

Estudio sobre la situación de la aplicación de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, en las entidades que configuran el Sector Público de la Administración General del Estado

Diciembre 2015

Índice

<u>Apartado</u>	<u>Página</u>
1) Contexto	5
2) Objeto de este estudio	8
3) Visión general de la metodología utilizada	10
4) Principales resultados del estudio	15
4.1) Análisis de los Portales de Transparencia y de los contenidos de Publicidad Activa publicados	16
4.2) Análisis de los expedientes de solicitudes de Derecho de Acceso a la Información Pública	23
4.3) La visión de las entidades que configuran el sector público de la Administración General del Estado en relación a la transparencia y a la aplicación de la Ley 19/2013	27
4.3.1) <i>Opiniones recogidas a través de la encuesta realizada a las entidades</i>	28
4.3.2) <i>Opiniones recogidas a través de focus groups y entrevistas en profundidad</i>	38
5) Buenas prácticas identificadas	51
6) Conclusiones generales y propuestas de mejora para la profundización en la transparencia de las entidades objeto del estudio	54
6.1) Conclusiones generales	55
6.2) Propuestas de mejora	59

Anexos

<u>ANEXOS</u>	<u>Página</u>
Anexo 1: Detalle de la metodología utilizada	63
Anexo 1.1: Metodología del estudio	64
Anexo 1.2: Indicadores utilizados en el análisis de los Portales de Transparencia y de los contenidos de Publicidad Activa publicados	67
Anexo 1.3: Indicadores utilizados en el análisis y revisión de los expedientes de solicitudes de Derecho de Acceso a la Información Pública	76
Anexo 1.4: Ficha técnica de la encuesta a entidades	80
Anexo 1.5: Cuestionario utilizado en la encuesta a entidades	83
Anexo 1.6: Guión de entrevistas en profundidad y focus groups	88
Anexo 2: Resultados detallados del análisis de los Portales de Transparencia	92
Anexo 3: Resultados detallados de la encuesta	97
Anexo 4: Mapas conceptuales obtenidos de la investigación cualitativa (focus groups y entrevistas en profundidad)	114

Documentos de trabajo

Informe sobre el análisis de expedientes de Derecho de Acceso a la Información Pública

Informe cualitativo sobre las entrevistas y focus groups

Libro de citas de las entrevistas y focus groups

Informe de opiniones sobre la transparencia de las entidades de la Administración General del Estado



1) Contexto

Contexto

El **Consejo de la Transparencia y Buen Gobierno (CTBG)** tiene entre sus funciones encomendadas:

- Adoptar recomendaciones para el mejor cumplimiento de las obligaciones contenidas en la Ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- Asesorar en materia de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- Informar preceptivamente los proyectos normativos de carácter estatal que desarrollen la Ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, o que estén relacionados con su objeto.
- Evaluar el grado de aplicación de la Ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Para ello, elaborará anualmente una memoria en la que se incluirá información sobre el cumplimiento de las obligaciones previstas y que será presentada ante las Cortes Generales.
- Promover la elaboración de borradores, de recomendaciones y de directrices y normas de desarrollo de buenas prácticas en materia de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- Promover actividades de formación y sensibilización para un mejor conocimiento de las materias reguladas por la Ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- Colaborar con órganos de naturaleza análoga en las materias que le son propias.

La **Asociación Española de Acreditación de la Transparencia (ACREDITRA)** es una organización sin ánimo de lucro constituida en diciembre de 2013 que agrupa a las y los profesionales que trabajan en consultoría y auditoría en el campo de la transparencia, así como a las entidades que han asumido y están comprometidas con los más altos estándares en la materia. ACREDITRA tiene como finalidad promover la transparencia, el gobierno abierto y el buen gobierno como elementos interrelacionados que se retroalimentan entre sí y que pueden redundar en una mejora de la gestión de las organizaciones públicas y privadas y de la profundización en la calidad democrática y la accountability.

Ambas entidades han colaborado en la realización de este estudio sobre la situación de la aplicación de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno en las entidades que configuran el Sector Público de la Administración General del Estado, siendo el CTBG el promotor del estudio y ACREDITRA la entidad encargada de llevarlo a la práctica.

El estudio se ha realizado en los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2015, permitiendo evaluar la situación y valoración de las entidades en relación a la transparencia al año aproximado de la entrada en vigor de la Ley 19/2013 para la Administración General del Estado.

Es importante señalar que **el estudio se ha planteado desde un concepto avanzado de la transparencia, que se basa no sólo en el cumplimiento del articulado de la Ley 19/2013, sino también de sus principios.** Partiendo del hecho de que no debemos confundir datos con información, y que las instituciones y entidades del Sector Público están especialmente obligadas a acercarse a la ciudadanía en un lenguaje comprensible, huyendo del muy a menudo complicado y farragoso lenguaje administrativo, y de ofrecer “información de valor”, es decir, aquella que permita a la ciudadanía poder evaluar el desempeño de las entidades y su impacto en la sociedad, aspectos relevantes en la medida en que la financiación de las actividades que desarrollan es fundamentalmente de origen público.

A la vez, **este estudio se plantea desde una óptica constructiva.** En ningún caso ha sido objeto del estudio denunciar incumplimientos concretos de las entidades. Por el contrario, sí **se han identificado buenas prácticas generales que pueda servir de referencia** tanto al conjunto de entidades del Sector Público de la Administración General del Estado, como a otras entidades afectadas por la Ley 19/2013.

En cualquier caso, **las opiniones aquí expuestas pertenecen exclusivamente a ACREDITRA.**



2) Objeto de este estudio

Objeto de este estudio

OBJETIVO PRINCIPAL

Conocer la situación de la aplicación de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno en las entidades que configuran el Sector Público de la Administración General del Estado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1 Identificar áreas comunes de mejora en materia de transparencia para las entidades que configuran el Sector Público de la Administración General del Estado objeto del estudio.

2 Conocer la percepción de las entidades que configuran el Sector Público de la Administración General del Estado sobre los obstáculos y/o dificultades que puedan estar encontrando para poder cumplir las obligaciones que establece la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

3 Conocer los indicadores cuantitativos más relevantes sobre la gestión de la transparencia que estas entidades están realizando.

4 Identificar en qué medida se ha producido un cambio organizacional hacia la cultura de la transparencia, así como analizar los factores que inciden en la generación o no de dicho cambio cultural.

5 Identificar buenas prácticas que puedan servir de referencia para la mejora en materia de la transparencia para el resto de entidades del Sector Público de la Administración General del Estado.



3) Visión general de la metodología utilizada

Universo del estudio

Entidades del Sector Público de la Administración General del Estado, compuesto por:

42 fundaciones

18 consorcios

30 consejos generales
de colegios profesionales

150 sociedades
mercantiles

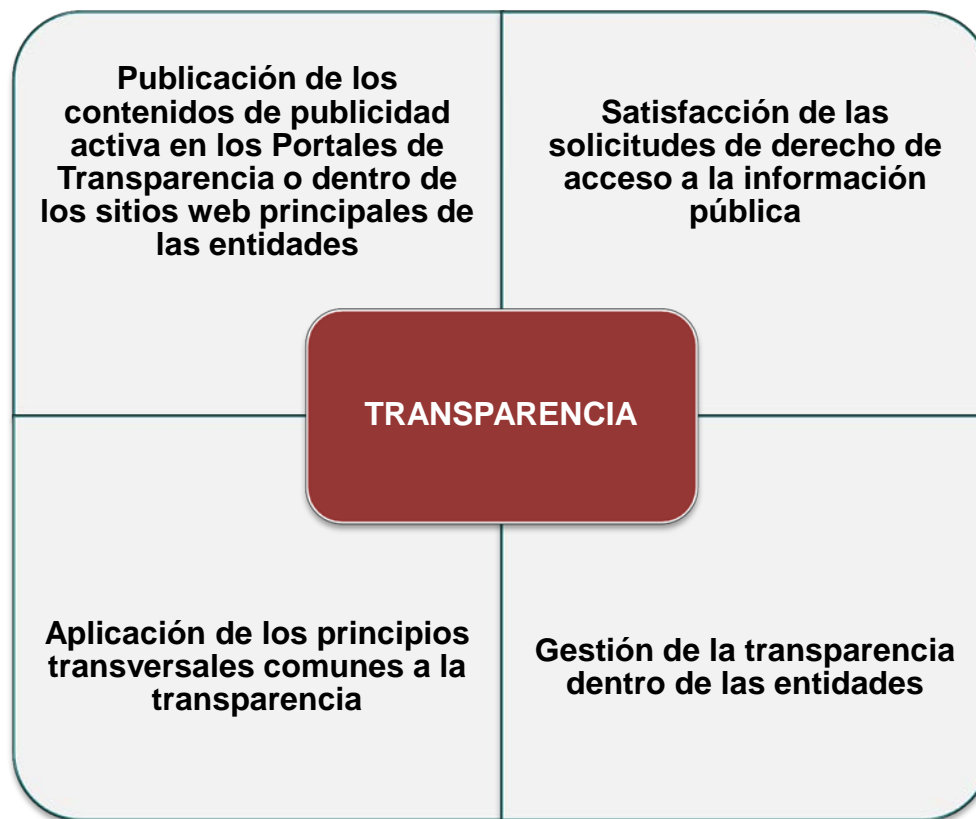
Alcance

Se han analizado 4 grandes dimensiones de la transparencia.

A un nivel más concreto, se han tenido en cuenta:

- El cumplimiento de la normativa estatal de transparencia y de otra normativa relevante
 - Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.
 - Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de la ciudadanía a los servicios públicos.
 - Real Decreto 4/2010, de 8 de enero, por el que se regula el Esquema Nacional de Interoperabilidad en el ámbito de la Administración Electrónica.
 - Real Decreto Legislativo 1/2013 de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.
 - Ley 30/1992, de 26 de noviembre, del Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.
- La accesibilidad de la información (orientación a la ciudadanía).
- La suficiencia, calidad y claridad de la información ofrecida.
- Los indicadores sobre la gestión de la transparencia.
- Los obstáculos y buenas prácticas para la gestión eficaz y eficiente de la transparencia en las organizaciones.

Dimensiones analizadas



Instrumentos metodológicos utilizados

En el cuadro siguiente, se muestran los instrumentos metodológicos utilizados y su relación con las dimensiones de la transparencia analizadas en las diferentes entidades objeto del estudio:

DIMENSION DEL ANÁLISIS	ANÁLISIS DE LAS WEBS	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES DE SOLICITUDES DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA	ENCUESTA	FOCUS GROUPS Y ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD
Publicación de los contenidos de Publicidad Activa en los Portales de Transparencia o dentro de los sitios web principales de las entidades				
Satisfacción de las solicitudes de Derecho de Acceso a la Información Pública				
Aplicación de los principios transversales comunes a la transparencia				
Gestión de la transparencia dentro de las entidades				

En la página siguiente, se muestra un resumen descriptivo de la metodología utilizada en relación a cada instrumento. Dicha información se ofrece de forma detallada en anexo 1.

	ANÁLISIS DE LAS WEBS	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES DE SOLICITUDES DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA	ENCUESTA	FOCUS GROUPS Y ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD
Descripción del instrumento metodológico	<p>Análisis de las webs de las diferentes entidades, comprobando el cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa, así como de los principios generales de transparencia establecidas en la Ley 19/2013. Adicionalmente, se ha comprobado si las entidades tienen dispuestos los canales suficientes para posibilitar el ejercicio real del derecho de acceso a la información pública.</p> <p>Para ello se ha utilizado un checklist de control construido sobre los indicadores que se detallan en el anexo 1.2.</p> <p>Posteriormente se han integrado los checklists de cada entidad en un análisis global, fundamentalmente cuantitativo.</p>	<p>Análisis in-situ de una muestra de expedientes ya finalizados en relación a las solicitudes de acceso a la información pública. Para ello se ha utilizado un checklist de control construido sobre los indicadores que se detallan en el anexo 1.3.</p> <p>Para la selección de las entidades a analizar, se ha partido de entidades que en un cuestionario previo cumplimentado de forma on-line indicaron que tenían mayor número de expedientes de esta naturaleza. Dentro de cada entidad, la selección de los expedientes a analizar se ha realizado de forma aleatoria.</p>	<p>Realización de una encuesta on-line dirigida sobre todo a conocer la valoración sobre la realidad de aplicación de la normativa y los principios sobre transparencia en sus propias entidades, así como las principales dificultades u obstáculos encontrados.</p> <p>Más información en los anexos 1.4 (ficha técnica) y 1.5 (cuestionario).</p>	<p>Realización de entrevistas y focus groups con objeto de contrastar y profundizar desde una perspectiva cualitativa en la información obtenida en la encuesta realizada.</p> <p>La selección de las entidades se ha realizado utilizando como criterios la forma jurídica, el perfil profesional de las entrevistadas, el grado de cumplimiento de la Ley 19/2013 en la entidad y el geográfico.</p>
Número de entidades analizadas/ participantes	194	4	121	12
Otros datos cuantitativos		10 expedientes analizados		4 entrevistas 2 focus groups
Comentarios adicionales	Se ha analizado todo el universo de entidades, excepto aquellas que no disponen de sitio web específico propio o que actualmente no desarrollan ninguna actividad.	En el análisis de los expedientes, se ha respetado en todo momento el principio de protección de datos de carácter personal.		



