



## Resolución reclamación art. 24 LTAIBG

**S/REF:** 00001-00090425

**N/REF:** 1255/2024

**Fecha:** La de firma.

**Reclamante:** [REDACTED]

**Dirección:** [REDACTED]

**Organismo:** SECRETARÍA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DEL GOBIERNO.

**Información solicitada:** Publicidad institucional 2023.

**Sentido de la resolución:** Estimatoria.

R CTBG  
Número: 2024-1266 Fecha: 08/11/2024

### I. ANTECEDENTES

1. Según se desprende de la documentación obrante en el expediente, el 30 de abril de 2024 el reclamante solicitó al MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA, Y RELACIONES CON LAS CORTES, al amparo de la [Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno](#)<sup>1</sup> (en adelante, LTAIBG), la siguiente información:

*«Solicito conocer para el año 2023 el desglose de dinero invertido por el Gobierno de España para la inserción en medios de campañas de publicidad y comunicación institucional. 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 cuánto dinero recibió del total de invertido por el Gobierno en*

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



*campañas de publicidad y comunicación institucional. Si, además, para cada año se puede añadir al desglose sobre de qué ministerio, empresa pública o institución y de qué campañas era el dinero recibido por cada medio, solicito que se me añada. Es decir, para cada fila se debería indicar año, ministerio u organismo, cantidad en campañas recibida por el medio, nombre del medio, tipo del medio y empresa a la que pertenece. 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. De hecho, el propio presidente del Gobierno se ha mostrado públicamente a favor de la necesidad de que se conozca esta información.*

*Recuerdo también que solicito la información sobre toda la AGE, ya que es el Ministerio de la Presidencia quien centraliza esta información y la contratación de las campañas a través de los planes anuales de comunicación y publicidad institucional. 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 y recogido en esos planes.*

*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.*

*Solicito también que se me indique si la cantidad que se refleje como pagada a medios es el pago completo realizado por el Gobierno al medio o por la agencia intermediaria, si incluye el IVA que paga el Gobierno por esas inserciones o no y si a las agencias se les paga un extra o comisión por esas inserciones o como funciona.*

*Por último, indicar que solicito que la presente petición la resuelva Presidencia y no se derive a todos los ministerios y organismos de la AGE. Como bien sabe Presidencia eso hace que los datos no sean homologables y que incluso haya organismos que entreguen la información y otros que no. Esta información se centraliza en la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional que depende*



de Presidencia y son los encargados de contratar la mayoría de compras de inserción en medios (no así los propios organismos o ministerios). Por tanto, se puede y debe resolver de forma conjunta sobre toda la AGE».

2. El 12 de junio de 2024 la SECRETARÍA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DEL GOBIERNO dictó resolución inadmitiendo la solicitud y señalando lo siguiente:

«El informe anual de publicidad y de comunicación referido al año 2023 está en curso de elaboración.

Según lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, (...) Este informe se remitirá a las Cortes Generales en el primer periodo de sesiones de cada año y será puesto a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector”.

El citado informe será puesto a disposición para consulta en la página web a través del siguiente enlace:

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

Se destaca que la contratación de los servicios necesarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional se realiza de manera centralizada -a excepción de las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil y aquellas cuyos contratos puedan tener la consideración de menor - a través de un Acuerdo Marco licitado por el Ministerio de Hacienda (actualmente está en vigor el Acuerdo Marco 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 AM 50/23).

En aplicación de este Acuerdo Marco, los departamentos ministeriales y demás entes y organismos de la Administración General del Estado -que son los responsables de las campañas que promueven- realizan la contratación necesaria para que las mismas se lleven a cabo. De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Marco, los departamentos ministeriales no contratan directamente con los medios de comunicación en los que se difunden sus campañas de publicidad institucional, sino con las empresas adjudicatarias del citado Acuerdo Marco (agencias de medios), con las que se contrata no solo la compra de espacios publicitarios, sino también los servicios de estrategia y planificación de la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, la adaptación de la creatividad, las acciones que potencien los objetivos de las



*campañas de publicidad, así como el asesoramiento y apoyo técnico necesario y el seguimiento y control de las campañas institucionales.*

*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».*

3. Mediante escrito registrado el 10 de julio de 2024, el solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, el Consejo) en aplicación del [artículo 24<sup>2</sup>](#) de la LTAIBG en la que pone de manifiesto que:

