de los medios técnicos que sean necesarios para extraer y explotar la información concreta que se solicita, resultando imposible proporcionar la información solicitada.’*

Por último, cabe reseñar que facilitar el detalle y desglose solicitado sería susceptible de perjudicar los intereses económicos de esta entidad, de las empresas que forman su grupo y de las emisoras de radio a las que se refiere la solicitud, circunstancia que hace preciso traer a colación el límite al derecho de acceso previsto en el artículo 14.1 h) de la Ley de Transparencia, que igualmente sustenta una decisión de denegación de la solicitud planteada.

Ello es así porque datos tan detallados como los que se requieren, sobre la organización empresarial del gasto publicitario y de los objetivos de promoción, constituye información sensible que cualquier empresa está obligada a proteger y mantener reservados. En este sentido, la ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales, prevé en su artículo 1 la protección contra la revelación de *‘cualquier información o conocimiento, incluido el tecnológico, científico, industrial, comercial, organizativo o financiero’*. Resulta además exigible un cierto grado de reserva, en cuanto facilitar lo pedido, como se ha referido, podría afectar a intereses de terceros.

Poner de manifiesto costes y precios siempre es problemático en un entorno competitivo. No es lícito, atendiendo al derecho de competencia, compartir determinados datos con los competidores. Por ello, no es correcto tampoco divulgarlos. Adicionalmente su divulgación produciría un menoscabo en la capacidad de negociación de esta entidad, con un efecto de distorsión competitiva.

Cabe indicar que el concepto de intereses económicos aquí empleado se corresponde con la interpretación realizada por el Consejo de Transparencia, en su criterio interpretativo 1/2019, al indicar:

*‘Pese a lo exiguo de la explicación, parece evidente que para los redactores del Convenio el elemento identificativo fundamental de los intereses económicos y comerciales es el hecho de que su divulgación pueda perjudicar la posición del sujeto en los ámbitos de la competencia o la negociación. De este modo, la interpretación del concepto de intereses económicos y comerciales se desplaza del terreno del significado propio de las palabras o los términos legales para focalizarse en los perjuicios que puede ocasionar la divulgación de los datos o contenidos informativos que los reflejen, esto es, en los bienes jurídicos protegidos por la limitación de la publicación o el acceso: la competencia y la integridad de los procesos de negociación.*

*Desde esta perspectiva, el concepto de intereses económicos y comerciales debe redefinirse en los siguientes términos: aquellas posiciones ventajosas o relevantes del sujeto o sujetos en el ámbito del mercado o de la creación y producción de bienes y servicios cuya divulgación pudiera comprometer la competencia entre ellos y otros sujetos o la integridad de los procesos de negociación en que intervengan.’*

Las circunstancias expuestas ponen de manifiesto que el ‘test del daño’ al que se hace referencia en el Criterio Interpretativo 1/2019, de 24 de septiembre, del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, ofrece en este caso un resultado negativo, que justifica la denegación de la solicitud planteada. Asimismo, en relación con el denominado ‘test del interés público’, cuyo objeto es valorar si en el caso concreto concurre un interés público o privado, específico y superior al interés empresarial que pudiese justificar el acceso, es indudable el interés de la solicitante en la información requerida, que la colocaría en posición más ventajosa en su desempeño empresarial, pero ponderado ese interés con el de las entidades que soportarían el perjuicio inherente a la revelación, debe prevalecer la protección que la ley concede a las que resultarían perjudicadas.

Como consecuencia de lo expuesto, sin perjuicio de las causas de inadmisión concurrentes, resulta igualmente procedente la denegación del acceso requerido, en aplicación del límite previsto en el artículo 14.1 h) de la Ley de Transparencia.

5º.- Contra la presente Resolución, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante los Juzgados Centrales de lo Contencioso-Administrativo 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, 9 de junio de 2022.

EL PRESIDENTE DE LA ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL RENFE-OPERADORA

D. Isaías Táboas Suárez