



Consejo de
Transparencia y
Buen Gobierno AAI

JOSE LUIS RODRIGUEZ ALVAREZ (1 de 1)
Presidente
Fecha Firma: 22/02/2024
HASH: 03d08896ade616b2b4042a2545895983

Resolución reclamación art. 24 LTAIBG

S/REF: 00001-00080447

N/REF: 2702/2023

Fecha: La de firma.

Reclamante: [REDACTED]

Dirección: [REDACTED]

Organismo: MINISTERIO DE SANIDAD.

Información solicitada: Publicidad y comunicación institucional.

Sentido de la resolución: Desestimatoria.

I. ANTECEDENTES

1. Según se desprende de la documentación obrante en el expediente, el 13 de junio de 2023, el reclamante solicitó al MINISTERIO DE SANIDAD, 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:

«Solicito conocer para todos y cada uno de los años entre 2015 y 2022 el desglose de dinero invertido por el Ministerio en campañas de publicidad y comunicación institucional. Incluido cualquier organismo, unidad, empresa o institución dependiente del Ministerio.

Solicito que para cada año se me indique el nombre del medio, tipo de medio (prensa, tv, digital, radio o lo que corresponda), a qué empresa (nombre y CIF) pertenece y

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

cuánto dinero recibió del total de invertido por el ministerio en campañas de publicidad y comunicación institucional. Si, además, para cada año se puede añadir al desglose sobre de qué unidad del Ministerio, empresa pública o institución dependiente del Ministerio eran las campañas, solicito que se me añada. Si no se puede añadir ese desglose, solicito que se me indique el motivo.

Del mismo modo, recuerdo que si no se puede entregar algún dato en concreto eso no es óbice para no entregar el resto de lo solicitado.

Solicito la información en formato reutilizable tipo .csv o .xls.

Recuerdo que se trata de información sobre la que no cabe motivo para no entregarla. Así lo ha dictaminado el Consejo de Transparencia en resoluciones como la R-0754-2022 y muchos Gobiernos autonómicos ya lo publican de forma proactiva. Recuerdo también que algunos ministerios ya han entregado esta información ante solicitudes de información similares.

Solicito que para cada año se me entregue el desglose final de pago a medios de comunicación de todo el dinero total invertido en campañas por el Ministerio. Solicito que se me detalle si la cantidad indicada es el pago neto realizado al medio por las inserciones o es el pago hecho a la agencia contratada para la inserción incluyendo la comisión de esa agencia.

Del mismo modo, recordar que contratar a agencias u otro tipo de empresas para realizar el reparto o la inserción en medios tampoco exime a la Administración de entregar esta información. Las agencias que hacen la inserción son subcontratadas por la Administración y la Administración es competente, por ello, para recopilar y entregar esta información. Así lo establece, de hecho, la propia LTAIBG en su artículo 4.»

2. No consta respuesta de la Administración.
3. Mediante escrito registrado el 12 de septiembre de 2023, el solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, CTBG) en aplicación del [artículo 24](#)² de la LTAIBG en la que pone de manifiesto

«Pedí el pasado 13 de junio al Ministerio de Sanidad el desglose de pago a cada medio de comunicación por sus campañas de publicidad institucional y comunicación.

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

Con esa misma fecha ampliaron el plazo para resolver. Además, suspendieron el plazo para resolver y notificar a posibles terceros afectados. En cualquier caso, el plazo ampliado para resolver acabaría el 13 de agosto. Y desde entonces ha pasado ya un mes y, por tanto, ha pasado también con creces el plazo de 15 días que se da para alegar a los terceros.

La información que pedía es de evidente interés público y no caben límites para denegarla, como ya ha resuelto en multitud de ocasiones el Consejo de Transparencia.»

4. Con fecha 18 de septiembre de 2023, el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno trasladó la reclamación al MINISTERIO DE SANIDAD 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 10 de octubre se recibió escrito en el que se señala:

«La reclamación presentada por el Sr. (...), una vez analizada, ha sido respondida, habiéndosele facilitado ya dicha información, la cual se adjunta a estas alegaciones.

Tomando en consideración lo expuesto, se solicita que se admita a trámite este escrito y a la vista de las consideraciones contenidas en el mismo, se inadmita la reclamación formulada por D. (...), por haber resuelto el objeto de la reclamación presentada.»

A dicho escrito, se acompaña la resolución del órgano de fecha 9 de octubre de 2023, cuyo tenor literal es el siguiente:

«(...) Una vez analizada, se resuelve conceder el acceso a la información a la que se refiere la solicitud presentada por D. (...).

