

**ANTECEDENTES**

Habiendo recibido su escrito de fecha 5 de marzo de 2015, en el que nos solicita copia de toda la documentación relativa a los contratos de las campañas o acuerdos de publicidad comercial o institucional suscritas por el ICO en los años 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014, con cualquier agencia de medios, medio de comunicación o cualesquiera otra entidad privada, incluyendo planes de medios con el desglose de los medios y fechas en que se han ejecutado las campañas, número de inserciones (prensa impresa), pases de spot (televisión), pases de cuñas (radio), número de impresiones (internet), coste de cada inserción/spot/impresión, descuentos de agencia, informes de evaluación y post-evaluación, ponemos en su conocimiento lo siguiente:

**FUNDAMENTOS JURÍDICOS**

De conformidad con el artículo 12 de la Ley 19/2013, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, le asiste el derecho de acceso a la información pública y por ello se pone en su conocimiento la siguiente información relativa a las acciones publicitarias del ICO desde el año 2010:

Herramientas de Comunicación	2010 Líneas ICO	2010 ICODirecto	2011 Líneas ICO	2011 ICODirecto	2012 Líneas ICO	2013 Líneas ICO	2014 Líneas ICO
Televisiones públicas autonómicas y locales	48.878		41.685	333.638	1.390		
Televisiones privadas generalistas	299.835		263.487	451.415	187.739		
Otras televisiones privadas	495		11.814	24.538	47.501		
Rádios públicas autonómicas y locales	1.102		557		805	1.383	676
Rádios privadas generalistas	120.331		117.150		59.498	56.373	111.081
Otras radios privadas	6.182		3.192		16.361	25.696	35.716
Periódicos información general	149.319	536.144	148.828	154.488	154.983	161.962	143.948
Periódicos información económica	9.134		8.076		16.710	24.043	9.843
Periódicos información deportiva	15.412	139.201	17.556		21.447	27.642	2.459
Revistas	6.143		13.705		3.394	1.810	
Internet (sitios, web, redes)	51.224	222.009	54.094	121.308	91.956	86.286	65.500
Diarios impresos edición internet	19.433	124.438	16.929	24.535	25.193	74.504	102.888
Diarios digitales	1.967	10.575	1.988	4.673		7.922	14.770
Exterior	24.464		72.158			30.402	29.805
Marketing postal	31.165		13.402		13.172	7.392	6.470
<b>Total Compra Medios coste ICO</b>	<b>785.084</b>	<b>1.032.367</b>	<b>784.621</b>	<b>1.114.595</b>	<b>640.149</b>	<b>505.415</b>	<b>523.155</b>

*Nota: En este cuadro se incluye solamente las cantidades que corresponden al ICO, no el coste total de las campañas.*

En todo caso, le comunicamos que las acciones publicitarias realizadas por cualquiera de los organismos de la Administración General del Estado, entre los que se incluye el Instituto de Crédito Oficial, están recogidas y detalladas en los correspondientes INFORMES DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, informes elaborado por la Secretaria de la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional (Secretaría de Estado de Comunicación. Ministerio de la Presidencia. Complejo de la Moncloa. Avda. Puerta de Hierro s/n. Madrid), a partir de los datos facilitados por los diferentes departamentos ministeriales.

El resto de la información solicitada se encuentra dentro de los límites que establece el artículo 14 de la referida Ley, en concreto en lo establecido en el apartado primero letra h) relativo a los intereses económicos y comerciales, (Véase, art. 14 1. h). Este supuesto es aplicable a los datos solicitados al ICO que no se encuentran recogidos en la información proporcionada anteriormente, en base a los siguientes fundamentos:

