

Nº Expte.: 00001-00106820
N/Exp.: 25/ON078 (AJ192500017)

Madrid, 22 de septiembre de 2025

Con fecha 28 de julio de 2025 se recibió en esta Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A. (en adelante, “SELAE”), remitida por [REDACTED], solicitud de acceso a la información pública, que quedó registrada con el número 00001-00106820, al amparo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información y buen gobierno (en adelante, la “Ley de Transparencia” o la “LTAIBG”). En dicha solicitud de acceso se solicitaba de SELAE:

“¿A cuánto ascendió la inversión publicitaria que Loterías y Apuestas del Estado hizo en medios de comunicación en el año 2024? ¿Qué empresas se beneficiaron de esa inversión? ¿Qué cantidad de dinero recibió cada una de ellas? ¿En qué fechas se hicieron cada una de las transferencias a cada medio?”

Nótese que no estoy solicitando las inversiones que hacen en empresas de publicidad, sino las inversiones que hacen las empresas de publicidad en medios de comunicación y ya es una fecha posterior al 30 de junio de 2025, con el cierre del ejercicio ya realizado y las cuentas anuales ya aprobadas, tal y como indicaron en la respuesta a la solicitud de información 102381.”

A partir de la fecha de recepción en SELAE de la solicitud de acceso, empezaba a contar el plazo de un mes para su resolución, según lo previsto en el párrafo primero del artículo 20.1 de la Ley de Transparencia.

Mediante escrito de fecha 29 de julio de 2025, se comunicó a [REDACTED] que, al amparo del artículo 20.1 de la LTAIBG, la ampliación del plazo para resolver sobre el acceso solicitado, debido al volumen y la complejidad de la información para la que se solicitaba el acceso

Una vez analizada la presente solicitud, esta Sociedad **resuelve a cada una de sus peticiones, lo siguiente** de conformidad con lo previsto en el artículo 16 LTAIBG.

A la primera y a la segunda de sus peticiones realizadas “¿A cuánto ascendió la inversión publicitaria que Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado hizo en medios de comunicación en el año 2024?, ¿Qué empresas se beneficiaron de esa inversión?”, se **concede acceso total** de conformidad con lo previsto en la LTAIBG, y se adjunta como **Anexo I**, documento Excel conteniendo la información solicitada.

Asimismo, respecto a la tercera de las peticiones, ¿Qué cantidad de dinero recibió cada una de ellas?, debe limitarse el acceso en base al artículo 14.1.h) LTAIBG, puesto que podría suponer un perjuicio para los intereses económicos y comerciales de los medios de comunicación que emiten publicidad de SELAE.

En relación con los intereses económicos y comerciales, el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno emitió el Criterio Interpretativo 1/2019 relativo al límite al derecho de acceso a la información pública por este motivo, establecido en el artículo 14, apartado 1.h) de la LTAIBG, que concluye:

“I. El art. 14.1, apartado h), de la LTAIBG utiliza la conjunción copulativa “y” para la vinculación de los conceptos de “intereses económicos” y de “intereses comerciales”, lo que induce a pensar que en el ánimo de los redactores de la Ley había un entendimiento separado de ambos, según el cual los dos términos serían independientes y designarían realidades diferentes. No obstante, gramática y conceptualmente, los intereses comerciales son un sector de los intereses económicos que, por su relevancia son destacados al mismo nivel.”

*II. En cualquier caso, por “**intereses económicos**” se entienden 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 por “**intereses comerciales**” las “conveniencias, posiciones ventajosas o de importancia en materias relativas al ámbito del intercambio de mercancías o servicios en un ámbito de mercado”.*

III. [...]

*IV. La categorización de las posiciones de un sujeto o sujetos como intereses económicos y comerciales debe hacerse caso por caso y en atención a las circunstancias concretas de cada supuesto. Pero cuando se está **en presencia de secretos comerciales o de cláusulas de confidencialidad debe entenderse en todo caso que dichos intereses concurren en el caso.***

En todo caso, a la hora de calificar una determinada información como secreta o confidencial, han de tenerse en cuenta los siguientes criterios:

- a) Ha de ser relativa a circunstancias u operaciones que guarden conexión directa con la actividad económica propia de la empresa.*
- b) La información no ha de tener carácter público, es decir, que no sea ya ampliamente conocida o no resulte fácilmente accesible para las personas pertenecientes a los círculos en que normalmente se utilice ese tipo de información.*
- c) Debe haber una voluntad subjetiva del titular de la información de mantener alejada del conocimiento público la información en cuestión.*
- d) La voluntad de mantener secreta la información ha de obedecer a un legítimo interés objetivo que debe tener naturaleza económica, y que cabrá identificar – por ejemplo, cuando la revelación de la información produzca el detrimento de la competitividad de la empresa titular del secreto frente a sus competidores, debilite la posición de ésta en el mercado o le cause un daño económico al hacer accesible a los competidores conocimientos exclusivos de carácter técnico o comercial.*