4) Principales resultados



4.1) Análisis de los Portales de Transparencia y de los contenidos de publicidad activa publicados

Resultados generales por bloques conceptuales

La calificación media es baja, situándose en 3,3 puntos en una escala de 0 a 10. La valoración general de los 4 bloques conceptuales analizados es la siguiente:

BLOQUE	¿QUÉ SE MIDE?	VALORACIÓN GLOBAL (0 a 10)	COMENTARIOS
PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	La información que se ofrece es suficientemente clara y fácil de comprender, está suficientemente actualizada, es accesible y reutilizable, y se ofrece suficiente protección de los datos de carácter personal	3,1	El cumplimiento de estos principios es muy dispar, salvo el que hace relación a la no publicación de datos de carácter personal, que es del 96%. El uso de gráficos ilustraciones o tablas explicativas es claramente residual
CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Se publica la información de esta categoría que establece la Ley 19/2013	4,5	Se detecta una gran diferencia entre la información relacionada con las funciones, normativa y organigrama de la entidad, que se publica mayoritariamente, mientras que la información sobre los planes y programas es minoritaria, y sólo un 2% de las entidades incorpora satisfactoriamente información sobre la evaluación de su actividad
CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Se publica la información de esta categoría que establece la Ley 19/2013	2,9	La información más ofrecida es la que hace referencia a las cuentas anuales, seguida de la información presupuestaria. Por el contrario, sólo un 5% de las entidades publican adecuadamente información sobre la calidad de los servicios prestados
DERECHO DE ACCESO (TRANSPARENCIA PASIVA)	Se ofrece información sobre el derecho de acceso a la información pública y se posibilita el ejercicio del derecho de acceso a la información pública por el canal on-line (aunque no necesariamente desde una aplicación propia de la entidad)	2,4	En general, se detecta una escasa orientación proactiva para facilitar el ejercicio de este derecho. Sólo una de cada tres entidades analizadas tiene en sus webs una sección que permita acceder online al ejercicio del mismo, y sólo una de cada cinco informa en su web sobre los límites de dicho derecho

Resultados por indicador

Los resultados por indicador (ver la lista y explicación detallada de los indicadores utilizados en el anexo 1.2) serían:

INDICADOR	% DE ENTIDADES QUE NO CUMPLEN	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO PARCIAL	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO TOTAL	Media 0-10	COMENTARIOS
Existencia de un Portal o sección específica de transparencia	51%	3%	47%	4,8	Sólo la mitad de las entidades analizadas disponen de un portal o sección web específica de transparencia
Existen textos introductorios que presentan con un "lenguaje accesible" los conceptos a los que hacen referencia los contenidos de publicidad activa	70%	8%	22%	2,6	Normalmente se publica la información sin incorporar textos introductorios que ayuden a contextualizarla o a entenderla mejor
Se acompaña la información contenida con gráficos o ilustraciones que permiten comprender y clarificar aquella información técnica o compleja en relación a los contenidos de publicación activa	76%	16%	8%	1,6	El uso de gráficos o ilustraciones es muy poco habitual
Se publican tablas que permiten tener una visión global de la información. En el caso de los contratos, convenios, encomiendas y ayudas y subvenciones, se publican tablas con la información	92%	4%	4%	0,6	El uso de tablas que permitan tener una visión global de la información es muy poco habitual
Actualización suficiente de la información (publicación de la información relativa al tercer trimestre de 2015 de contenidos como la relación de contratos, la información estadística sobre las vías de contratación y los informes de ejecución presupuestaria)	43%	33%	24%	4,0	En general, se publica información relativa al ejercicio 2015, pero el grado de actualización es mejorable
Publicación de información histórica en aspectos como presupuestos, cuentas anuales y relación de contratos formalizados	56%	22%	21%	3,2	No es habitual. En los casos en los que existe, suele referirse sobre todo a información económica, especialmente a las cuentas anuales

INDICADOR	% DE ENTIDADES QUE NO CUMPLEN	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO PARCIAL	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO TOTAL	Media 0-10	COMENTARIOS
Certificación de accesibilidad para personas con discapacidad	60%	1%	39%	3,9	En general, dicha certificación no se muestra
Cumplimiento de la protección de datos de carácter personal	4%	1%	96%	9,6	El cumplimiento de este principio es prácticamente total
Uso de formatos reutilizables	98%	0%	2%	0,2	El uso de formatos utilizables es residual. La mayoría de los documentos, incluso de los de carácter económico, está en formato PDF
Se ofrece información relativa a las funciones de la entidad	26%	18%	56%	6,5	Algo más de la mitad de las entidades hacen referencia específica a sus funciones. En otros casos, es posible encontrarlas indirectamente dentro de sus estatutos
Se publica la relación de la normativa relevante de aplicación a la entidad	26%	7%	67%	7,0	Se publica en aproximadamente 7 de cada 10 entidades, aunque en algunos casos convendría que se visualizará mejor
Se publica un organigrama actualizado de la entidad	30%	18%	52%	6,1	Se publica de forma mayoritaria, aunque no siempre se apoya en gráficos suficientemente explicativos
Se publica la identidad y el perfil y trayectoria profesional de las personas responsables de los diferentes órganos de la entidad	24%	44%	32%	5,4	En general, suele publicarse la identidad de la persona que ostenta la presidencia y/o la consejería delegada. Por el contrario, es poco habitual incluir la identidad del resto del equipo de gobierno. En pocos casos se incluyen los curriculum
Se publican los planes y programas de la entidad	84%	2%	14%	1,5	Su publicación es poco habitual

INDICADOR	% DE ENTIDADES QUE NO CUMPLEN	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO PARCIAL	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO TOTAL	Media 0-10	COMENTARIOS
Se publican los informes e indicadores de evaluación del cumplimiento de los planes y programas	97%	1%	2%	0,2	Su publicación es casi testimonial
Se publican los contratos realizados por la entidad	37%	5%	58%	6,0	Normalmente hay una remisión a la Plataforma de Contratación del Estado, pero resulta difícil obtener información agregada y visual de las contrataciones realizadas por la entidad
Se publican datos estadísticos sobre el porcentaje en volumen presupuestario de los contratos adjudicados a través de los diferentes procedimientos	39%	1%	61%	6,1	6 de la 10 entidades ofrecer dicha información
Se publican los convenios suscritos por la entidad	55%	5%	39%	4,2	Sólo 4 de cada 10 entidades publica dicha información. Es posible que muchas de las entidades que no la publiquen no realicen convenios, pero deberían indicarlo expresamente
Se publican las encomiendas de gestión firmadas por la entidad	87%	2%	11%	1,2	Sólo el 11% de las entidades publica dicha información. Es posible que muchas de las entidades que no la publiquen no realicen encomiendas, pero deberían indicarlo expresamente
Se publican las subvenciones y ayudas públicas concedidas	84%	2%	14%	1,5	Sólo el 14% de las entidades publica dicha información. Es posible que muchas de las entidades que no la publiquen no concedan subvenciones, pero deberían indicarlo expresamente
Se publican los presupuestos de la entidad	59%	8%	34%	3,7	Casi 6 de cada 10 entidades no los publican

INDICADOR	% DE ENTIDADES QUE NO CUMPLEN	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO PARCIAL	% DE ENTIDADES CON CUMPLIMIENTO TOTAL	Media 0-10	COMENTARIOS
Se publica la información sobre el estado de ejecución de los presupuestos	90%	1%	9%	0,9	9 de cada 10 entidades no ofrece esta información
Se publican las cuentas anuales de la entidad	40%	4%	56%	5,8	6 de cada 10 entidades publican dicha información, generalmente incluyendo información histórica
Se publican los informes de auditorías de cuentas y de fiscalización	63%	5%	33%	3,5	Se publican aproximadamente por 1 de cada 3 entidades. Normalmente, se publican las auditorías externas
Se publican las retribuciones percibidas por los altos cargos y máximos responsables de la entidad	64%	10%	26%	3,1	Mayoritariamente, no se publican
Se publican las indemnizaciones percibidas con ocasión del abandono del cargo	92%	2%	6%	0,7	Mayoritariamente, no se publican. Es de imaginar que en muchos casos no existen dichas indemnizaciones, pero debería indicarse expresamente su no existencia
Se publican las resoluciones de autorización o reconocimiento de compatibilidad	90%	3%	7%	0,8	Mayoritariamente, no se publican
Se publica información sobre el grado de cumplimiento y calidad de los servicios prestados por la entidad	94%	1%	5%	0,5	Su publicación es residual
Posibilidad de ejercer on-line el derecho de acceso a la información pública	72%	1%	27%	2,7	No se facilita suficientemente su ejercicio desde el sitio web o portal de transparencia de la entidad
Se ofrece información sobre la naturaleza y límites del derecho de acceso a la información pública	76%	4%	19%	2,1	Sólo se ofrece en 1 de cada 5 entidades
Se ofrece información sobre cómo ejercer el derecho de acceso la información pública por el canal presencial	68%	19%	13%	2,2	Esta información se ofrece de forma poco habitual

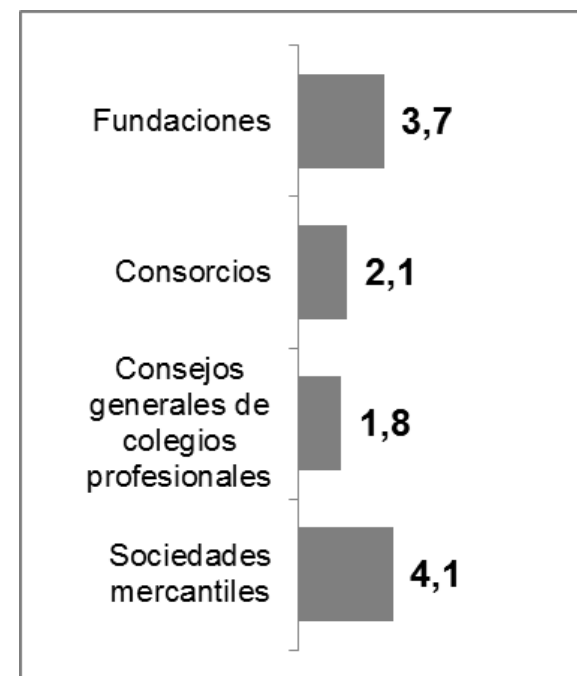
Distribución de las entidades por puntuación total y por forma jurídica de la entidad

Ninguna de las entidades analizadas supera el 80% de la puntuación potencial de acuerdo a los 31 indicadores verificados, y sólo el 4,6% se situarían entre el 61% y el 80% de la puntuación potencial total.

La mayoría de las entidades analizadas (un 34%), se sitúan entre el 21% y el 40% de la puntuación potencial total.

La calificación media de 3,3 puntos en una escala de 0 a 10 ofrece una **distribución desigual en relación a la forma jurídica de las entidades**. Las entidades que obtienen un mejor resultado son las sociedades mercantiles, seguidas de las fundaciones. Por el contrario, son los consejos generales de colegios profesionales y los consorcios los que obtienen una menor valoración en la evaluación realizada.

Puntuación	Fundaciones	Consortios	Consejos generales de colegios profesionales	Sociedades mercantiles	TOTAL
Más del 80%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Del 61% al 80%	2,5%	0,0%	0,0%	8,2%	4,6%
Del 41% al 60%	40,0%	0,0%	0,0%	46,9%	32,5%
Del 21% al 40%	37,5%	52,9%	35,9%	29,6%	34,0%
Menos del 20%	20,0%	47,1%	64,1%	15,3%	28,9%





4.2) Análisis de los expedientes de solicitudes de Derecho de Acceso a la Información Pública

Resultados generales por bloques conceptuales

La valoración media es muy alta, alcanzando el 8,9 sobre en una escala de 0 a 10.

