



Resolución reclamación art. 24 LTAIBG

Número y fecha de resolución: indicados al margen.

Número de expediente: 1658/2025

Reclamante: El León de El Español Publicaciones, S.A.

Organismo: MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMIA SOCIAL.

Sentido de la resolución: Estimatoria.

Palabras clave: publicidad institucional, criterios.

I. ANTECEDENTES

- Según se desprende de la documentación obrante en el expediente, el 14 de mayo de 2025 la entidad reclamante solicitó a la Dirección General de Racionalización y Centralización de la Contratación-Junta de Contratación Centralizada, 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 referida a cada uno de los contratos basados en el Acuerdo Marco 0/2023, 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 cuyo listado recoge en su solicitud de acceso:

«(...) (i) El nombre de cada uno de los medios incluidos en cada plan de medios de las campañas de publicidad aprobados por la Administración (indicando el detalle del número de inserciones por medio, soporte y formato, así como el porcentaje de inversión en cada medio).

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



(ii) Los criterios para el reparto entre los distintos medios de cada campaña, tanto los incluidos en la solicitud de la propuesta de plan de medios dirigida por la Administración a la empresa adjudicataria de cada licitación, como los utilizados en los planes de medios de cada campaña finalmente aprobados por la Administración, indicando el peso o ponderación de cada criterio en la decisión final de adjudicación de publicidad a los distintos medios en la que se basa el plan de medios aprobado.»

Se incluye el siguiente listado de contratos:

Nº expediente	Denominación
CBA705/2025	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada 1º De Mayo: Día Internacional Del Trabajo. (Subdirección General de Administración Financiera Y De La Oficina Presupuestaria. Mº Trabajo, Y Economía Social)
CBA101/2025	servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Promoción De La Igualdad De Género Real Y Efectiva – 8M" (Se De Igualdad Y Para La Erradicación De La Violencia Contra Las Mujeres)
CBA2826/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Alimentos De España, Alimentos De Todos" (Dirección General De Alimentación
CBA2510/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Salud Y Mujer" 2025. (Ministerio De Sanidad)
CBA1629/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada Aniversario De La Constitución Española. (Subsecretaría De La Presidencia, Justicia Y Relaciones Con Las Cortes

R CTBG

Número: 2025-1420 Fecha: 25/11/2025



CBA1723/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada “Alimentos De España, Alimentos De Calidad”. (Dirección General De La Industria Alimentaria)
CBA1593/2024	Contrato Basado En El Acuerdo Marco 50/2023 Para La Prestación De Los Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Difusión De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada Sensibilización Contra La Violencia Hacia La Infancia Y La Adolescencia (Dirección General De Derechos De La Infancia Y De La Adolescencia)
CBA1353/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada “Visibilización Del Plan De Recuperación, Transformación Y Resiliencia”. (Subsecretaría De Asuntos Económicos Y Administración Digital)
CBA1239/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Difusión De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada “Kit Consulting” (Entidad Pública Empresarial Red. Es, M.P.)
CBA1113/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada Promover El Acceso A La Función Pública A Través De Los Cuerpos Especiales De La Seguridad Social. (Subsecretaría De Inclusión, Seguridad Social Y Migraciones)
CBA1128/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Difusión De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada “Promoción De Una Educación Sexual Positiva Basada En La Igualdad Y El Buen Trato”. (E05251401 - Secretaría De Estado De Igualdad Y Para La Erradicación De La Violencia Contra Las Mujeres)
CBA1054/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Difusión De La Campaña De Publicidad

R CTBG
Número: 2025-1420 Fecha: 25/11/2025



	Institucional Denominada "Kit Digital" (Entidad Pública Empresarial Red. Es, M.P.)
CBA734/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Campaña De Promoción Y Protección De La Salud Mental" 2024. (Ministerio De Sanidad)
CBA670/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "El Valor De La Atención Primaria" 2024. (Ministerio De Sanidad)
CBA701/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional "Promoción De La Vacunación Estacional". (Ministerio De Sanidad)
CBA583/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Más Tiempo Para La Conciliación Y Los Cuidados", A Realizar Durante El Año 2024. (Subsecretaría De Derechos Sociales, Consumo Y Agenda 2030)
CBA573/2024	Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Difusión De La Campaña De Publicidad Institucional Del Ministerio De Cultura Del "Bono Cultural Joven 2024" (Subsecretaría De Cultura Y Deporte. Mcd)
CBA507/2024	Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada Salud Y Medio Ambiente. (Ministerio De Sanidad)
CBA496/2024	Servicio De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Concienciación Social Contra Las Distintas Formas De Violencia Contra Las Mujeres Durante 2024" (E05251401 - Secretaría De Estado De Igualdad Y Para La Erradicación De La Violencia Contra Las Mujeres)