El apartado 4 del artículo 19 de la Ley 19/2013, señala que “Cuando la información objeto de la solicitud, aun obrando en poder del sujeto al que se dirige, haya sido elaborada o generada en su integridad o parte principal por otro, se le remitirá la solicitud a éste para que decida sobre el acceso.” Examinada la información solicitada, se determinó que la misma estaba incluida en ese supuesto, por lo que con fecha 27 de junio de 2023, se le notificó que se había remitido la solicitud a terceros, en este caso las agencias de medios adjudicatarias de los contratos de difusión en los medios de las campañas, para que realizasen alegaciones sobre el acceso a dicha información en un plazo de 15 días hábiles desde la recepción de la comunicación. Asimismo, se le comunicó al interesado que el plazo para dictar resolución, quedaba en suspenso de acuerdo al artículo 19.3 de la Ley 19/2013.

En el periodo de alegaciones, se han presentado dos escritos de alegaciones oponiéndose a que se facilite esta información, alegando por una parte el carácter confidencial de dicha información y que la misma es sensible puesto que se maneja dentro de su ámbito comercial y afecta a sus intereses económicos y comerciales, tanto a nivel particular como en su relación comercial con otras agencias y medios de comunicación por lo que consideran que debe preservarse, entre otras consideraciones.

No obstante, analizadas las alegaciones formuladas, prevalece el interés público en el acceso a la información solicitada.

Cabe señalar que la contratación de espacios publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional no se realiza de forma directa con los medios, sino a través de agencias especializadas en la planificación y compra de espacios publicitarios en los distintos medios, ya que la Administración no dispone de recursos humanos y técnicos especializados para ello. Esta contratación 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, en base a los siguientes motivos, que se recogen en el acuerdo de inicio del expediente del acuerdo marco actualmente en vigor: "Teniendo en cuenta que el sector de la publicidad presenta muchas particularidades que las necesidades de los organismos no son siempre las mismas, se ha elegido como técnica de racionalización de la contratación el acuerdo marco, ya que a través de este procedimiento se establecen una serie de condiciones comunes, tanto técnicas como administrativas, que permiten homogenizar los niveles de calidad de los servicios contratados, siendo cada organismo el que concrete sus necesidades específicas en el contrato basado. Con ello, se agilizan los trámites al simplificar los procedimientos administrativos y reducir las cargas que llevan aparejadas." De conformidad con la normativa de aplicación, el órgano responsable de este tipo de contratación es la Dirección General de Racionalización y Centralización de la Contratación del Ministerio de Hacienda y 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 Administración son los aportados por las agencias de medios a los ministerios contratantes 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.

La planificación de los medios realizada por las agencias adjudicatarias se diseña atendiendo a estrictos criterios de audiencia y afinidad, en base a datos objetivos de las herramientas de investigación utilizadas en el mercado publicitario.

A estos efectos, se comunica que la información que consta en la Subsecretaría de Sanidad relativa a la relación de medios que han recibido publicidad institucional por parte de este Ministerio entre 2015 y 2022, se facilita en el ANEXO I, con la excepción de la correspondiente a las agencias alegantes.

La información relativa a la creatividad y producción de estas campañas puede consultarse en los informes anuales de publicidad y Comunicación publicados en el siguiente enlace:

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Paginas/PlanesEInformes.aspx>

En relación a las campañas del ámbito de Igualdad, se facilita la información relativa a las campañas que van desde el año 2015 hasta diciembre de 2017, puesto que en 2018 se traspasó la competencia al Ministerio de Presidencia. Se ha recabado la autorización expresa del Ministerio de Igualdad para facilitar esta información.

Asimismo, se facilita la información relativa a las campañas de la Dirección General de Consumo del 2015 al 2019, tras recabar la autorización expresa del Ministerio de Consumo. El acceso a la información generada a partir de enero de 2020, fecha en la que se creó el Ministerio de Consumo, es asumido por dicho ministerio.

Se proporciona también información relativa a las campañas del área de la Dirección General de Servicios para la Familia y la Infancia del 2015 al 2019, tras recabar la autorización expresa del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. El acceso a la

información generada a partir de enero de 2020, fecha en la que se creó el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, es asumido por dicho ministerio.

La información de las campañas gestionadas por la agencia de medios que ha presentado alegaciones, se facilitará una vez sea firme la presente resolución, a fin de garantizar a los interesados el derecho que les asiste de interponer el correspondiente recurso contencioso-administrativo de conformidad con el artículo 22.2 de la citada Ley 19/2013. El acceso a los datos de dicha agencia tendrá lugar cuando haya transcurrido el plazo para interponer recurso contencioso-administrativo sin que se haya formalizado por parte del alegante o haya sido resuelto confirmando el derecho a recibir la información.»