La valoración general de los 5 bloques conceptuales analizados es la siguiente:

BLOQUE	¿QUÉ SE MIDE?	VALORACIÓN GLOBAL (0 a 10)	COMENTARIOS
PROVISIÓN DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN A LA PERSONA SOLICITANTE	Se provee información suficiente en relación a la solicitud, y la información se ofrece en un "lenguaje accesible" y no exclusivamente técnico o administrativo	9,0	Se considera que la información ofrecida en los expedientes analizados es suficiente, y que además es comprensible
PROTECCIÓN DE OTROS DERECHOS	Se protegen los datos de carácter personal y los intereses de terceras partes	10,0	Se protegen en el 100% de los expedientes analizados
CUMPLIMIENTO DE PLAZOS	Se cumplen los plazos para responder a las solicitudes de derecho de acceso a la información pública establecidos por la Ley 19/2013	10,0	Se cumplen en el 100% de los expedientes analizados
ASPECTOS FORMALES	Se cumple adecuadamente con los aspectos formales inherentes al proceso de respuesta a las solicitudes de derecho de acceso a la información pública	9,0	Se cumplen adecuadamente
RECURSOS	La organización está suficientemente preparada para gestionar adecuadamente las solicitudes de derecho de acceso a la información pública	6,7	La valoración es media-alta, destacando positivamente el uso de aplicaciones informáticas para la gestión de los expedientes, mientras que la formación ofrecida a las personas puede calificarse como desigual

Resultados por indicador

Los resultados por indicador serían:

INDICADOR	% DE EXPEDIENTES QUE NO CUMPLEN	% DE EXPEDIENTES CON CUMPLIMIENTO PARCIAL	% DE EXPEDIENTES CON CUMPLIMIENTO TOTAL	Media (0 a 10)	COMENTARIOS
Se provee información suficiente en relación a la solicitud, salvo que se pueda justificar la inadmisión o la aplicabilidad de límites al DAIP	0%	20%	80%	9,0	Del análisis de los expedientes y de la información aportada por los técnicos de las entidades, se desprende que la provisión de la información es suficiente en relación a la información solicitada
La información ofrecida se ofrece en un "lenguaje accesible" y no exclusivamente técnico o administrativo	0%	20%	80%	9,0	La comunicación administrativa es clara y no se observan excesivos tecnicismos jurídicos
Se cumple lo indicado en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal	0%	0%	100%	10,0	Se cumple en todos los expedientes analizados
Se protegen los intereses de terceras partes	0%	0%	100%	10,0	Se protegen en todos los expedientes analizados
Se cumplen los plazos máximos fijados por la Ley 19/2013	0%	0%	100%	10,0	Se cumplen en todos los expedientes analizados
Se genera un expediente único por solicitud que contiene todos los trámites realizados en relación a la misma	0%	40%	60%	8,0	Las solicitudes recibidas a través de aplicaciones gestoras de expedientes, automáticamente asignan una numeración, identificando individualmente de esta manera a cada expediente

INDICADOR	% DE EXPEDIENTES QUE NO CUMPLEN	% DE EXPEDIENTES CON CUMPLIMIENTO PARCIAL	% DE EXPEDIENTES CON CUMPLIMIENTO TOTAL	Media (0 a 10)	COMENTARIOS
La resolución es emitida por una persona con poder suficiente	0%	0%	100%	10,0	Se cumple en todos los expedientes analizados
En la resolución se informa a la persona solicitante sobre los derechos de reclamación y/o impugnación que le asisten	10%	0%	90%	9,0	En la mayoría de expedientes revisados, se facilite o no la información solicitada, se incluye dicha información como pie de la resolución
Las personas responsables de la tramitación de los expedientes han recibido formación expresa	40%	30%	30%	4,5	Algunas personas han recibido sesiones de información sobre las novedades a las que a partir de la entrada en vigor tendrían que adecuarse, pero casi todas opinan que no han sido suficientemente formadas en esta materia
Se dispone de alguna aplicación, herramienta informática o plataforma para la gestión de los expedientes	10%	0%	90%	9,0	Este tipo de herramientas suponen una ayuda importante y facilitan la implantación de la gestión de la transparencia. Existe una diferencia significativa en cuanto a la gestión de los expedientes entre las entidades que disponen de un gestor de expedientes electrónico y las que no.



4.3) La visión de las entidades que configuran el sector público de la Administración General del Estado en relación a la gestión de la transparencia y a la aplicación de la Ley 19/2013



4.3.1) Opiniones recogidas a través de la encuesta realizada a las entidades

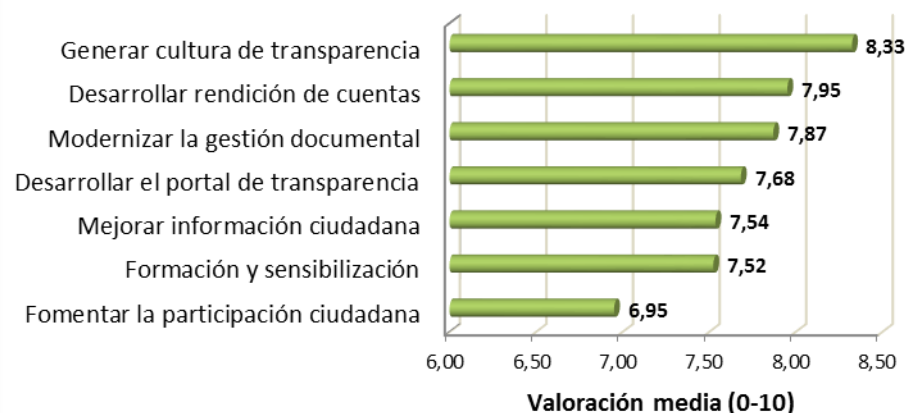
Conclusiones de la opiniones recogidas a través de la encuesta realizada a las entidades

A continuación se presentan las principales conclusiones obtenidas del análisis de la encuesta realizada a las entidades. Los resultados detallados se ofrecen en el anexo 4.

La práctica totalidad de la muestra (93%) considera **muy o bastante necesario el desarrollo de leyes que favorezcan la Transparencia**, y valora positivamente la implantación de medidas que mejoren a su entidad en esta materia (92%).

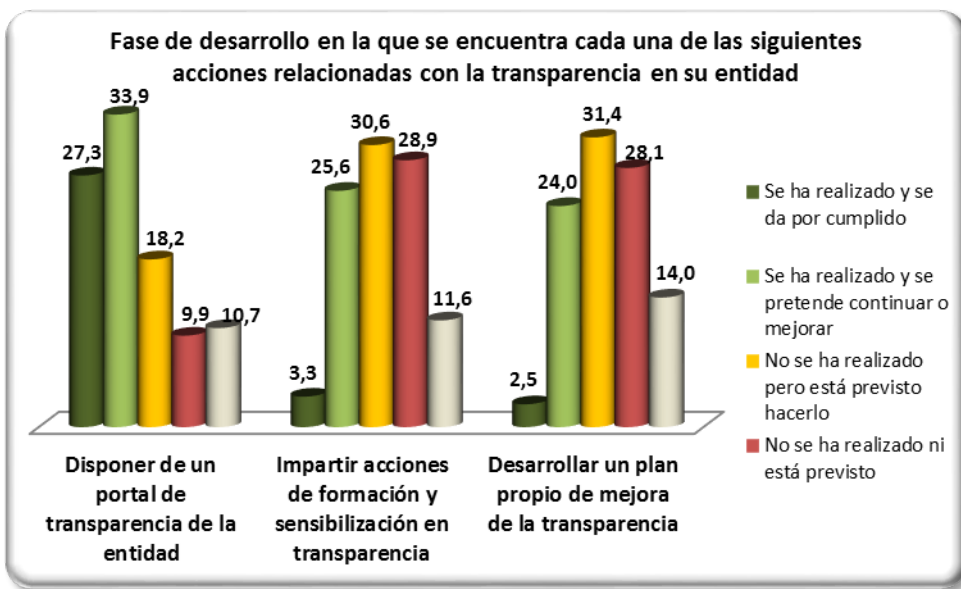
Entre los distintos tipos de medidas propuestas, a las que más importancia otorgan son, en este orden: Generar cultura de la transparencia (8,03 sobre 10), Desarrollar mecanismos de rendición de cuentas (7,95) y Modernizar la gestión documental (7,87), siendo la medida a la que concede menor relevancia para la mejora de la transparencia Fomentar la participación ciudadana (6,95).

Importancia otorgada a acciones propuestas para mejorar la Transparencia en la entidad



En lo que se refiere a la fase de desarrollo en la que se encuentra la entidad respecto a medidas que pueden ayudar a la generación de esa cultura de la transparencia, apenas una cuarta parte de la muestra declara haber realizado y tener previsto continuar con acciones de formación y sensibilización o desarrollar un plan propio de transparencia.

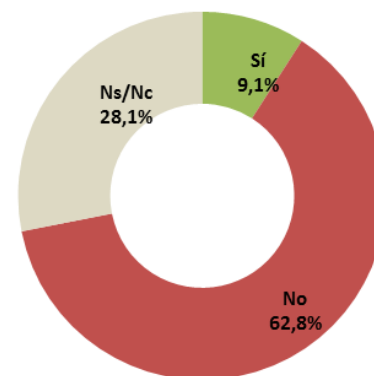
En ambos casos, una significativa proporción de la muestra (28%) afirma que no se han realizado dichas acciones ni está previsto hacerlo. Por el contrario, sí disponen de un portal de transparencia el 60% de entidades (el 27% lo da por concluido y el 34% tiene previsto mejorarlo), y apenas uno de cada diez encuestados señala que su entidad no tiene previsto contar con uno.



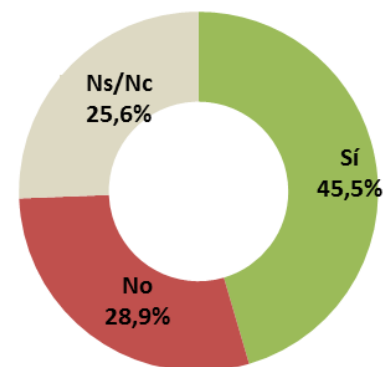
En relación al desarrollo de acciones que favorezcan la transparencia, un 9% de la muestra declara que su entidad dispone de una carta de servicio de transparencia, además de un 8% que afirma tenerla en proceso.

Por su parte, prácticamente la mitad tiene suscrito algún compromiso formal y un 7% tiene intención de suscribirlo, porcentaje idéntico al de las entidades que tienen intención de acreditarse o certificarse como entidades transparentes.

¿Disponen de una carta de servicio de transparencia?

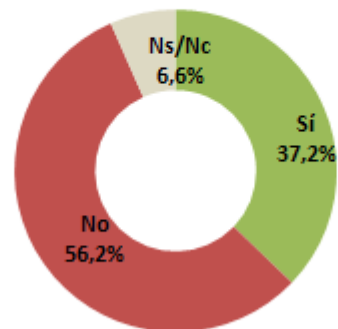


¿Tiene su entidad de algún compromiso formal con la Transparencia (Código de Buen Gobierno, Convenios suscritos...)?



En cuanto al cambio en la organización de la entidad que ha supuesto o puede suponer la implantación de medidas relacionadas con la transparencia, más de la mitad de las personas encuestadas cree que no supondrá cambios (56%), y concretamente un 19% considera que conllevará una carga adicional de trabajo para el personal de la entidad, aludiendo principalmente a la escasez de recursos.

¿Cree que la puesta en marcha de medidas para favorecer la Transparencia supone algún cambio en el desarrollo normal del trabajo en su entidad?



En cuanto a las obligaciones de publicidad activa recogidas en la Ley, los encuestados muestran una percepción muy positiva del cumplimiento de las mismas por parte de la entidad a la que representan.

Así, un 39% sostiene que la cumple en todos los aspectos y un 46% opina que en su mayoría, lo que supondría, en caso de corresponderse estas percepciones con la realidad, que el 87% de las entidades alcanzan un alto grado de cumplimiento de la Ley en lo que a la publicidad activa se refiere.