*«El Ministerio de Presidencia ha inadmitido mi solicitud porque según asegura el informe de 2023 de la comisión de publicidad institucional aún está en proceso de elaboración. Eso en ningún caso supone que la información que yo solicitaba, el desglose de dinero pagado por medios del Gobierno y la AGE en 2023, esté en curso de elaboración. Esos informes, como bien sabe el Gobierno, no incluyen el desglose de pago a medios que yo solicito. Por tanto, eso no es óbice para inadmitir mi solicitud. Me reafirmo, por ello, en todo lo expresado en mi solicitud que ya indicaba de forma clara al Gobierno que tiene que entregar esta información, tal y como se ha establecido de hecho ya en otras resoluciones, incluso a Presidencia para todos los ministerios, Gobierno y AGE, ya que a través de esa comisión es donde se engloban los datos de toda la AGE y el Gobierno. De hecho, a día de hoy hay ministerios que han cumplido por su cuenta entregando parte de esta información.*

*Presidencia debe cumplir y entregar toda la información del Gobierno. La ciudadanía tiene derecho a conocer todo el dinero invertido para publicidad institucional el año pasado según el desglose de lo que ha recibido cada medio de comunicación».*

4. Con fecha 11 de julio de 2024, 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

---

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



pertinentes. El 30 de julio de 2024 tuvo entrada en este Consejo, junto al expediente, escrito en el que se señala lo siguiente:

*«La información obrante en la Secretaría de Estado de Comunicación de la Presidencia del Gobierno se circunscribe a la información remitida por los distintos departamentos ministeriales en los plazos establecidos en la normativa de aplicación para la elaboración del correspondiente informe de publicidad y comunicación institucional anual, y que es objeto de publicidad activa a través de la página web de La Moncloa.*

*Así, a la fecha de inadmisión a trámite de la solicitud, 12 de junio de 2024, el Informe de Publicidad y Comunicación Institucional de 2023 estaba en curso de elaboración, como se indicó en la resolución objeto de recurso.*

*El artículo 14.1.h) del Real Decreto 890/2023, de 27 de noviembre, por el que se aprueba la estructura de la Presidencia del Gobierno, indica que corresponde a la Secretaría de Estado de Comunicación el apoyo a la Comisión de publicidad y comunicación institucional, en el ejercicio de las funciones que le atribuye el Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional, y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado.*

*El artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional establece que el informe anual de publicidad y de comunicación, elaborado por el Gobierno, se remitirá a las Cortes Generales en el primer periodo de sesiones de cada año y será puesto a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector.*

*El Informe de publicidad y comunicación institucional de la Administración General del Estado correspondiente al año 2023 y su remisión a las Cortes Generales se aprobó por acuerdo del Consejo de Ministros de 25 de junio de 2024, como consta en el siguiente enlace:*

*<https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/Paginas/2024/20240625-referencia-rueda-de-prensa-ministros.aspx>*

*La inadmisión a trámite de la solicitud se realizó de conformidad con el artículo 18.1.a) de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, que establece que se inadmitirán a trámite, mediante resolución motivada, las solicitudes que se refieran a información que esté en curso de elaboración o de publicación general.*



*En la fecha de tramitación de la solicitud, el informe anual correspondiente a 2023 estaba en proceso de elaboración, como consta de lo dispuesto en los apartados anteriores.*

*Por último, señalar que, actualmente, el detalle de la información solicitada obra en poder de los distintos departamentos ministeriales, teniendo en cuenta, en todo caso, que la contratación de los servicios necesarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional se realiza -a excepción de las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil y aquellas cuyos contratos puedan tener la consideración de menor- a través de un Acuerdo Marco (en 2023 el Acuerdo Marco para la adopción de tipo del servicio de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios destinados a la materialización de las campañas de publicidad institucional, AM 50/2020).*

*En aplicación de este Acuerdo Marco, los departamentos ministeriales y demás entes y organismos de la Administración General del Estado no contratan directamente con los medios de comunicación en los que se difunden sus campañas de publicidad institucional, sino con las empresas adjudicatarias del citado Acuerdo Marco (agencias de medios), con las que se contrata no solo la compra de espacios publicitarios, sino también los servicios de estrategia y planificación de la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, la adaptación de la creatividad, las acciones que potencien los objetivos de las campañas de publicidad, así como el asesoramiento y apoyo técnico necesario y el seguimiento y control de las campañas institucionales».*

5. El 1 de agosto de 2024, se concedió audiencia al reclamante para que presentase las alegaciones que estimara pertinentes; recibíéndose escrito el 17 de agosto 2024 en el que señala:

*«Los informes que publica Presidencia no incluyen el desglose concreto de pago a medios por publicidad institucional, que es la información que yo solicitaba. Por tanto, que estuviera en curso de elaboración no era razón para inadmitir mi solicitud igual que ahora esté publicado no es razón para que se desestime mi reclamación. Pido, por todo ello, que se estime mi reclamación y se inste a la SEC a entregarme todo lo solicitado.*