Así mismo, se aporta una hoja de Excel incluyendo los datos a los que hace se hace referencia en la resolución.

5. El 11 de octubre de 2023, se concedió audiencia al reclamante para que presentase las alegaciones que estimara pertinentes. El 16 de octubre, se recibió un escrito en el que se expone que:

«(...) [L]a resolución por parte del ministerio no concede de forma completa la solicitud de este interesado. Para muchas campañas el Ministerio facilita la información, pero en otras indica pagos a grupos como Unidad Editorial, Prensa Ibérica, Zeta, Grupo Henneo, Vocento, Mediaset, Atresmedia, Grupo Única, Grupo Delivery Media o Grupo Joly (entre muchos otros), sin indicar, por tanto, el gasto desglosado medio a medio como yo solicitaba. De hecho, en la mayoría de estos se indica el pago genérico al grupo sin indicar siquiera en qué medios del grupo se insertó la publicidad. Además, en ningún caso incluye el pago a cada medio a qué empresa con su nombre y CIF se le hizo llegar, información que yo también pedía.

Para más inri, también se incluyen pagos a empresas como Delivery Media, Smartclip o Sun Media que son agencias o empresas intermediarias para compra de medios. Se incluyen como el pago a un medio más, pero esos pagos no permiten ver en qué medios se insertó esa publicidad y no se incluye por tanto el desglose medio a medio haya intermediario o no, que es tal y como yo solicitaba la información. Pido, por todo ello, que se siga adelante con la presente reclamación y se inste al ministerio a entregarme realmente lo solicitado. Además, el ministerio tampoco indica de forma clara sobre qué años no está dando información porque han alegado las agencias intermediarias ni tampoco deja de forma clara en qué plazo exacto, cuando ya haya pasado el plazo que tienen estos terceros para recurrir a la justicia, entregarán esa información que falta.»

6. El 25 de octubre de 2023, se concedió audiencia a CARAT ESPAÑA, S.A.U y EQU MEDIA XL, S.L., como terceros interesados que ya habían manifestado su oposición al acceso en el trámite de audiencia efectuado por el Ministerio. Con fecha 31 de octubre y 10 de noviembre se reciben sendos escritos de respuesta:

EQU MEDIA XL, S.L. muestra su conformidad para que se facilite el acceso, pero únicamente a la información que se hizo pública en los actos de apertura de la propuesta presentada por dicha empresa, pero excluyendo el resto de la contenida en la oferta, ya que dar publicidad a dicha información supondría grave perjuicio para sus intereses económicos y comerciales porque desvelaría sus estrategias de comunicación y planes de medios.

CARAT ESPAÑA, S.A.U por su parte se opone a que sea entregada la información solicitada que le afecte, alegando también perjuicio para sus intereses económicos y comerciales, por lo que estaría afectada por el límite establecido en la letra h) del artículo 14.1 LTAIBG, así como vulneración de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia al permitir el acceso a secretos comerciales e información competitivamente sensible, no pudiendo obviarse que la concurrencia competitiva se basa en que ciertos datos de los actores en un determinado mercado permanecen ocultos a sus competidores. Así mismo, señala que: *«ningún dato referente a los contratos del intermediario y su proveedor, el titular del medio de comunicación, podrían ser objeto de revelación como consecuencia de la Solicitud. Se efectúa tal advertencia, en tanto que los intermediarios, en los Expedientes, revelan al órgano de contratación sus condiciones logradas con los medios de comunicación, con la condición de que la información en ningún caso sea compartida. Tanto es así que, en caso de que los órganos de contratación no garantizaran tal confidencialidad, ningún intermediario estaría en condiciones de formular una propuesta, por dos motivos. En primer lugar, porque supondría renunciar a su secreto comercial y, por lo tanto, a un arma competitiva de primer orden. En segundo lugar, porque podría ser calificado de conducta infractora, conforme a la LDC».*

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el [artículo 38.2.c\) de la LTAIBG³](#) y en el [artículo 8 del Real Decreto 919/2014, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Estatuto del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno⁴](#), 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*”.

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 los gastos realizados en campañas de comunicación y de publicidad institucional en el ámbito ministerial, con un determinado desglose y en varias anualidades, correspondientes a los ejercicios 2015 a 2022, ambos incluidos.