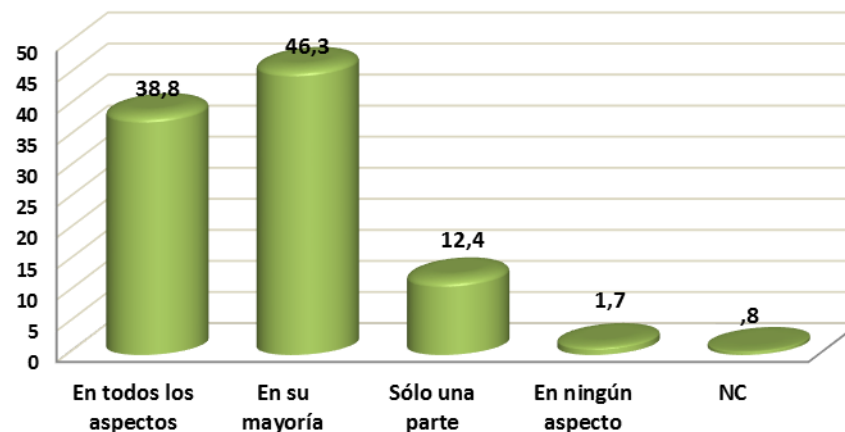
En el proceso de implementación de estas obligaciones, las que se perciben como las de mayor grado de dificultad han sido las derivadas de la interpretación de la Ley y la escasez de recursos humanos y tecnológicos, si bien hay que señalar que en un grado medio (en torno al 5 en escala 0-10).

Los problemas en la gestión de la información se sitúan en un 4,1 de media, y los relativos a la falta de cultura de la transparencia en un 3,2.

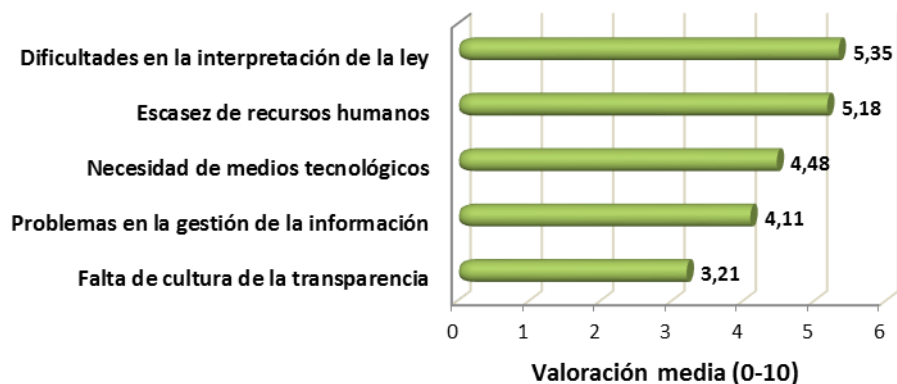
Estos datos se corroboran a continuación, cuando se pregunta por qué aspectos han supuesto mayores dificultades, y el 57% responde que ninguno ha supuesto un dificultad reseñable. Entre los que sí apuntaron alguna respuesta, vuelve a aludirse a la interpretación legislativa y a los medios disponibles.

En cuanto a aspectos concretos, destaca la publicación de contratos, en particular los menores, y otros aspectos de información económica.

Grado de cumplimiento de la Ley 19/2013 en cuanto a las obligaciones de publicidad activa en la entidad



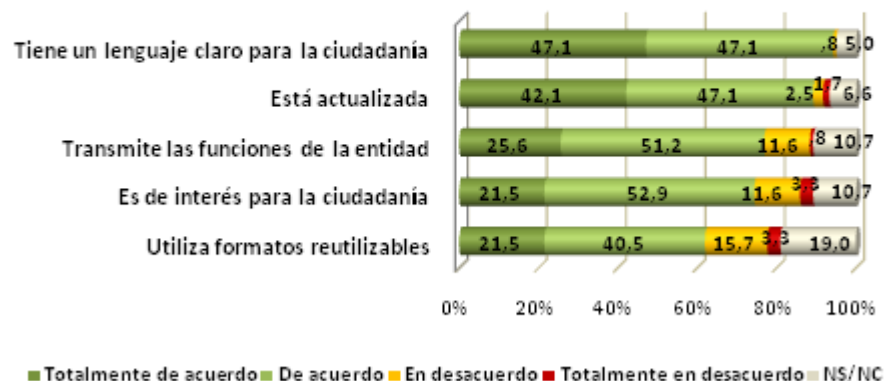
Valoración media de la dificultad que han supuesto determinados aspectos en la implementación de las obligaciones de publicidad activa en la entidad



Por su parte, la información que ofrece la web de la entidad obtiene también una muy buena valoración en casi todos los aspectos.

Un 95% considera que su lenguaje es claro y accesible, un 90% afirma que está actualizada, un 77% cree que transmite correctamente las funciones de la entidad, un 74% piensa que es de interés para la ciudadanía, y un 62% que utiliza formatos reutilizables, percepción que contradice un 19%, que representa la suma más alta de opiniones negativas en todos los ítems propuestos.

Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones relacionadas con la información que ofrece la web de su entidad

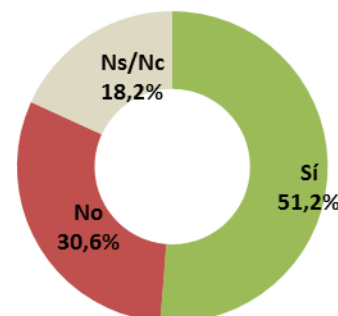


La mitad de los encuestados declara que se ha habilitado algún canal para favorecer las solicitudes de acceso a la información en su entidad, siendo los más frecuentes los formularios, buzones electrónicos y espacios específicos en la propia web de la entidad, por un lado, y el correo electrónico, por otro.

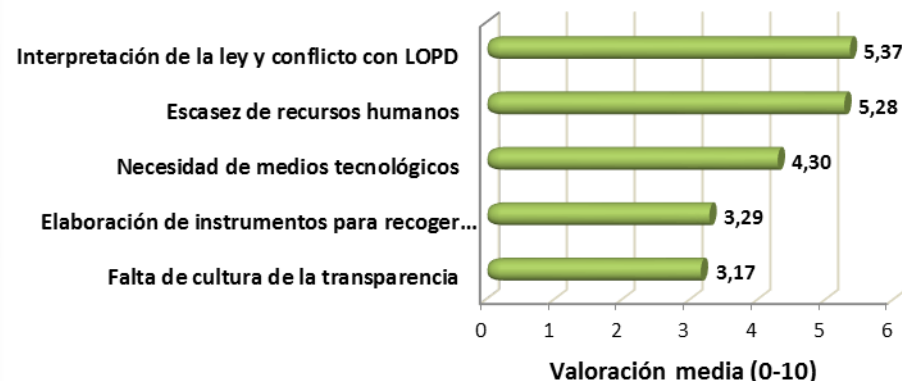
En cuanto a las dificultades encontradas en la implementación del derecho de acceso, vuelven a aparecer las relativas a la interpretación de la Ley (5,4) y la escasez de recursos humanos (5,3), particularmente. La elaboración de instrumentos para recoger las solicitudes o la cultura de la transparencia apenas han supuesto dificultades (en torno a 3,2 sobre 10). De nuevo, puede valorarse como un grado medio-bajo el grado de dificultad señalado.

Por otra parte, una de cada cinco entidades ha recibido solicitudes de información, y en la mayoría de casos no superan las 10 peticiones, que obtienen respuesta mayoritariamente (64%) en un plazo inferior a 15 días.

¿Tiene usted constancia de que su entidad haya habilitado algún tipo de canal de comunicación con los ciudadanos para que puedan solicitar fácilmente la información pública que precisan y que no esté publicada en su portal web?

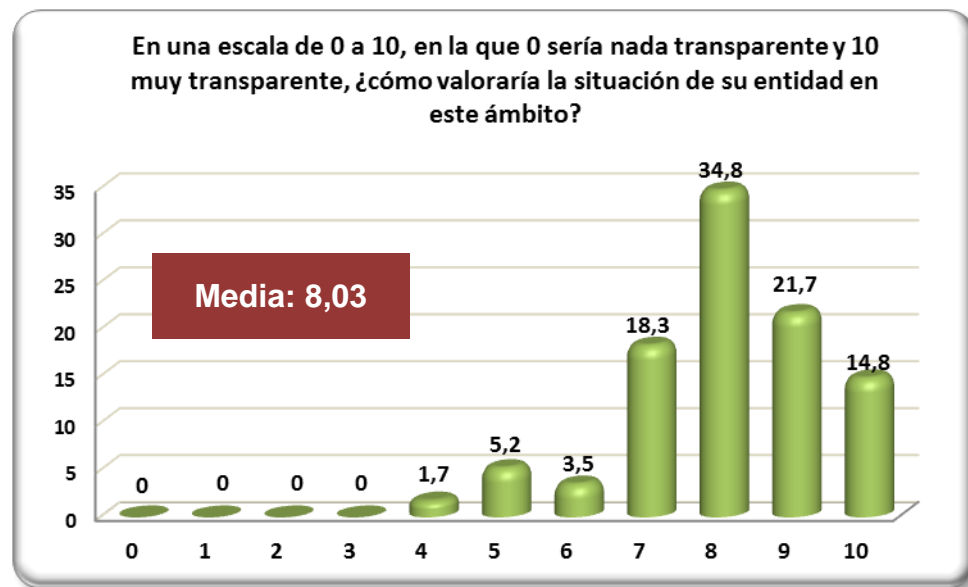


Valoración media de la dificultad que han supuesto determinados aspectos en la implementación del derecho de acceso a la información en la entidad



La percepción generalmente positiva que han manifestado los encuestados en la mayoría de aspectos se reafirma con la valoración general que otorgan a la transparencia de la entidad a la que representan, registrándose una valoración media de 8 sobre 10.

Esta opinión se sustenta con mucha probabilidad en el alto grado de cumplimiento percibido, tanto de la ley como de los principios de publicidad activa, así como en la ausencia de factores internos que supongan un obstáculo, como la no percepción de falta de cultura de la transparencia en la entidad.



Por último, las sugerencias que han hecho las personas encuestadas para mejorar la transparencia y/o el derecho de acceso en la entidad se refieren por una parte a que se produzca una mayor concreción legislativa y que se aclaren criterios, y puntualmente se alude a la ausencia de un desarrollo reglamentario; y por otra, muy relacionada con lo anterior, a la conveniencia de realizar encuentros formativos. En cualquier caso es preciso señalar que las aportaciones de sugerencias de mejora recibidas han sido muy escasas.

Sugerencias para mejorar la transparencia y/o el derecho de acceso en la entidad		
Conjunto de respuesta múltiple	Recuento	% de N
Mayor claridad en instrucciones y criterios / Concreción legislativa	6	5,0
Encuentros formativos con otras entidades / CTBG	4	3,3
Recursos humanos / tecnológicos	2	1,7
Mejorar las plataformas de la AGE	2	1,7
Adaptabilidad para Entidades Públicas con funciones productivas/mercantiles	2	1,7
Simplificación de trabajo	1	0,8
Respeto de la LOPD	1	0,8
Mejorar la gestión documental	1	0,8
Mejorar la accesibilidad y visualización de la información contenida en el portal de transparencia	1	0,8
Mejorar comunicación con otros organismos de la AGE	1	0,8
Identificación del interlocutor adecuado en la AGE	1	0,8
Herramienta común de los entes AGE donde consultar las preguntas y respuestas hechas por otras	1	0,8
Habilitar canales de comunicación con los ciudadanos	1	0,8
Formación a nivel interno	1	0,8
Fomentar la cultura de la transparencia	1	0,8
Eliminar duplicidades en el envío de la información a diferentes organismos / plataformas de la AGE	1	0,8
Crear página web	1	0,8
Creación de Reglamento de Transparencia	1	0,8
Creación de figura a la que acudir en caso de duda con interpretación de la Ley	1	0,8
Ninguna sugerencia	100	82,6
Total	121	100,0



4.3.2) Opiniones recogidas a través de focus groups y entrevistas en profundidad

Resultados generales por bloques conceptuales

La valoración general de los 6 bloques conceptuales analizados es la siguiente:

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
CULTURA DE LA TRANSPARENCIA	Definición de Transparencia	<p>El primer paso para aproximarse a analizar la cultura de la Transparencia que impregna a las entidades que integran el Sector Público Estatal debe ser conocer el concepto de Transparencia del que parten las mismas, observar la amplitud que le otorgan y los elementos que lo configuran. De entre todas las definiciones ofrecidas por los participantes en el estudio destacamos la enunciada en la Entrevista 1, que dice que <i>“el acceso a la información por parte de la ciudadanía y en aras a la gobernanza realmente democrática pues bueno, pues, entiendo por transparencia la facultad o la cualidad por la que se pone a disposición de la ciudadanía toda aquella información relativa al funcionamiento y a los mecanismos de generación de información que tienen las distintas Administraciones Públicas.”</i> (Entrevista 1).</p> <p>Las personas entrevistadas relacionan su concepto de Transparencia con la comunicación y la imagen pública, la rendición de cuentas, la corrupción y la generación de confianza ciudadana. La noción más restrictiva de la misma es aquella que, en una interpretación formalista, la entiende como el mero cumplimiento de la propia Ley 19/2013. En un plano de relación con otros conceptos también se describe a la Transparencia como consecuencia del desarrollo del Derecho de Acceso a la Información Pública.</p> <p>A continuación se enumeran las 5 dimensiones que compondrían la Transparencia según las opiniones esbozadas en las entrevistas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ La Transparencia es claridad, limpieza e información pública. ■ La Transparencia supone un nuevo paradigma que define una nueva forma de actuación de la Administración Pública. ■ La Transparencia es una obligación que tienen los Poderes Públicos con sus ciudadanos. ■ La Transparencia exige rigor y responsabilidad en la gestión de lo público. ■ La Transparencia es una herramienta de regeneración democrática y participativa.