*Como bien sabe por otros expedientes el Consejo, la SEC centraliza la compra de espacios en medios para toda la AGE por tanto es el organismo adecuado para resolver sobre lo que había solicitado: la compra de medios de toda la publicidad institucional del Gobierno en 2023. En otras ocasiones anteriores el Consejo ya ha resuelto en este sentido, ruego que se falle de la misma forma. Además, la SEC es*



*quien tiene toda la información de forma homologable y unitaria y, por tanto, quien debe entregarla. Ellos mismos citan el acuerdo marco que regula que los ministerios encarguen a la SEC la compra con las agencias y aunque se ocupen agencias de realizar esa tarea, el Gobierno tiene los datos de los medios en los que se realizan las inserciones. La SEC es quien da la conformidad final a las agencias para realizar la campaña encargada por los ministerios. Por tanto, la SEC es quien dispone de los datos finales de la compra de medios para todas las campañas.*

*(...) ruego se inste al Gobierno central a cumplir de una vez y entregar todos los pagos a medios por publicidad institucional de la AGE»*

## II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el [artículo 38.2.c\) de la LTAIBG<sup>3</sup>](#) 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.<sup>4</sup>](#), el presidente de esta Autoridad Administrativa Independiente es competente para conocer de las reclamaciones que, en aplicación del [artículo 24 de la LTAIBG<sup>5</sup>](#), 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<sup>6</sup>](#) 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

---

<sup>3</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#α38>

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

<sup>5</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#α24>

<sup>6</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#α12>





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 conocer información referida a los medios de comunicación que han sido los destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales de publicidad durante el año 2023.

El Ministerio dictó resolución en la que acordaba la inadmisión con arreglo a lo dispuesto en el artículo 18.1.a) LTAIBG, alegando que el informe anual de publicidad y de comunicación referido al año 2023 estaba en curso de elaboración y facilitando el enlace en el que se podría acceder al mismo cuando estuviera disponible. Este enlace direcciona a la página web de La Moncloa en la que están publicados los Planes e Informes de Publicidad y Comunicación Institucional desde 2007.

También se precisaba que la contratación de estos servicios se regula en un Acuerdo Marco licitado por el Ministerio de Hacienda (AM 50/23). De conformidad con el mismo, «*los departamentos ministeriales no contratan directamente con los medios de comunicación en los que se difunden sus campañas de publicidad institucional, sino con las empresas adjudicatarias del citado Acuerdo Marco (agencias de medios)*».

En la reclamación formulada frente a la citada resolución se subraya que el informe al que se refiere el Gobierno en su contestación no incluye el desglose de pago a medios solicitado, por lo que la inadmisión acordada resulta improcedente.

4. Centrada la controversia en los términos expuestos, se constata por este Consejo que el *Pliego de Prescripciones Técnicas que rige la celebración del acuerdo marco para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, necesarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional (AM 50/2023)* dedica su epígrafe V al «*Desarrollo y ejecución del Acuerdo Marco*». En su descripción de los servicios objeto del acuerdo marco se señala en su apartado II.a), referido a la estrategia y planificación, que las «*empresas adjudicatarias realizarán la propuesta de estrategia y planificación de medios en los términos establecidos en este acuerdo marco y en los contratos basados en éste por el órgano responsable de cada una de las campañas publicitarias. La estrategia y planificación definitiva será la aprobada de forma fehaciente por la Administración*»,





añadiendo en su apartado f), dedicado al seguimiento y control, que «las empresas adjudicatarias realizarán un seguimiento continuo de la publicidad ordenada comprobando su aparición en los medios de comunicación y otros soportes contratados, y aportando los resultados de este seguimiento mediante los estudios de audiencia y procedimientos establecidos en este acuerdo y, en su caso, en los correspondientes contratos basados en el acuerdo marco. En los citados contratos, se concretarán los términos en los que se exigirá este seguimiento continuo, pudiendo llegar a exigirse informes diarios». Asimismo, se prevé en su apartado g) «la realización de una memoria detallada a la finalización de la campaña en la que se incluyan todos los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma así como las incidencias que se hayan producido durante la realización de la campaña».

Finalmente, el apartado V.3 del *Pliego de Prescripciones Técnicas*, rubricado *Memoria y cierre de la difusión de las campañas*, prevé que, tras la realización de cada campaña, o una vez finalizada una oleada de difusión si así lo establece el contrato suscrito, la empresa contratada entregará a la unidad responsable de la campaña, como mínimo, un ejemplar con la documentación que se especifica en la que se incluye, en lo que ahora importa, lo siguiente:

«• *Plan de Medios valorado en términos económicos y de eficacia publicitaria (GRP`S, cobertura, OTS, etc.).*

(...)