*V. La protección de los intereses económicos y comerciales de un sujeto determinado opera **tanto en el ámbito de la publicidad activa como en el del ejercicio del derecho de acceso a la información pública.***

VI. [...]

*VII. En el ámbito del **ejercicio del derecho de acceso**, deben tenerse en cuenta las siguientes reglas para la aplicación del límite:*

a) El límite referido al perjuicio para los intereses económicos y comerciales de una organización, empresa o persona como el resto de los límites del artículo 14, **no opera de manera automática** ni supone per se una exclusión directa del derecho de acceso a la información o de las obligaciones en materia de publicidad activa.

b) Antes al contrario tal como establece el propio art. 14, la aplicación de los límites será potestativa, justificada y proporcionada con el objeto y finalidad de protección y atender a las circunstancias del caso concreto (art. 14.2).

c) Cada caso debe ser objeto de un estudio individualizado, de la aplicación del test del daño, y de la ponderación de sus circunstancias tal como rige en el Preámbulo de la Ley.

d) No es suficiente argumentar que la existencia de una posibilidad incierta pueda producir un daño sobre los intereses económicos y comerciales para aplicar el límite con carácter general. El perjuicio debe ser definido, indubitado y concreto.

e) Dicho daño debe ser sustancial, real, manifiesto y directamente relacionado con la divulgación de la información.

f) Constatada la existencia del daño y su impacto, deberá procederse a la **ponderación de la existencia de un interés prevalente** que marcará, en última instancia, el peso de dicho daño en los intereses económicos y comerciales frente al interés legítimo existente en conocer la información concreta a divulgar”.

La primera cuestión que debe contemplarse al aplicar el límite al acceso a la información pública al que se refiere ese Criterio Interpretativo es que su ámbito de aplicación abarca tanto a los datos, informaciones o contenidos sometidos a publicidad activa (art. 5.3 en relación con el 14.1.h) de la LTAIBG), como a la información pública objeto del derecho de acceso (art. 14.1.h) de la LTAIBG). En consecuencia, dicho Criterio es de aplicación a la información a la que pretende acceder el solicitante sobre el importe económico recibido por cada uno de los medios de comunicación por la publicidad emitida por SELAE.

De conformidad con el texto de la LTAIBG, el bien jurídico protegido son los “intereses económicos y comerciales”. No obstante, aclara el citado Criterio Interpretativo 1/2019 que “intereses económicos” e “intereses comerciales” no son conceptos diferentes, es decir, debe entenderse que la LTAIBG no ha pretendido referirse a los intereses económicos y comerciales como realidades separadas, sino que se refiere a los intereses comerciales como una parte de los intereses económicos que, por su relevancia en este ámbito, son destacados al mismo nivel.

Indica el Criterio Interpretativo en su apartado II.3.2. Concepto de intereses económicos y comerciales. C) Bienes jurídicos protegidos (página 11):

“En el documento¹ se indica que el límite está previsto para proteger intereses comerciales y otros intereses económicos, privados o públicos, con el objetivo fundamental de “evitar daños indebidos a la capacidad competitiva o las posiciones negociadoras de los titulares”. Así mismo, se ofrecen algunos ejemplos de datos o informaciones que pueden representar potencialmente intereses económicos y comerciales, en su caso, dignos de protección, como son: la información relativa a los “secretos comerciales” -que pertenecen “al ámbito de la competencia, los

procedimientos de producción, estrategias comerciales, listas de clientes, etc...”; la información que las Administraciones Públicas pueden obtener en la preparación de procesos de negociación colectiva o los datos de personas físicas o jurídicas que aquéllas pueden haber obtenido en sus actuaciones en materia fiscal.

*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.**”*

Y continúa en su apartado II.3.2. Concepto de intereses económicos y comerciales. E. Recapitulación (página 18):

“Recapitulando lo dicho hasta ahora, hay que entender, a juicio de este CTBG, que tanto el concepto gramatical como el jurídico de intereses económicos y comerciales que pueden obtenerse de las fuentes usuales resultan excesivamente abstractos para una aplicación eficiente del art. 14.1, h) de la LTAIBG a supuestos concretos.