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
CULTURA DE LA TRANSPARENCIA (II)	Cultura de la transparencia	<p>La cultura de la Transparencia es un elemento fundamental para su implantación efectiva en cualquier tipo de entidad. Así lo aprecian los entrevistados, que estiman que la falta de la misma supone una dificultad para que ésta se establezca en su organización. Para ello se considera fundamental la existencia de acciones formativas y de sensibilización. Se cree necesario que la Administración <i>“fomentara el espíritu de la transparencia y (...) demostrar a cada uno de sus apéndices que va realmente en serio”</i> (Entrevista 1). En este sentido, alguna de las entidades entrevistada afirma haber realizado acciones para el fomento de la cultura de la Transparencia dentro del marco de Convenios de Colaboración establecidos con terceras entidades dedicadas al estudio de la Transparencia.</p> <p>En la información obtenida también se destaca entre los aspectos relacionados con la cultura de la Transparencia, que se debe tener una visión positiva de la misma, poniendo el énfasis en los beneficios que se pueden obtener en este ámbito, necesitándose que se rompan lo esquemas imperantes en la Administración Pública, en la gestión y en la comunicación, ese blindaje tradicional e histórico que la caracteriza. Para realizar ese cambio es absolutamente fundamental eliminar la resistencia al cambio. Es decir, depende en gran medida, no tanto de esfuerzos, sino de la voluntad de cambio existente en el equipo humano de la entidad.</p>

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
CULTURA DE LA TRANSPARENCIA (III)	Actitudes de la entidad hacia la transparencia	<p>La existencia o no de una cultura de Transparencia en una organización se manifiesta en las actitudes de las personas que la componen. Dado el interés de este aspecto como indicador de una dimensión principal para evaluar si una entidad es transparente o no, en el guion de las entrevistas se incluyó un bloque de información que pudiera detectar las actitudes positivas y negativas que la Transparencia produce.</p> <p>Entre las actitudes positivas, se mencionan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Afirmaciones que demuestran una predisposición a la mejora de la Transparencia en sus entidades. ■ Algunos entrevistados muestran evidencias que comparten los valores que la Transparencia, entendiendo la necesidad de la existencia de la Transparencia y la accountability en la gestión pública. <p>Por otro lado, entre las actitudes negativas aparecen mencionadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Cumplir las disposiciones de la Ley 19/2013 por la mera exigencia legal. ■ La existencia de ciertas reticencias a la hora de publicar determinada información, entendiendo en ocasiones las obligaciones de publicidad activa como todo lo contrario, bajo demanda de información ■ Las reticencias internas debidas al posible incremento de la carga de trabajo que se derive de la Transparencia, al miedo a que la información ofrecida pueda ser manipulada o sacada de contexto, o a que la transparencia supone un nuevo ámbito de gestión en organizaciones que ya tienen “demasiados frentes abiertos”.

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
CULTURA DE LA TRANSPARENCIA (IV)	Formación en Transparencia	<p>Para la absorción de la cultura de la Transparencia en una entidad es primordial el desarrollo de acciones formativas y de sensibilización en la materia. El conocimiento de la misma es algo necesario para su correcta implementación.</p> <p>En este sentido, destaca sobremanera que la práctica totalidad de los entrevistados afirmaron que no recibieron ningún tipo de formación específica en su entidad. Esta inexistencia de formación está directamente relacionada con la escasez de recursos de las instituciones que han centrado, en su mayoría, su esfuerzo en intentar cumplir la Ley 19/2013 en los plazos, priorizando el trabajo en la puesta en marcha y adecuación de su Portal Web. Así, cuando se les pregunta el motivo por el cual no han realizado ningún tipo de formación expresa, indican que <i>“Nosotros nos estamos adaptando a la normativa, a pesar de que ya ha pasado un tiempo, las prioridades cotidianas nos invaden y no hemos podido”</i> (Focus Group 1).</p> <p>Este hándicap formativo ha intentado ser suplido con apuestas autodidactas de los propios trabajadores, bien leyendo la Ley e interpretándola a su criterio o creando grupos dentro de la organización que se encargaran de hacerles saber cuáles eran sus obligaciones concretas: <i>“nos hemos organizado un grupo de personas, nos hemos mirado la ley, qué exige y que tendríamos que hacer”</i> (Focus Group 1).</p>

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
GESTIÓN DE LA ADAPTACIÓN A LA LEY DE TRANSPARENCIA	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de cambios organizacionales - Gestión interna de los cambios - Gestión Valoración de los cambios organizativos - Gestión Obstáculos para implementación de la Transparencia 	<p>Lo que más llama la atención de la opinión que tienen las entidades sobre su gestión en el proceso de adaptación a la Ley 13/2013 son fundamentalmente dos aspectos: por un lado, la satisfacción que muestran en la creencia que tienen de cumplir la ley y, por otro, que para ello no hayan tenido que realizar un gran esfuerzo (<i>"Nosotros estamos satisfechos con lo que se ha hecho. Cumplimos la ley como no podíamos hacer otra cosa, no me pongo ninguna medalla, pero es una de las cuestiones que tampoco ha sido un esfuerzo enorme, porque ya lo veníamos haciendo"</i>. Focus Group 1). Consideran que este esfuerzo fue menor porque alguna de ellas ya venían realizando previamente a la aprobación de la Ley de Transparencia esa labor de recopilación de información dentro de su trabajo habitual que podían ser debidos a otros requerimientos normativos (<i>"como la información que hemos publicado ya está disponible en otros lugares o por otras razones ya la tenemos que preparar, no es más que hacerla accesible a través de la página web, no ha sido difícil"</i>. Entrevista 4).</p> <p>De cualquier manera, no todo ha sido fácil en este proceso de adaptación, sino que también existieron algunos obstáculos entre los que se señalaron algunos problemas ya comentados como la falta de formación, la necesidad de recursos y falta de cultura de la Transparencia. Pero lo más destacado es que asumen que para que un cambio se materialice es absolutamente necesario que exista la voluntad para realizarlo (<i>"es una cuestión de voluntad y también es una cuestión de actitud ¿no? de transversalidad y si tenemos que ser transparentes, ¿vale?, de cara a los ciudadanos"</i>. Entrevista 1).</p> <p>Las entidades no han sufrido fuertes cambios organizacionales para adaptarse a la Ley 19/2013. Sin embargo, su implantación ha supuesto que algunas de ellas asuman una mayor disciplina en sus protocolos de recopilación de información y comunicación, así como una mayor y concienciación sobre el trabajo que realizan. Tal como se afirma en el transcurso del Focus Group 1 al tratar esta cuestión <i>"esto ha supuesto un ejercicio de recopilación de información y un poco de disciplina porque tiene que estar publicado, pero, por lo demás, yo creo que nos va a facilitar la vida, porque en una serie de peticiones que no sabes bien cómo tratarlas ahora tienes un marco normativo al que ajustarte"</i>.</p>

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD ACTIVA (I)	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad activa Grado de cumplimiento - Publicidad activa Canales (portal transparencia o Web de la entidad - otros canales) - Publicidad activa Valoración de la Accesibilidad - Publicidad activa Cumplimiento principios de Publicidad Activa - Publicidad activa Organización interna 	<p>En consonancia con lo adelantado en el punto anterior sobre la satisfacción sobre la percepción que las entidades tienen sobre su nivel de cumplimiento de la Ley 19/2013, las personas entrevistadas creen cumplir en alto grado las obligaciones de Publicidad Activa que les marca la Ley. En este sentido, las diferentes instituciones han puesto sus esfuerzos en el desarrollo de Portales Web de Transparencia (<i>"hemos tenido que crear en nuestra página web un botón que ponga Transparencia para el acceso fácil a todos los contenidos de transparencia. Esa información estaba en la página web pero dispersa, se ha tenido que un poco centrar, centralizar en un punto, o sea que ha sido simplemente una reorganización y un chequeo de que todos los requerimientos de transparencia los estábamos cumpliendo anteriormente"</i> Focus Group 1), que además aparecen como un instrumento de generación de confianza sobre la actividad que realizan (<i>"Creo que el hecho de que esté el portal de transparencia genera una confianza en el ciudadano. Una presunción de veracidad"</i> Focus Group 1).</p> <p>Para poner los Portales en marcha y poder cumplir con las obligaciones de Publicidad Activa han tenido de realizarlos con sus propios medios económicos lo que, en algunos casos, supuso un gran esfuerzo presupuestario (<i>"en esto hemos tenido que dotar, hemos realizado un gasto, un gasto extraordinario en esto, y bueno, tenemos una humilde página web"</i> Focus Group 1).</p> <p>En lo relativo a los principios de Publicidad Activa, quizás debido a la ausencia de impartición de formación a los trabajadores de las entidades, afirman con rotundidad el cumplimiento de los principios técnicos (<i>"Yo creo que los principios técnicos, por así decir, se cumple sobradamente. No tenemos ningún...es decir, no están en entornos cerrados, ni hay dificultades para la exportación de los datos, ni para su tratamiento...yo creo que para eso no hay ningún problema."</i> Entrevista 2) y la accesibilidad de su web, al tiempo que creen que el .PDF es un formato adecuado cuando se les pregunta sobre los formatos usados para que pueda existir una efectiva reutilización de datos del Portal Web. Esto supone una tremenda contradicción porque, por otro lado, asumen que con este formato electrónico no se favorece la posibilidad de reutilizar estos datos (<i>"... La posibilidad de manipular esos datos es prácticamente nula, tienes links a la memoria a informes financieros, pero nada más, como documentos cerrados. Creo que son .pdf."</i> Focus Group 1) .</p>

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD ACTIVA (II)	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad activa Grado de cumplimiento - Publicidad activa Canales (portal transparencia o Web de la entidad - otros canales) - Publicidad activa Valoración de la Accesibilidad - Publicidad activa Cumplimiento principios de Publicidad Activa - Publicidad activa Organización interna 	<p>Con el lenguaje pasa algo similar. Los entrevistados firman que en sus Portales Webs es posible que se use un lenguaje burocrático y excesivamente técnico, no lo defienden como el uso del .pdf y entienden que es algo que debe mejorarse, pero, al mismo tiempo, lo consideran inevitable. De esta manera, alguna entidad en el Focus Group 1 afirmó que el lenguaje de su web <i>“es tan técnico que tienes que conocerlo para saber que estás leyendo. Pero no podemos contarlo de otra forma, porque es eso”</i>. Además de esa mejora del lenguaje, se apunta como elementos a considerar la inclusión de elementos explicativos de los documentos que se muestran.</p> <p>Sobre la organización interna de la Publicidad Activa se deben subrayar las dificultades que señalaron las entidades propias del comienzo de todo proceso de cambio, que algunas entidades no han desarrollado ningún tipo de sistema de organización de la misma (y que las que lo han hecho han repartido competencias en diferentes departamentos a los que añaden un plus a su trabajo habitual), la creación de grupos de trabajo o el nombramiento de personas responsables de la materia. Se debe señalar, igualmente, que en algunas ocasiones la responsabilidad de la gestión de obligaciones de Publicidad recae en el Departamento Jurídico de la entidad. Por último, en las entrevistas también se puso de manifiesto que suministraron información al Portal Gubernamental y que tuvieron un pequeño asesoramiento del Gobierno para conocer la información que debían de publicar (<i>“Recibimos una carta del ministerio de...donde ya nos venía desglosado -no hubo que leerse la ley-, ya venían todos los puntos que eran de obligado publicar y arrancamos con la web con todo eso y ya aprovechamos para meter un montón de cosas más.”</i> Focus Group 1).</p>