- Las campañas de publicidad del ICO son de carácter comercial. Las acciones publicitarias catalogadas como comerciales quedan fuera del marco de aplicación de la Ley 29/2005 de Publicación y Comunicación Institucional, tal como se recoge en el artículo 1.2 de la citada Ley.
- Las campañas de publicidad están cofinanciadas por las Entidades Financieras con las que el ICO tiene firmados los correspondientes acuerdos de colaboración para la distribución de las Líneas ICO. El Acuerdo Marco de colaboración recoge que las Entidades Financieras asumen el 75% del coste anual de la campaña de publicidad que se realice en dicho ejercicio para la difusión y promoción de las citadas Líneas. Por consiguiente, el importe asumido y pagado por el ICO es únicamente el 25% del coste total de las acciones publicitarias desarrolladas.  
Las Entidades Financieras privadas no están dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Transparencia por lo que no tienen obligación de suministrar la información solicitada.
- El ICO selecciona periódicamente una Central de Medios para la prestación, entre otros, de los siguientes servicios :
  - Planificación de la estrategia de medios más adecuada en términos de eficiencia de los soportes y eficacia presupuestaria, para lograr una mayor y mejor cobertura de todas las campañas de publicidad y acciones publicitarias que realice el ICO, tanto nacionales como internacionales.
  - Adquisición, compra o contratación de los espacios, soportes y medios necesarios para la difusión y ejecución de la/s campaña/s y acciones publicitarias que el Instituto de Crédito Oficial realice a lo largo del año, conforme a las instrucciones que determine el ICO.
  - Asesoramiento sobre evolución de audiencias, eficacia presupuestaria, rentabilidad de soportes, estudios comparativos entre medios y todos

- aquellos aspectos técnicos necesarios para llevar a cabo la toma de decisiones idóneas para la contratación de espacios publicitarios.
- Evaluación de las campañas: la empresa deberá realizar al finalizar la campaña de las Líneas ICO un post test cualitativo y cuantitativo que permita al ICO conocer el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos, así como los puntos fuertes y débiles de la campaña. El ICO y la empresa determinarán conjuntamente el momento adecuado para la realización del post test, así como el alcance del mismo.
  - La planificación anual de las acciones publicitarias se realiza bajo las siguientes premisas:
    - **Cobertura y afinidad** de los diferentes soportes y medios para impactar al *target* (público objetivo) de campaña definido.
    - **Rentabilidad económica y eficiencia presupuestaria**, cuyo cálculo se realiza en base al coste del anuncio/spot/cuña/banner, su adecuación real al *target*, así como el descuento ofertado por la empresa adjudicataria para cada soporte o medio.

De conformidad con lo manifestado y tal y como se ha referido anteriormente, la planificación de las acciones publicitarias se hace en función de la idoneidad de los soportes según el público objetivo al que va dirigido y de su coste económico (principios fundamentales de cualquier planificación publicitaria), **la revelación de datos económicos de los pagos realizados a los diferentes medios de comunicación alteraría el sentido del concurso y supondría un quebranto económico considerable para el ICO y las Entidades Financieras colaboradoras**, supuesto claro de perjuicio económico y comercial, al que alude la disposición legal.

Teniendo en consideración lo anteriormente expuesto se dicta la siguiente:

### RESOLUCIÓN

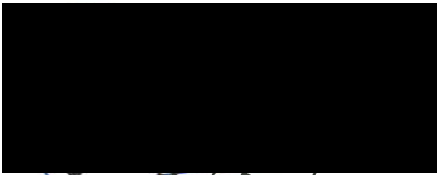
A la vista de lo expuesto en este escrito, se procede a emitir la siguiente **Resolución**, a los efectos de cumplir con lo previsto en artículo 20, de la Ley 19/2013, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

- Se **concede** el acceso a la información que requiere el solicitante, en relación con aquella información que se encuentra recogida en los correspondientes Informes de Publicidad y Comunicación Institucional de 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014.
- Se **deniega** aquella información que requiere el solicitante que no se encuentra publicada en los referidos informes, en virtud de lo dispuesto en el artículo 14.1.h de la Ley de Transparencia, que alude a la existencia de un perjuicio en los intereses económicos y comerciales, como límite del derecho de acceso.

Asimismo, se indica que esta resolución es recurrible directamente ante la Jurisdicción Contencioso-administrativa, en virtud de lo dispuesto en el artículo 20.5 de la Ley 19/2013, sin

perjuicio de la posibilidad de interposición de la reclamación potestativa, prevista en el artículo 24 de la mencionada Ley, ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno.

Madrid, a 16 de abril de 2015

A large black rectangular redaction box covering the signature area.

Teresa Mogín Barquín

A small black rectangular redaction box covering a line of text.