*Por ello, y siempre a juicio de este Consejo, se entiende más adecuado restringir el concepto **a aquellas ventajas o situaciones beneficiosas para el sujeto o sujetos de los mismos que, de conocerse, comprometerían su posición en el mercado o en cualesquiera procesos negociadores de naturaleza económica** (licitaciones, negociación colectiva, etc...).”*

Por tanto, según el propio Criterio Interpretativo 1/2019, la nota distintiva esencial de los intereses económicos y comerciales radica en que su divulgación (ya sean datos o contenidos informativos que los reflejen) puede perjudicar la posición del sujeto en los ámbitos de la competencia y la integridad en los procesos de negociación, esto es, puede causar perjuicios a la capacidad del sujeto que intenta proteger, precisamente, la limitación del acceso a esos intereses económicos y comerciales. Dicho de otro modo, la divulgación de la información, por razón de su contenido o del ámbito material a que afecta, puede perjudicar la posición en el mercado o en el proceso de creación y distribución de bienes y servicios del sujeto o sujetos a que se refiere o a sus posiciones negociadoras en el ámbito económico, frente a la obtención, el uso y la divulgación ilícita de la misma

Este razonamiento es aplicable a la solicitud de acceso a la información instada por el solicitante: el modelo de negocio de SELAE en materia de publicidad se basa en la subcontratación de la gestión y en contratación de espacios en medios de comunicación

compuestos por compañías que pugnan entre sí por ofrecer los precios más competitivos por espacios similares, ofrecer las audiencias más amplias y cualificadas, y las herramientas de segmentación más precisas para beneficio del anunciante. Si se concediera íntegramente el acceso a la información solicitada se estaría revelando información que atentaría contra los legítimos intereses económicos y comerciales de las compañías que componen el sector de la publicidad.

SELAE, al no disponer de medios propios, externaliza los servicios de diseño, negociación y seguimiento de un plan de medios, sometiendo la contratación a licitación respetando las obligaciones impuestas por la normativa de contratación pública. Los licitadores son agencias de medios que intermedian en la compra de espacios publicitarios de manera masiva, abaratando el coste y comisionando por su servicio. Estas agencias mantienen contacto y negociación permanente con los medios de comunicación que ofrecen sus espacios para los anunciantes, reservando y comprando los mismos con unos patrones establecidos por el anunciante.

Los soportes que los medios de comunicación ofrecen a los anunciantes y a sus agencias son mayoritariamente equivalentes en todos ellos, y están lo suficientemente estandarizados como para que el anunciante pueda comparar entre ellos y establecer medidas e indicadores de éxito de una campaña fácilmente.

Estos soportes son diferentes en función del “canal” del que se trate y sus productos a la venta se distinguen por medidas diferentes, todas ellas estandarizadas. Así, podemos distinguir los siguientes canales: televisión, radio, prensa, exterior, digital y cine; y cada uno de ellos tiene medidas estándar en el mercado para el cálculo del precio. Por ejemplo, en televisión, para el cálculo del precio se tienen en cuenta medidas estándar como la duración en segundos del anuncio en vídeo y el posicionamiento del mismo dentro de un bloque de horas.

La información relativa a la inversión realizada en cada operador (empresas) permitiría conocer los precios ofertados por los anunciantes para cada soporte en cada momento del tiempo, información confidencial y de interés económico y comercial por cuanto que supone desvelar el posicionamiento estratégico relativo, mejorar la posición negociadora con la/s agencia/s intermediaria/s y con los anunciantes y, por supuesto, causar un perjuicio a la estabilidad de la industria basada en oferta y demanda de espacios.

Dicha información, además, es susceptible de ser extrapolada gracias a la oferta de información de soportes contratados por anunciantes en un momento del tiempo por parte de agencias auditoras de espacios, es decir, es posible conocer, para una inversión concreta en un operador, en qué soportes concretos se realizó esta inversión, desvelando de esta manera los precios de los soportes, precios de cesión a terceros (agencias) y descuentos por volúmenes contratados, entre otros aspectos.

Una vez constatada la concurrencia del bien jurídico protegido, esto es, los intereses económicos y comerciales, de acuerdo con lo expuesto tanto en la Ley y el Criterio Interpretativo 1/2019, procede a continuación realizar el test de daño y el test de interés.