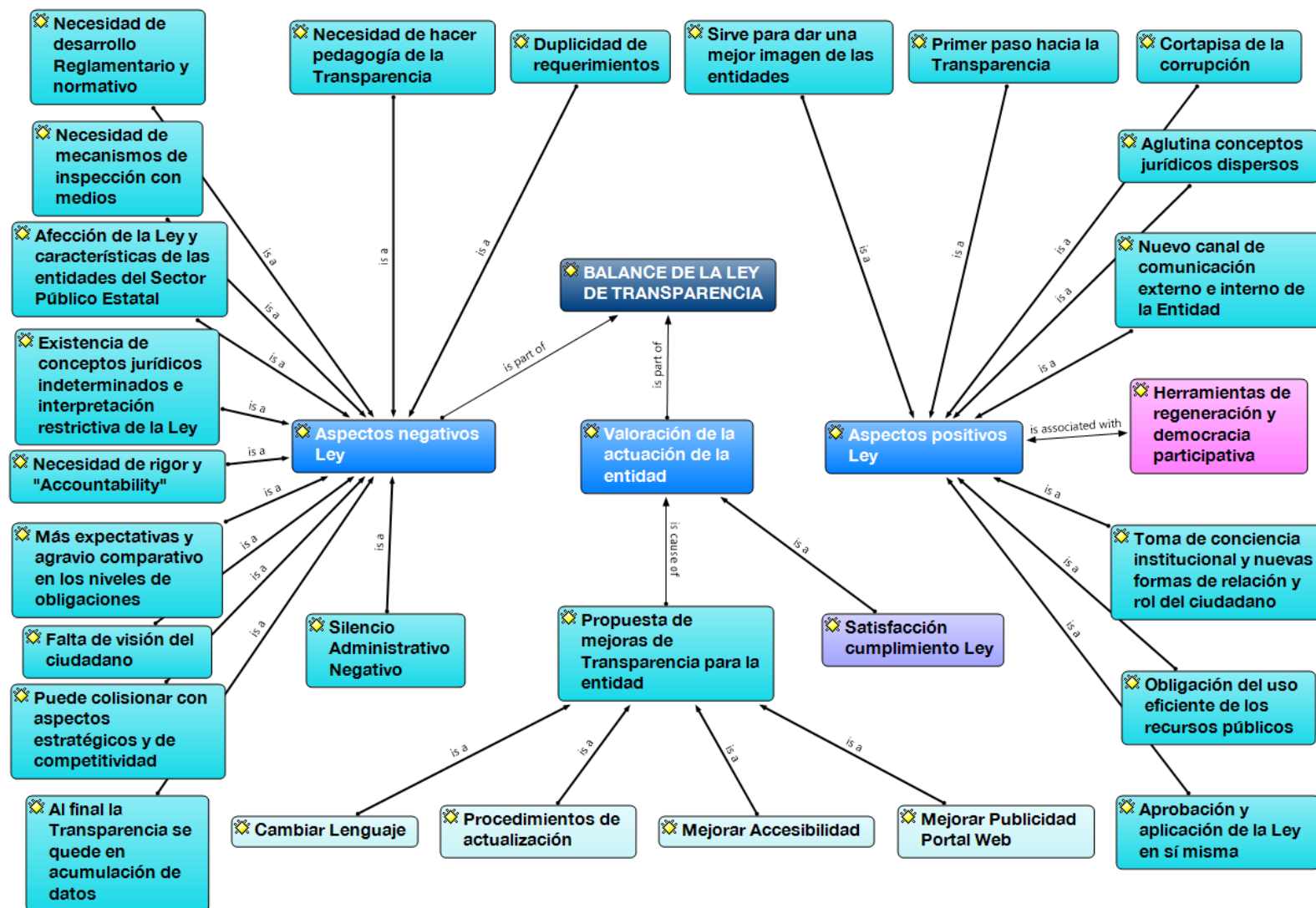
BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (I)	<ul style="list-style-type: none"> - Derecho de acceso organización interna (habilitación de canales, creación de protocolos...) - Peticiones recibidas - Grado de respuesta - Peticiones denegadas - Plazo de resolución 	<p>El derecho de acceso a la información pública se ha organizado en las entidades en función de las peticiones recibidas hasta la fecha, que no han sido muchas. De hecho, sólo alguna entidad afirma haber recibido peticiones de información, y en la gestión de las mismas muestran dificultad para identificar cuáles son las demandas relacionadas con la Transparencia de otras simples solicitudes de información. Para explicar el poco volumen de demandas recibidas afirman que puede ser debido a dos circunstancias principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Que las demandas de información se vean satisfechas por la información que suministran el Portal Web. ■ Que la información que generan con su actividad no sea de interés para el ciudadano. <p>Las organizaciones que recibieron peticiones de información afirman haber respondido siempre y dentro de los plazos de resolución establecidos en la Ley 19/2013, solicitando, cuando así lo estimaron necesario, el asesoramiento del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (<i>"En un caso respondimos un acceso parcial, porque era sobre un negocio que teníamos en marcha. Teníamos dudas sobre los terceros, sobre que es un negocio, por la competencia. Hicimos una consulta al Consejo de Transparencia y nos respondieron. Hemos usado la ley"</i> Focus Group 2).</p> <p>El derecho de acceso a la información pública se ha establecido en las entidades por un lado, desde un punto de vista instrumental, con elementos como el correo electrónico, buzones o formularios web, y, desde un punto de vista competencial, asumiendo la responsabilidad de su gestión un departamento de la institución, en ocasiones el jurídico, o un grupo específico que se encarga del proceso. (<i>"En cuanto llega pasa a comité de dirección, que decide quién y cómo se responde, dentro de los plazos"</i> Focus Group 2).</p>

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (II)	<ul style="list-style-type: none"> - Buenas prácticas realizadas (formación, actividades realizadas...) - Buenas prácticas sugerencias 	<p>Entre las buenas prácticas señaladas por las entidades objeto de estudio se aprecian:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ El compromiso con los valores éticos de la gestión pública mediante la aprobación de Códigos de Buen Gobierno en un importante número de las entidades entrevistadas, en muchas ocasiones con carácter previo a la propia Ley 19/2013. Estos códigos se han complementado en alguna ocasión con reglamentos internos y códigos de conducta para empleados. Igualmente, las entidades se han adecuado a diferentes normativas que necesitaban de diferentes reglamentaciones como la “compliance” (<i>“Por resumir, tenemos un Código de Buen Gobierno, tenemos una política de Buen Gobierno y Prevención y Detección de Responsabilidades unifica todo lo del buen gobierno y el Código Penal y también Protocolos de funcionamiento, un canal de comunicación específico para la aplicación de todo el sistema, un informe que es la foto de situación con un plan de mejoras ya establecido...”</i> Focus Group 1). ■ La organización de grupos de trabajo de Transparencia en la entidad. <i>“Digamos que el mecanismo está establecido, funciona, está suficientemente engrasado, que la gente que está en el grupo de transparencia nos llamamos “los transparentes”, es gente de peso de la empresa, son los directores del área de gestión y yo creo que es algo que empieza a saberse, por lo menos que existe, considerando que para nosotros es absolutamente fundamental por manejar dinero público.”</i> Focus Group 2). <p>A continuación se enuncian las sugerencias de buenas prácticas señaladas en el transcurso de las entrevistas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Adscribir una persona específica dentro de la entidad que se encargara de toda la gestión de la materia. ■ Establecer un canal de comunicación con la ciudadanía. ■ Seguir profundizando en la Transparencia de la Entidad. ■ Adecuar la normativa interna de la entidad a los parámetros de la Transparencia y el Buen Gobierno ■ Certificar la Transparencia de la entidades por una tercera organización (<i>“Lo que se pueda mejorar es que desde las propias organizaciones demos publicidad de que estamos ofreciendo esa transparencia. Como un sello que diga que somos entidades transparentes y a las que se pueden sumar otra serie de entidades (...) una especie de certificación que diga que estás sujeto y está cumpliendo la transparencia.”</i> Focus Group 2).

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
BALANCE DE LA LEY DE TRANSPARENCIA (I)	Balance Valoración de la Ley 19/2013: Aspectos Positivos	<p>En el último bloque de las entrevistas se proponía a los participantes que hicieran un breve balance de la Ley 19/2013 en el que se destacaran los aspectos positivos y negativos de la misma, así como una valoración de la actuación de su entidad.</p> <p>Entre los aspectos positivos se señalaron que:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ La Ley debe entenderse como una aliada y que sirve para mejorar la imagen de las entidades. ■ La aprobación de la Ley supone un primer paso para la Transparencia. ■ La Ley es un cortapisa para la corrupción . ■ Aglutina conceptos jurídicos dispersos en otras normativas. ■ Crea nuevos canales de comunicación internos y externos de la entidad. ■ Es una herramienta de regeneración democrática y participativa. ■ Se produce una toma de conciencia institucional y una nueva relación y rol del ciudadano. ■ Obliga a un uso eficiente de los recursos públicos. ■ La mera aprobación de la Ley ya es un hecho positivo en sí mismo.

BLOQUE	¿QUÉ SE ANALIZA?	INFORMACIÓN OBTENIDA
BALANCE DE LA LEY DE TRANSPARENCIA (II)	<ul style="list-style-type: none"> - Balance Valoración de la Ley 19/2013: Aspectos Negativos. - Balance Valoración de la actuación de la entidad. 	<p>Los aspectos negativos subrayados fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ La Ley necesita de desarrollo Reglamentario y normativo para que sea realmente eficaz. ■ Es necesaria la existencia de mecanismos de control dotados con medios y recursos. ■ La Ley debería adecuarse a las características específicas de las entidades del Sector Público Estatal. ■ La Ley contiene conceptos jurídicos indeterminados que dan pie a interpretaciones restrictivas de la misma. ■ Necesidad de un mayor rigor y accountability. ■ Se tenían puestas más expectativas en la Ley antes de su aprobación y debería contemplar posibles agravios comparativos en los niveles de obligaciones de los sujetos que aparecen en el ámbito de aplicación. ■ Adolece de la visión del ciudadano. ■ Puede colisionar con aspectos estratégicos y de competitividad. ■ La figura del silencio administrativo negativo. ■ Es necesario realizar pedagogía de la Transparencia que acompañe a la Ley. ■ En muchas ocasiones la Ley supone duplicidad de requerimientos puesto que algunas obligaciones ya se recogen en otras normativas. ■ Que la Transparencia, al final, quede en acumulación de datos. Mostrar datos no es dar información. <p>Por último, entre las propuestas de mejora de Transparencia para las entidades se señalaron algunos aspectos enunciados con anterioridad como el cambio del lenguaje burocrático por otro más sencillo y entendible, la mejora de la accesibilidad web de los portales de Transparencia, la publicidad y la actualización de contenidos de los mismos.</p>

Mapa conceptual sobre el balance que hacen las entidades en relación a la Ley de Transparencia





5) Buenas prácticas identificadas

Buenas Prácticas

En el transcurso del análisis realizado, se han identificado algunos elementos que se consideran valiosos por su contribución a los fines que persigue la Ley 19/2013, con independencia de que en algunas ocasiones no se correspondan con actuaciones planificadas para estos fines. A continuación se identifican estos elementos como buenas prácticas, en tanto se considera que complementan o permiten mejorar algunos aspectos de la implementación de la Ley en el ámbito de las entidades del Sector Público de la Administración General del Estado.

1

En relación al tratamiento de las solicitudes de acceso a la información, se ha observado que las entidades facilitan la información solicitada, incluso cuando las solicitudes de información se reciben por canales de comunicación destinados a otras cuestiones (buzones de información o correos electrónicos genéricos) y cuando las personas solicitantes no conocen, o no explicitan conocer, que existe una Ley que ampara su derecho a obtener respuesta a dichas solicitudes.

Esta práctica pone de manifiesto que **existe una voluntad firme de atender a las solicitudes de información de la ciudadanía**, por lo que se ha identificado como una buena política.

Para contribuir además a mejorar la cultura de la ciudadanía en materia de transparencia, y a consolidar los canales de información específicos de esta materia, sería deseable incluir en las respuestas una explicación en relación a la Ley que ampara el derecho a solicitar dicha información, así como sobre la existencia de un canal de comunicación específico para la tramitación de dichas solicitudes.