R CTBG

Número: 2025-1420 Fecha: 25/11/2025



CBA402/2024	Servicio De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada "Prevención Del Tabaquismo Y Protección De La Salud" (2024) (Ministerio De Sanidad)
CBA372/2024	Servicio De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Materialización De La Campaña De Publicidad Institucional Denominada Prevención Del Vih Y Otras Infecciones De Transmisión Sexual (Its). (Ministerio De Sanidad)
CBA228/2024	111/2024. Am 50/2023. Prestación De Los Servicios De Compra De Espacios En Medios De Comunicación Y Demás Soportes Publicitarios Para La Difusión De La Campaña De Publicidad Institucional Denominado "1º De Mayo, Día Internacional Del Trabajo". Lote 2 (Subdirección General de Administración Financiera y de la Oficina Presupuestaria. Mº Trabajo, Y Economía Social).

**** Esta reclamación versa sobre el contrato CBA228/2024 [compra de espacios publicitarios para la campaña denominada 1º De Mayo, Día Internacional Del Trabajo", Lote 2 (Subdirección General de Administración Financiera y de la Oficina Presupuestaria. M.º Trabajo y Economía Social)].

2. Mediante resolución de la Subsecretaría del Ministerio requerido, de 21 de julio de 2025, se acuerda conceder el acceso en los siguientes términos:

«En cuanto a la primera parte de la solicitud, se facilita la información que consta en este Ministerio en el documento adjunto. Respecto de la segunda parte de lo solicitado, y de conformidad con lo previsto en del artículo 22.3 de la Ley 19/2013, dicha información se encuentra publicada en la Plataforma de Contratación del Sector Público, en el siguiente enlace:

https://contrataciondelestado.es/wps/poc?uri=deeplink%3Adetalle_licitacion&idEvl=LmgG2cG4i4aAAM7L03kM8A%3D%3D

R CTBG

Número: 2025-1420 Fecha: 25/11/2025



3. Mediante escrito registrado el 1 de agosto de 2025, la entidad solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, el Consejo) en aplicación del [artículo 24² LTAIBG](#) en la que pone de manifiesto, en resumen, que no se acompaña el documento adjunto al que alude en su resolución el Ministerio, respecto de la identidad de cada uno de los medios incluidos en los planes de medios del contrato basado CBA228-2024, indicando el detalle del número de inserciones por medio, soporte y formato, así como el porcentaje de inversión en cada medio. Asimismo alega que no se ha facilitado la información referida a los criterios de reparto entre los diferentes medios, pues la resolución se remite de forma genérica a la Plataforma de Contratación del Estado.
4. Con fecha 4 de agosto de 2025, 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 26 de agosto de 2025 tuvo entrada en este Consejo escrito en el que se señala lo siguiente:

« Respecto de la primera cuestión, revisado GESAT consta subido el anexo que refieren no haber recibido y en el que, efectivamente, obra la información solicitada. Si bien es cierto que consta notificada la resolución, no así el anexo.

En dicho anexo, se recogía, con carácter común a todos los medios, el nombre de la campaña, y el de la empresa adjudicataria al amparo del acuerdo marco 50/23. Posteriormente se desagregaba la información de la siguiente manera: En el ámbito digital, se recogían los datos del proveedor, site, formato y total de impresiones. Respecto de los diarios, se indicaba el soporte, número de inserciones totales, formato y porcentaje de inversión en cada medio y, respecto del exterior, el formato.

Es decir que, en dicho anexo, se facilitaba el detalle de todo lo solicitado, respecto de la información obrante en esta administración y que hubo que recopilar y elaborar expresamente para atender a los términos de la solicitud.

A pesar de que consta en GESAT, se adjunta dicho anexo a este escrito alegaciones puesto que la reclamante afirma no haberlo recibido y, como se ha indicado, consta en el aplicativo la notificación de la resolución, pero no expresamente del anexo.

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



Respecto de la segunda cuestión, referida a los criterios de reparto, la resolución da respuesta a la misma remitiendo a la plataforma de contratación (enlace concreto), toda vez que, en aplicación del artículo 22.3 de la Ley 19/ 2013: “3. Si la información ya ha sido publicada, la resolución podrá limitarse a indicar al solicitante cómo puede acceder a ella.” Cabe aclarar que la reclamación parece referirse a criterios de reparto del contrato del Acuerdo Marco 50/23, que no es competencia de este Departamento, y al contrato celebrado en particular con este Departamento para la Campaña “1 de mayo, Día Internacional del Trabajo”, adjudicada a la empresa T20 ADMEDIA SERVICES SL, que es una de las que incluye el mencionado Acuerdo.