En lo que aquí interesa, el Ministerio requerido acordó la ampliación del plazo para resolver, pero no dictó resolución una vez transcurrido el plazo ampliado, por lo que la solicitud se entendió desestimada por silencio y expedita la vía de la reclamación prevista en el artículo 24 LTAIBG.

³ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a24>

⁴ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-11410&tn=1&p=20141105#a8>

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>

Con posterioridad, en el trámite de alegaciones de este procedimiento, resuelve conceder el acceso a la información, facilitando un archivo Excel en el que se recoge la información solicitada, con exclusión de la relativa a dos agencias, que mostraron su oposición a la entrega en el trámite de audiencia articulado de acuerdo con lo previsto en el artículo 19.3 LTAIBG.

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. Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, es preciso remarcar, como ya se señaló en la resolución de este Consejo R CTBG 251/2023, de 17 de abril, y se ha venido reiterando en las posteriores con el mismo objeto, que el acceso a la información que aquí se solicita *«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. Sentado lo anterior y partiendo de la premisa de que el Ministerio acordó conceder el acceso solicitado, aunque fuera de forma extemporánea y tras la presentación de la correspondiente reclamación, la presente resolución tiene como objeto verificar si la información proporcionada puede considerarse completa o si, por el contrario, resulta insatisfactoria como sostiene el reclamante.

Desde la perspectiva apuntada, no puede desconocerse que si bien es cierto que el enlace a los Planes e informes de Publicidad y Comunicación Institucional que aporta Ministerio, no resulta suficiente —ya que, como se señaló en la citada R CTBG 251/2023, tales instrumentos no contienen la información que se solicita (pues «*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*»)—; también lo es que el Ministerio adjunta, asimismo, información sobre las concretas campañas llevadas a cabo, resultando evidente que ha hecho un esfuerzo para aportar información sobre la materia —aunque no se haya proporcionado de forma homogénea para todas las campañas y en relación con todos los medios participantes—, indicando que es toda la información que posee.

Así, como ya ha quedado reflejado en los antecedentes de esta resolución, el Ministerio adjunta archivo Excel, para los años 2015 a 2022 en el que se identifican el nombre de la campaña; el centro directivo que la contrata; los medios (televisión, radio, prensa, revistas, internet, exterior, cine); los soportes concretos en los que se ha emitido y su inversión —Internet, medios de prensa digital y en papel, televisión redes sociales, radios públicas y privadas, etc.—. Esta información contiene un mayor detalle que aquella que, con carácter informativo, aparece en los planes e informes de publicidad y comunicación institucional y refleja, en la mayoría de las ocasiones la cantidad recibida por cada medio, por ejemplo, en la prensa, con indicación concreta de los diversos perceptores (por ejemplo, La Vanguardia, el mundo, Diario de Navarra, etc.) y, en otras ocasiones, la recibida por un determinado grupo (por ejemplo, Vocento, y los concretos medios que lo integran donde se insertó aunque sin concreción de la cantidad para cada uno de ellos).

A pesar de las alegaciones del reclamante sobre la insuficiencia de lo aportado, a la vista del contenido de la información que aporta el Ministerio y tomando en consideración que el Ministerio ha declarado expresamente que ha proporcionado la información de la que dispone —en relación con un concreto periodo— este Consejo considera que se ha facilitado toda la información razonablemente exigible para cumplir con las

finalidades de transparencia, por lo que procede desestimar la reclamación en este punto.

7. Finalmente, en relación con las empresas cuya información ha sido omitida como consecuencia de su oposición al acceso en el trámite de audiencia evacuado tanto con arreglo al artículo 19.3 LTAIBG, como con arreglo al artículo 24.3 LTAIBG, el Ministerio ha considerado prevalente el interés público en el acceso a la información (razonamiento que comparte este Consejo por los motivos ya expuestos a lo largo de esta resolución), si bien ha diferido el acceso en atención a lo dispuesto en el artículo 22.2 LAITBG -según cuyo tenor «*si ha existido oposición del tercero, el acceso 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*»-. Entiende este Consejo que tal modo de proceder resulta de la aplicación directa de la citada previsión legal, por lo que el Ministerio ha actuado de forma correcta.

8. En consecuencia, de acuerdo con lo expuesto, procede desestimar la reclamación.

III. RESOLUCIÓN

En atención a los antecedentes y fundamentos jurídicos descritos, procede **DESESTIMAR** la reclamación presentada por [REDACTED] frente a la resolución del MINISTERIO DE SANIDAD. 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](#).

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>

EL PRESIDENTE DEL CTBG

Fdo.: José Luis Rodríguez Álvarez

R CTBG
Número: 2024-0222 Fecha: 22/02/2024

2