2

En relación con los compromisos asumidos por las entidades en materia de transparencia, se valora muy positivamente la **existencia de códigos de buen gobierno, códigos éticos, manuales de transparencia y cualquier otro tipo de documento que comprometa por escrito a las entidades y a las personas que participan en su gestión.**

En este sentido, se recomienda como buena práctica que estos compromisos se extiendan también hacia la ciudadanía y no se limiten a la parte interna de las organizaciones. La elaboración de cartas de servicio en materia de transparencia es, por ejemplo, una buena práctica adicional en este sentido.

3

El uso de herramientas de soporte tecnológico siempre supone una buena práctica, en tanto ayuda a simplificar y a sistematizar los procedimientos y contribuye a la existencia de un rastro de las acciones realizadas, los trámites celebrados o la documentación publicada.

En este sentido, cabe destacar que el 90% de las entidades dispone o dispondrá de un Portal de Transparencia.

Al igual que se han identificado elementos de buenas prácticas que ya realizan o han realizado las entidades, en el transcurso de las entrevistas y los grupos de discusión celebrados se han comentado también propuestas que merece la pena destacar como buenas prácticas.

4

En relación a la forma en la que se diseñan las actuaciones en materia de transparencia en general, y de publicidad activa en particular, se considera una buena práctica **la introducción de elementos de participación de la ciudadanía**, en tanto que receptor último de estas actuaciones y actor relevante en la aplicación de las mismas.

5

Por último, **la creación de grupos de trabajo para el diseño y la implementación de las actuaciones dirigidas al cumplimiento de la Ley 19/2013** se considera igualmente una buena práctica de cara a lograr un mejor rendimiento y una mejor organización de las mismas. Esta forma de actuación redunda igualmente en la creación de una cultura de la transparencia en las organizaciones, elemento que se considera fundamental para el avance real en materia de transparencia.



6) Conclusiones generales y propuestas de mejora para la profundización en la transparencia de las entidades objeto del estudio



6.1) Conclusiones generales

Conclusión principal

A partir de los resultados destacados en el apartado 4, a continuación se identifican las principales conclusiones obtenidas tras la realización del análisis.

La conclusión principal alcanzada, que pretende dar respuesta al objetivo del estudio en términos generales, es que **las entidades que conforman el Sector Público de la Administración General del Estado no cumplen de manera satisfactoria con los requisitos que establece la Ley 19/2013** de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

No obstante, cabe señalar que las entidades han implementado medidas específicas para adaptarse a las obligaciones de la Ley 19/2013, si bien su grado de cumplimiento es bajo y desigual, ya que se identifican carencias relevantes en materia de tratamiento y organización de la información (Publicidad Activa), de rendición de cuentas y de autoevaluación, así como en relación con el establecimiento proactivo de canales que posibiliten el establecimiento real del derecho de acceso a la información pública (transparencia activa). En estos ámbitos, el margen de mejora es importante.

En último término, se debe también poner de manifiesto que **las entidades no han contado con todo el apoyo necesario para el diseño y definición de las medidas necesarias en su ámbito de aplicación** (formación específica, modelos o herramientas), **y que se ha identificado una dificultad adicional en las entidades de menor tamaño, relacionada con la falta de recursos** para la incorporación de las medidas necesarias para poder avanzar adecuadamente en materia de transparencia.

Conclusiones generales

1

Si se tiene en cuenta la situación de partida, en la que apenas existían elementos para garantizar el acceso por parte de la ciudadanía a la información relacionada con la gestión pública, **se considera que se ha producido un cierto avance -aunque todavía claramente insuficiente- en relación al grado de la transparencia de las entidades del sector público de la Administración General del Estado.**

Por el contrario, **se valora positivamente el esfuerzo y la puesta en marcha de una serie de mecanismos**, diferentes en alcance y organización por tipo de entidad, **para garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley 19/2013**. Igualmente, se reconoce el **desarrollo** producido, teniendo en cuenta que la implantación de la cultura de la transparencia a un nivel elevado exige una acción coordinada en diferentes etapas del ciclo de vida de las políticas públicas (formulación estratégica, planificación, ejecución y evaluación) y en diferentes ámbitos de la actividad (económico-financiero, jurídico, comunicación, etc.), que lleva necesariamente aparejada un esfuerzo y que, sin duda, precisa de tiempo efectivo para su aplicación con el alcance y la calidad deseadas.

De manera mayoritaria, **la entidades valoran la transparencia como un compromiso con el uso adecuado de los recursos públicos** que sirve, por un lado, para tener una visión responsable y organizada de la gestión pública y, por otro, para evitar posibles usos o prácticas maliciosas en la Administración Pública. Es decir, la transparencia supone un uso más eficaz y eficiente de los sus recursos y un elemento disuasorio de posibles ámbitos de corrupción.

2

En relación con el ámbito de la Publicidad Activa, se considera que el balance general es insuficiente. Existen elementos de publicidad activa en las organizaciones que conforman el Sector Público de la Administración del Estado, pero el tratamiento de la información que se facilita es significativamente mejorable.

En concreto, **se identifican carencias tanto en relación con el cumplimiento de la Ley** (hay elementos informativos cuya publicación es obligada y no se cumple), **como en relación con la calidad y la sistematización de la información que se facilita** (ausencia de explicaciones para la reutilización de dicha información, utilización de formatos no óptimos y ausencia de comunicación con la ciudadanía para la selección de contenidos de interés).

3

El análisis realizado **en relación al tratamiento del Derecho de Acceso a la Información** ha puesto de manifiesto que las entidades dan respuesta a las solicitudes recibidas, con independencia de que estas solicitudes se realicen en el ámbito de la Ley 19/2013 o a través de cauces de comunicación que existían previamente. Por lo tanto, **se constata el cumplimiento de las obligaciones en esta materia, según lo dispuesto en la Ley de Transparencia.**

No obstante, cabe matizar que los trámites para solicitar la información no son, generalmente, intuitivos ni fácilmente identificables. Este es un elemento de mejora común a la práctica totalidad de entidades.

4

En lo que respecta a la información relativa a la rendición de cuentas, entendida como la explicación de las estrategias y las actuaciones desarrolladas por cada entidad, se considera que existe un gran margen de mejora. El análisis realizado ha puesto de manifiesto que apenas se facilita información relativa al resultado de las acciones realizadas y el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Esta mejora es esencial si verdaderamente existe una voluntad de rendir cuentas sobre la gestión pública realizada. Es decir, es un indicador clave para evaluar la implicación y el nivel de compromiso de cada organismo en materia de transparencia.

5

Por último, es reseñable el contraste entre la percepción que las entidades manifiestan sobre la adecuación en el grado de cumplimiento de la Ley y el resultado del análisis realizado. En este sentido, el resultado del análisis pone de manifiesto que **existe una percepción sobredimensionada por parte de las entidades sobre su adecuación a la Ley 19/2013.** Para ilustrar esta distancia en una escala numérica, las entidades se sitúan en una puntuación media de 8 sobre 10, cuando el resultado del análisis las sitúa en una puntuación media de 3,3 sobre 10.

Esta percepción distorsionada se puede explicar a través de dos elementos. En primer lugar, el punto de partida hace que los logros conseguidos parezcan mayores. En segundo lugar, la ausencia de una cultura sólida de la Transparencia hace que el nivel de auto exigencia sea menor y, por tanto, exista un exceso de autocomplacencia. Por último, las entidades manifiestan dificultades de interpretación de la Ley 19/2013 (hay que recordar que el Reglamento que debe desarrollarla sigue pendiente de estar aprobado), lo que puede explicar también la diferencia entre los datos objetivos del análisis y la percepción subjetiva de su situación en relación a la transparencia que manifiestan las entidades.

En último término, cabe también poner de manifiesto que existen diferencias importantes en relación al grado de cumplimiento por tipo de entidad. En este sentido, como se desprende de los resultados destacados en el apartado 4, las sociedades mercantiles destacan en su adecuación a las exigencias de la Ley 19/2013 por encima de las fundaciones y los consorcios, siendo los colegios profesionales las entidades que obtienen una puntuación más baja en la valoración del grado de cumplimiento.



6.2) Recomendaciones de mejora

Propuestas de mejora

A partir de las conclusiones alcanzadas en el apartado anterior, a continuación se trasladan las propuestas de mejora que se han identificado en el curso del análisis y tras la revisión de sus resultados:

1

La organización de los elementos a implementar para asegurar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 19/2013 en el marco de cada entidad debe diseñarse, planificarse, gestionarse y evaluarse desde un enfoque estratégico y de forma ordenada. Debe partirse de una planificación conjunta e interrelacionada de los distintos elementos, teniendo siempre en cuenta tanto las exigencias legales como la demanda ciudadana, tratando de dar respuesta a qué información es relevante, en qué ubicación y en qué formato debe facilitarse, qué explicaciones son necesarias para su comprensión y reutilización, con qué periodicidad deben realizarse las actualizaciones, y qué elementos de organización interna y de coordinación son necesarios para la sostenibilidad de esta estrategia.

2

La organización debe partir, asimismo, de una preparación específica. Las entidades deben conocer con exactitud a qué les obliga la Ley 19/2013 y qué alcance deben dar a cada uno de los ámbitos previstos en la misma. La preparación de las personas dedicadas a diseñar e implementar las medidas específicas en materia de transparencia, así como del conjunto de las personas de la organización, se considera clave, tanto para el éxito de la tarea como para que ésta tenga un recorrido que resulte beneficioso a largo plazo tanto para la propia entidad como para el sector de la ciudadanía que se relacione con ella.

3

En relación con la comunicación, entendemos que **debe reforzarse tanto la comunicación de las entidades hacia fuera (ciudadanía), como hacia dentro (organización),** de forma que se construya de forma sólida una cultura de la transparencia que se alimente a partir de las prioridades identificadas por la ciudadanía y que se desarrolle de forma homogénea en los distintos ámbitos de la misma organización. En relación a la comunicación externa, no podemos olvidar que la transparencia es un elemento clave en la aportación de valor a la imagen externa de una organización.

4

En relación con la mejora continua de las organizaciones en esta materia, consideramos que **es importante que las entidades compartan experiencias, se comparen, e identifiquen elementos de buenas prácticas que incorporar a sus estrategias** en materia de transparencia. Para la consecución de esta mejora se considera que el trabajo en red constituye una gran oportunidad para avanzar en esta dirección.

5

Por último, y **desde la perspectiva del apoyo externo que las entidades requieren** para poder desarrollar estrategias, organizaciones y actuaciones ambiciosas en materia de transparencia, **se considera esencial:**

- **que exista una oferta formativa** segmentada por tipo de entidades, perfiles profesionales, tamaño y actividad de las mismas;
- **que se faciliten modelos y herramientas** para las primeras fases de implantación de las políticas en materia de transparencia;
- **que existan canales a través de los cuales se puedan formular consultas** de forma ágil.
- **establecer mecanismos de evaluación externa** que permitan a las entidades conocer con objetividad su desempeño en materia de transparencia, y así poder planificar y poner en marcha procesos de mejora hacia la excelencia en este ámbito.