Indica el tantas veces citado Criterio Interpretativo 1/2019:

“Las condiciones expresadas en los dos apartados anteriores deben darse conjuntamente, de modo tal que cualquier invocación del art. 14.1 tiene un doble condicionante y requiere la realización por el aplicador de dos exámenes sucesivos.

los denominados por la doctrina especializada y el preámbulo de la Ley test del daño y test del interés. A través del primero se comprueba la probabilidad del hipotético perjuicio o lesión y la existencia de un nexo causal entre el acceso a la información que se solicita y el perjuicio alegado. Mediante el segundo se comprueba si existe en el caso algún interés superior al protegido con la limitación que justifique el acceso solicitado.

La limitación del derecho de acceso a la información solicitada puede, además, justificarse si se realizan los llamados “Test del daño” y “Test del interés”, que comprueban la probabilidad de un hipotético perjuicio o lesión y la existencia de un nexo causal entre el acceso a la información que se solicita y el perjuicio alegado, comprobando si existe en este caso concreto algún interés superior al protegido por la limitación que justifica el acceso solicitado.

Respecto al “Test del daño”, SELAE, como sujeto responsable de atender una solicitud de información, está obligada a valorar todas las cuestiones que resulten de aplicación, con identificación de los intereses económicos y comerciales que se ven afectados, destacar la incidencia comercial o económica de la información que se solicita y valorar en qué medida proporcionar la información dañaría los intereses económicos y comerciales de una organización.

De esta manera, entiende SELAE que, de concederse el acceso a la información solicitada, y como consecuencia directa de dicho acceso, se produciría:

- 1) Una revelación de precios de formatos de los operadores.
- 2) Una revelación de precios y/o comisiones de agencia, solo accesibles a licitadores.
- 3) Posibles represalias de agencias en precios o descuentos para con SELAE.
- 4) Posibles represalias de terceros operadores para con SELAE.
- 5) Pérdida de poder negociador de SELAE con operadores o agencias.
- 6) Posiblemente, una ventaja competitiva del solicitante al haber obtenido información de la estrategia comercial de los competidores.
- 7) Un posible perjuicio en presentes y futuras licitaciones de agencias de medios, con precios distorsionados o eliminación de descuentos.

En cuanto al “Test del interés”, y aunque se pudiera entender en una primera aproximación que la solicitud de acceso se ampara en una fiscalización de la gestión pública por un particular, el grado de detalle con el que se pretende obtener aconseja fijar una limitación, pues la posible utilidad o interés público de la información no requiere el detalle solicitado. Más bien, al contrario, si se tiene en cuenta que (i) no está acreditado que la utilidad pública de la información requiera de un detalle que permita al peticionario solventar sus inquietudes informativas, y sí conseguir datos que puedan beneficiarle en su gestión privada en el mercado en el que compite, sin que por contra dicha información haya sido obtenida en el mercado; y, por el contrario, (ii) existe un riesgo cierto de restricción de la competencia si se tiene en cuenta que, en economías de mercado como la española, existe un interés público en que las empresas puedan operar en un marco seguro de competencia, tanto si tal competencia tiene lugar en el ámbito ordinario de la actividad económica del país, como en el marco de la contratación pública.

En la misma línea, el Criterio Interpretativo 1/2019, en su apartado II.4.2. Derecho de acceso. C) Test del interés (página 21) refrenda lo anterior cuando indica:

“Por el contrario, se entiende que existe una inclinación favorable a la no divulgación de la información cuando:

[..]

- Existe un riesgo de restricción de la competencia”

En virtud de lo anterior, se resuelve el **acceso parcial a la petición tercera**, facilitando únicamente la inversión total realizada por tipo de medio de comunicación.

Por otro lado, en relación con la cuarta de las peticiones realizadas “¿En qué fechas se hicieron cada una de las transferencias a cada medio?”, se **inadmite a trámite esta petición**, en virtud del artículo 18.d) de la LTAIBG, debido a que SELAE no dispone de esta información, dado que realiza directamente el pago a las agencias de medios, y éstas son las encargadas de contratar y pagar a los medios de comunicación. Las agencias de medios son empresas privadas no sometidas a la Ley de Transparencia, y aglutinan las transacciones y contrataciones de muchos clientes. Por tanto, SELAE carece de trazabilidad respecto a las transacciones posteriores efectuadas a cada uno de los medios de comunicación.

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 Transparencia y Buen Gobierno en el plazo de un mes; en ambos casos el plazo se contará desde el día siguiente a la notificación de la presente resolución.

EL PRESIDENTE,

**HUERTA ALMENDRO
JESUS**

Firmado digitalmente por HUERTA
ALMENDRO JESUS
Fecha: 2025.09.22 19:22:30 +02'00'

Jesús Huerta Almendro