Por este Departamento, revisada la documentación existente, no habría nada que añadir a la segunda parte de la solicitud, más allá de lo publicado.

Por lo expuesto, dado el nivel de detalle del anexo Excel, subido a GESAT y que nuevamente se adjunta, y la información publicada en la plataforma de contratación, cuyo enlace concreto se recogió en la resolución para su fácil identificación, se informa que se ha facilitado la información obrante y de que se dispone en este Departamento por lo que se estima que la reclamación no tiene fundamento por haberse dado cumplimiento a lo solicitado en tiempo y forma.».

Acompaña a su escrito de alegaciones el documento que debió adjuntar a la resolución en la que se facilita la identidad de los medios con el desglose pretendido por la entidad reclamante: empresa, proveedor, site, formato, total de impresiones o inserciones y porcentaje de inversión en cada medio, para el contrato 228/2024.

5. El 27 de agosto de 2025, se concedió audiencia al reclamante para que presentase las alegaciones que estimara pertinentes; recibíéndose escrito el siguiente 10 de septiembre en el que señala:

«El Informe de alegaciones sí adjunta en un documento Excel la información relativa al nombre de cada uno de los medios incluidos en el plan de medios de la campaña de publicidad del contrato basado CBA228/2024 aprobado por la Administración, indicando el detalle del número de inserciones por medio, soporte y formato, así como el porcentaje de inversión en cada medio.

Sin embargo, el Informe de alegaciones sigue sin proporcionar los criterios concretos utilizados para el reparto entre los distintos medios del contrato basado CBA228/2024. En cuanto a los criterios de adjudicación, el Informe de alegaciones vuelve a realizar una remisión genérica a la plataforma de contratación que, como



quedó evidenciado en el escrito de reclamación presentado el pasado 1 de agosto, simplemente contiene la documentación de la licitación del contrato basado CBA228/2024. En concreto, el Informe de alegaciones indica que "Respecto de la segunda cuestión, referida a los criterios de reparto, la resolución da respuesta a la misma remitiendo a la plataforma de contratación (enlace concreto), toda vez que, en aplicación del artículo 22.3 de la Ley 19/ 2013: "3. Si la información ya ha sido publicada, la resolución podrá limitarse a indicar al solicitante cómo puede acceder a ella".

Pues bien, en contra de lo sostenido por el Informe de alegaciones, la Resolución no proporciona a El Español la totalidad de la información pública solicitada por mi representada en relación con los criterios de asignación del contrato basado CBA228/2024. Tal y como ya expuso esta parte en el escrito de reclamación presentado ante este Consejo de Transparencia el 1 de agosto de 2025, la Resolución acuerda conceder a El Español acceso a la totalidad de la información solicitada sin precisar, sin embargo, los concretos criterios utilizados para la asignación a los distintos medios del contrato basado CBA228/2024, ni los contenidos en la propuesta de plan de medios dirigida por la Administración a las empresas adjudicatarias en el marco de la licitación del referido contrato basado, ni el plan de medios del referido contrato basado finalmente aprobado. La ESP01/9949002_1 4 Resolución se remite de forma genérica a la documentación de la licitación incluida en la plataforma de contratación, sin identificar los criterios específicos que guiaron la propuesta inicial de plan de medios ni el plan de medios finalmente aprobado.

(...)

En consecuencia, la falta de respuesta clara y completa respecto a los criterios de adjudicación del contrato basado CBA228/2024, incluida la información sobre el peso o la ponderación de cada criterio en la decisión final de adjudicación de la publicidad a los distintos medios que, como se ha evidenciado en el escrito de reclamación presentado por esta parte el pasado 1 de agosto, están a disposición de la Administración, ha impedido a mi representada verificar si se respetaron los principios de eficiencia, pluralidad y no discriminación que deben regir la asignación de la publicidad institucional, lo que constituye una vulneración del derecho de acceso a la información pública y de los derechos fundamentales de mi representada recogidos en los artículos 14 y 20.1 a) y d) de la Constitución Española ("CE").».