• *Justificantes de que la campaña ha sido efectivamente realizada en los medios y en los soportes contratados, así como de que se han cumplido con las prescripciones que rigen el acuerdo marco y el contrato basado. Para ello, las empresas adjudicatarias presentarán certificados, o cualquier otro documento acreditativo de la ejecución de la campaña en los medios y soportes contratados, tales como: certificaciones de emisión en televisión y cine con los datos de audiencia, certificaciones de emisión en radios, certificaciones de las inserciones en los medios gráficos, certificaciones de las capturas de pantalla de las campañas en internet, fotográficos de exterior y todos los que fuesen necesarios para justificar la difusión publicitaria contratada. Los comprobantes deberán ser originales, expedidos por terceros ajenos a la relación contractual o por los medios de comunicación, reflejar datos reales de audiencias o contactos obtenidos en el momento exacto de la emisión conforme a la medición de audiometría al minuto, indicar los tiempos de duración de los pases, su posicionamiento, número de inserciones, periodo de exposición, así como indicar las fechas de realización y*



*todos aquellos aspectos que se consideren acreditativos de la ejecución de la campaña en los términos contratados.*

*En los contratos basados se podrán establecer requerimientos adicionales, con el fin de comprobar que la campaña ha sido efectivamente realizada en los medios y soportes contratados».*

De lo anteriormente expuesto se deduce que la Administración General del Estado está en posesión de la información referida a los medios de comunicación que han sido los destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales.

5. Como ya ha tenido ocasión de precisar este Consejo en la R CTBG 251/2023, de 17 de abril, en relación con una reclamación de contenido similar, el acceso a la información objeto de controversia 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.

De acuerdo con ello, y atendiendo a lo expuesto en los fundamentos jurídicos anteriores, este Consejo considera que la reclamación debe estimarse, dado que la información sobre los medios de comunicación destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales se obra en poder de la Administración en función de los certificados que deben expedir las empresas adjudicatarias tras la realización de cada campaña, según se desprende del apartado V.3 del Pliego de Prescripciones Técnicas del Acuerdo Marco de referencia.

Si la información obra en poder del órgano requerido, deberá ser éste quien la facilite. En caso de no ser así, como parece apuntar en sus alegaciones, deberá comunicar expresamente esta circunstancia al requirente y remitir la solicitud a los órganos competentes cumpliendo con lo preceptuado en el artículo 19.1 LTAIBG: «*Si la solicitud se refiere a información que no obre en poder del sujeto al que se dirige, éste*



la remitirá al competente, si lo conociera, e informará de esta circunstancia al solicitante».

### III. RESOLUCIÓN

En atención a los antecedentes y fundamentos jurídicos descritos, procede

**PRIMERO: ESTIMAR** la reclamación presentada por [REDACTED] frente a la resolución de la SECRETARÍA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DEL GOBIERNO.

**SEGUNDO: INSTAR** a la SECRETARÍA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DEL GOBIERNO a que, en el plazo máximo de 20 días hábiles, remita al reclamante la siguiente información:

*«Desglose de dinero invertido por el Gobierno de España para la inserción en medios de campañas de publicidad y comunicación institucional. 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 cuánto dinero recibió del total de invertido por el Gobierno en campañas de publicidad y comunicación institucional.*

*Si, además, para cada año se puede añadir al desglose sobre de qué ministerio, empresa pública o institución y de qué campañas era el dinero recibido por cada medio, solicito que se me añada. Es decir, para cada fila se debería indicar año, ministerio u organismo, cantidad en campañas recibida por el medio, nombre del medio, tipo del medio y empresa a la que pertenece. 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.»*

Subsidiariamente, para el caso de que la información no obre en su poder, en el plazo máximo de 5 días, remita la solicitud a los órganos competentes, dando cumplimiento a lo previsto en el artículo 19.1 LTAIBG.

**TERCERO: INSTAR** a la SECRETARÍA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DEL GOBIERNO a que, en el mismo plazo máximo, remita a este Consejo de Transparencia copia de lo actuado y de la información enviada al reclamante.

R CTBG  
Número: 2024-1266 Fecha: 08/11/2024



De acuerdo con el [artículo 23.1<sup>7</sup>](#), 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 octubre<sup>8</sup>](#), 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-administrativa<sup>9</sup>](#).

EL PRESIDENTE DEL CTBG

Fdo.: José Luis Rodríguez Álvarez

R CTBG  
Número: 2024-1266 Fecha: 08/11/2024

---

<sup>7</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a23>

<sup>8</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-10565&p=20151002&tn=1#a112>

<sup>9</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1998-16718&p=20230301&tn=1#dacuarta>