R CTBG

Número: 2025-1420 Fecha: 25/11/2025



II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el [artículo 38.2.c\) de la LTAIBG](#)³ 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.](#)⁴, el presidente de esta Autoridad Administrativa Independiente es competente para conocer de las reclamaciones que, en aplicación del [artículo 24 de la LTAIBG](#)⁵, 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](#)⁶ el derecho de todas las personas a acceder a la información pública, entendiendo 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 de acceso a información de diferentes contratos bajo el Acuerdo Marco 50/2023, 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; en concreto: (i) el nombre de cada uno de los medios incluidos en cada plan de medios

³ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a38>

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

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>

de las campañas de publicidad aprobados por la Administración (indicando el detalle del número de inserciones por medio, soporte y formato, así como el porcentaje de inversión en cada medio) y (ii) los criterios para el reparto entre los distintos medios de cada campaña, indicando el peso o ponderación de cada criterio en la decisión final de adjudicación de publicidad a los distintos medios.

El Ministerio requerido dictó resolución en la que acuerda conceder el acceso a la primera parte mediante documento adjunto y, a la segunda parte de la información, mediante enlace que dirige a la Plataforma de Contratación del Estado.

A la vista de la reclamación, confirma que se concedió el acceso a la identidad de los medios con el desglose pretendido en documento que, en efecto, no consta notificado a la entidad reclamante y que vuelve a adjuntar en el trámite de alegaciones de este procedimiento. Por lo que concierne a los criterios de reparto, el Ministerio entiende que con la remisión a lo publicado en la Plataforma de contratación en relación con el contrato de la adjudicataria de la campaña ha dado cumplimiento a lo solicitado.

4. Sentado lo anterior, conviene precisar que la presente reclamación, de acuerdo con lo alegado por la reclamante en el trámite de audiencia concedido, a la falta de entrega de los criterios para el reparto entre los distintos medios de cada campaña —tanto los incluidos en la solicitud de la propuesta de plan de medios dirigida por la Administración a la empresa adjudicataria de cada licitación, como los utilizados en los planes de medios de cada campaña finalmente aprobados por la Administración—, en la medida en que el archivo con la información referida a la identidad de los medios destinatarios finales de los fondos públicos ha sido aportada de forma efectiva durante la sustanciación de este procedimiento.

Sobre este particular entiende el Ministerio que la remisión al contrato adjudicado a la empresa T20 ADMEDIA SERVICES publicado en la Plataforma de Contratación del Estado resulta suficiente puesto que la información referida a los criterios de reparto no es competencia del Departamento. No puede desconocerse, sin embargo, que es la Administración la que realiza la propuesta de los criterios de reparto entre los diferentes medios y la que finalmente aprueba el plan de medios de cada campaña, por lo que se trata de información que obra en su poder y, en consecuencia, se trata de información pública respecto de cuyo acceso no se ha invocado ni justificado la concurrencia de alguna de las restricciones previstas legalmente.



5. Cabe recordar que este Consejo ha reiterado que conocer la cuantía anual que una entidad pública ha destinado a realizar actividades de promoción o autopromoción, o campañas informativas de otro tenor, resulta de indudable interés público, en la medida en que 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: «[r]evelar 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» (R CTBG 251/2023, de 17 de abril). Y el acceso a los referidos criterios de reparto es relevante para someter a escrutinio el importe finalmente recibido por destinatarios de los fondos públicos y verificar el grado de cumplimiento de las adjudicatarias.
6. En conclusión, de acuerdo con lo expuesto, procede estimar la reclamación.

III. RESOLUCIÓN

En atención a los antecedentes y fundamentos jurídicos descritos, procede

PRIMERO: ESTIMAR la reclamación interpuesta frente a la resolución del MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMIA SOCIAL.

SEGUNDO: INSTAR al MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMIA SOCIAL a que, en el plazo máximo de 10 días hábiles, remita al reclamante la siguiente información en relación con el contrato CBA228/2024 [compra de espacios publicitarios para la campaña denominada *1º De Mayo, Día Internacional Del Trabajo*", Lote 2 (Subdirección General de Administración Financiera y de la Oficina Presupuestaria. M.º Trabajo y Economía Social)]:

«Los criterios para el reparto entre los distintos medios de cada campaña, tanto los incluidos en la solicitud de la propuesta de plan de medios dirigida por la Administración a la empresa adjudicataria de cada licitación, como los utilizados en los planes de medios de cada campaña finalmente aprobados por la Administración, indicando el peso o ponderación de cada criterio en la decisión final de adjudicación de publicidad a los distintos medios en la que se basa el plan de medios aprobado.»



TERCERO: INSTAR al MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMIA SOCIAL a que, en el mismo plazo máximo, remita a este Consejo de Transparencia copia de la información enviada al reclamante

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](#).

EL PRESIDENTE DEL CTBG

Fdo.: José Luis Rodríguez Álvarez

R CTBG

Número: 2025-1420 Fecha: 25/11/2025

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>