Anexos



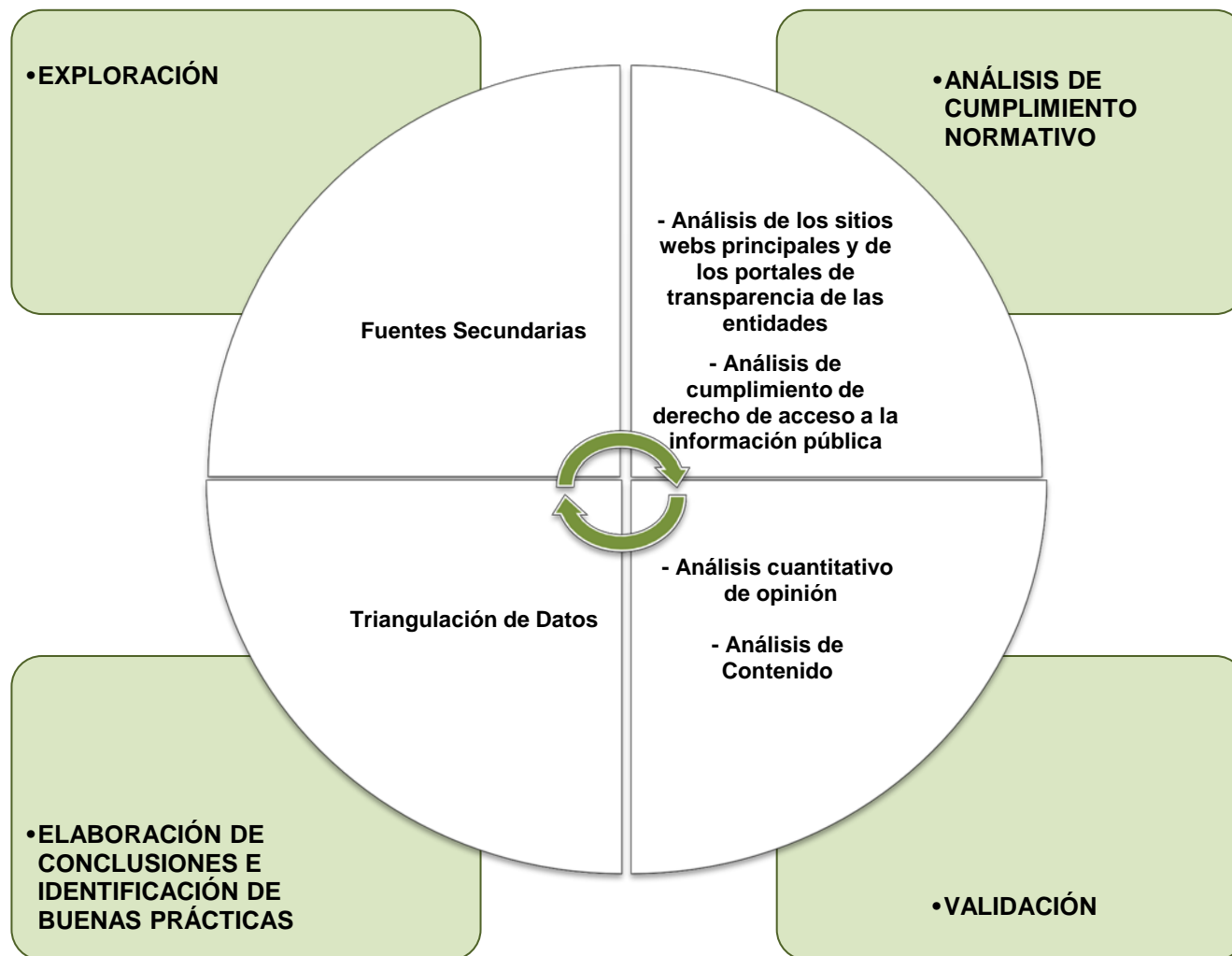
Anexo 1: Detalle de la metodología utilizada



Anexo 1.1

Metodología del estudio

Esquema de la investigación



Técnicas de obtención de datos

SISTEMA DE INDICADORES

Los indicadores se han instrumentalizado mediante **check-lists** que recogen las distintas obligaciones de transparencia a las que deben someterse las entidades estudiadas. El adecuado diseño y validez del sistema de indicadores resulta fundamental para obtener la información que se pretende. Su selección y definición determinan su medición, por lo que **su** discusión y determinación final son claves para la fiabilidad de la herramienta.

ENCUESTA

Esta técnica permite determinar las opiniones sobre el objeto de estudio teniendo como base la observación de muchos casos individuales, haciendo posible la generalización de los datos obtenidos, en un periodo relativamente corto de tiempo. El instrumento utilizado para la recogida de datos ha sido un **cuestionario online**, facilitando con esta técnica la recogida de la información y la sistematización de los datos.

FOCUS GROUPS

Esta técnica recaba información cualitativa para indagar en las actitudes y opiniones de los grupos implicados de un modo específico en las cuestiones objeto de estudio. Los grupos que se han convocado han sido de carácter multidisciplinar, formando parte del mismo personas de distintas entidades objeto de la investigación, al objeto de poder contrastar más adelante la información y experiencias reveladas en los mismos.

Los focus groups han desempeñado un papel clave en esta investigación, pues han permitido trabajar con un grupo de personas protagonistas que se han comunicado en su tarea de exploración creativa sobre la problemática objeto de estudio.

En su desarrollo ha sido especialmente importante la existencia de discusión en sentido positivo, entendiéndola como la función de confrontación de las concepciones y experiencias de cada participante con las visiones y argumentaciones de los demás.

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Se han realizado **entrevistas semiestructuradas**. Este tipo de entrevistas se caracterizan por no ser enteramente abiertas, sino que se dispone de un guión sobre el que se desarrolla la entrevista, sirviendo más como un esquema con los puntos a tratar, que no está cerrado, pudiendo surgir cuestiones no planteadas previamente en el guión, y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente. En su desarrollo, se dejaron expresar a las personas entrevistadas a fin de que pudieran opinar con sus palabras, en el lenguaje en que se sentían más cómodas, y se fue flexible para retomar los temas tratados o profundizar en alguno de ellos.

TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS

Los **datos cuantitativos** se han analizado, tras la depuración de los resultados obtenidos en el proceso de tabulación, con el paquete informático **SPSS**, que posibilita la puesta en práctica de las técnicas estadísticas precisas para este estudio. En concreto se ha realizado un análisis descriptivo de frecuencias y bivalente de las variables contenidas en el cuestionario.

TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS

Por lo que se refiere a **las técnicas de análisis de datos cualitativos**, se ha procedido a un análisis de contenido de las entrevistas y grupos de discusión realizadas. Este tipo de análisis consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un discurso en categorías con el objetivo de hacer aparecer de manera adecuada su sentido. Este tipo de análisis permite estructurar el discurso y hacerlo más inteligible. La principal ventaja del uso de esta técnica es el grado de profundidad de los elementos de análisis que nos aporta, respetando el lenguaje y las categorías mentales de las personas que entrevistamos.

Las principales tareas desarrolladas en este análisis han sido la transcripción de las entrevistas y grupos, la lectura de las mismas, seguidas de la categorización, clasificación y asignación de códigos, conceptualizando los datos, tratando de articular unas ideas con otras, relacionándolas para, por último, obtener las ideas principales estableciendo una cierta estructura de los resultados.

Para la elaboración de este tipo de análisis se ha realizado una categorización en una serie de unidades de registro que abarcan desde palabras y frases hasta conceptos y símbolos semánticos, utilizando la aplicación del software informático **ATLAS.ti**. Este programa establece para la categorización de la información o de los “datos” un sistema basado en **Citas, Anotaciones, Familias, y Redes** (Networks) que permiten representar información compleja de forma intuitiva mediante representaciones gráficas de los diferentes componentes y de las relaciones que se hayan establecido entre ellos. El resultado final son **mapas conceptuales** que representan las ideas de las personas entrevistadas y sus relaciones entre sí, desgranando de esta manera su discurso de una manera visual e intuitiva.

Para la elaboración de las conclusiones previas al informe final se han tratado tanto los datos cuantitativos como cualitativo mediante la **triangulación de datos**.

Fases del proyecto

FASE PRELIMINAR

- Determinación de los mecanismos de coordinación entre los equipos del CTBG y de ACREDITRA, así como de las actividades que debe realizar el CTBG en el marco de este proyecto.
- Planificación del proyecto y en concreto de las actividades de análisis.
- Concreción de los entregables del proyecto.

FASE DE INVESTIGACIÓN

- Exploratoria.
- Cumplimiento normativo.
- Validación.
- Elaboración de conclusiones.

FASE DE REDACCIÓN DEL INFORME FINAL

- Redacción de un primer borrador de informe.
- Contraste del borrador de informe con el equipo de proyecto del CTBG.
- Revisión y emisión del informe final.
- Entregables:
 - Informe completo.
 - Presentación ejecutiva.





Anexo 1.2

Indicadores utilizados en el análisis
de los Portales de Transparencia y de los
contenidos de publicidad activa publicados

Indicadores utilizados en el análisis de la publicación de contenidos de publicidad activa en las webs de las entidades

Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
01.01	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Información estructurada	Existencia de un Portal o sección específica de transparencia	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Existe un Portal o sección de transparencia dentro de la web corporativa de la entidad – (0,5) Formalmente existe el portal o sección específica, pero no permite acceder desde el mismo a gran parte de los contenidos que se ofrecen – (0) No existe en ninguna sección ni portal específico. De existir contenidos, éstos están distribuidos por las diferentes secciones de la web corporativa de la entidad sin que se pueda tener una visión global de los mismos desde una única sección
01.02	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Claridad y facilidad de comprensión	Existen textos introductorios que presentan con un "lenguaje accesible" los conceptos a los que hacen referencia los contenidos de publicidad activa	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Existen textos introductorios sobre el 75% ó más de los contenidos de publicidad activa – (0,5) Existen textos introductorios sobre entre el 26 y el 74% de los contenidos de publicidad activa – (0) Existen textos introductorios sobre menos del 25% de los contenidos de publicidad activa
01.03	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Claridad y facilidad de comprensión	Se acompaña la información contenida con gráficos o ilustraciones que permiten comprender y clarificar aquella información técnica o compleja en relación a los contenidos de publicación activa	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se acompaña de manera habitual – (0,5) Se acompaña a veces – (0) No se acompaña nunca o casi nunca
01.04	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Claridad y facilidad de comprensión	Se publican tablas que permiten tener una visión global de la información. En el caso de los contratos, convenios, encomiendas y ayudas y subvenciones, se publican tablas con la información	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se publican de manera habitual – (0,5) Se publican a veces – (0) No se publican
01.05	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Información actualizada	Actualización suficiente de la información (publicación de la información relativa al tercer trimestre de 2015 de contenidos como la relación de contratos, la información estadística sobre las vías de contratación y los informes de ejecución presupuestaria	<ul style="list-style-type: none"> – (1) La información que se ofrece está totalmente actualizada – (0,5) La información que se ofrece está parcialmente actualizada – (0) La información que se ofrece no está actualizada



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
01.06	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Información periódica	Publicación de información histórica en aspectos como presupuestos, cuentas anuales y relación de contratos formalizados	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se publica de forma generalizada el histórico de la información correspondiente al ejercicio actual más los últimos 3 ejercicios cerrados (2014, 2013 y 2012) – (0,5) Se publica de forma generalizada el histórico de la información correspondiente al ejercicio actual más el último ejercicio cerrado (2014) – (0) Con carácter general, no se publica información histórica
01.07	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Accesibilidad	Certificación de accesibilidad para personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Los contenidos de publicidad activa están albergados en plataformas que cumplen al menos el nivel Doble-A de Conformidad con las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web 1.0 (WCAG 1.0) o similar – (0) No se cumple dicho estándar o no se informa sobre su cumplimiento
01.08	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Protección de los datos de carácter personal	Cumplimiento de la protección de datos de carácter personal	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Con carácter general, no se ofrecen datos de carácter personal – (0) Se ofrecen datos de carácter personal
01.09	PRINCIPIOS DE PUBLICIDAD ACTIVA	Reutilización de la información	Uso de formatos reutilizables	<ul style="list-style-type: none"> – (1) La información de carácter económico o cuantitativo se ofrece con carácter general a través de formatos reutilizables (hojas de cálculo, ...) con las que la persona interesada puede interactuar y realizar sus propios cálculos – (0) La información de carácter económico o cuantitativo no se ofrece con carácter general a través de formatos reutilizables
02.01	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Funciones de la entidad	Se ofrece información relativa a las funciones de la entidad	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se ofrece información detallada sobre las funciones de la entidad – (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión – (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
02.02	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Normativa de aplicación	Se publica la relación de la normativa relevante de aplicación a la entidad	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se publica tanto la normativa interna (por ejemplo, estatutos) como la externa (por ejemplo, normativa sectorial de aplicación) relevante de aplicación a la entidad – (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión – (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
02.03	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Estructura organizativa	Se publica un organigrama actualizado de la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publica un organigrama detallado, que ofrece información sobre los diferentes departamentos de la entidad, incluyendo información sobre las funciones de cada departamento– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
02.04	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Estructura organizativa	Se publica la identidad y el perfil y trayectoria profesional de las personas responsables de los diferentes órganos de la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publica la identidad y el perfil y trayectoria profesional de las personas responsables de los diferentes órganos de la entidad, al menos de los órganos de administración y del primer nivel ejecutivo de la entidad– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
02.05	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Planificación	Se publican los planes y programas de la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican los planes y programas de la entidad. Si no existen, se menciona este hecho de forma expresa– (0) No se publican dichos planes y programas
02.06	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN	Evaluación	Se publican los informes e indicadores de evaluación del cumplimiento de los planes y programas	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican los informes e indicadores de evaluación del cumplimiento de los planes y programas de la entidad. Si no existen, se menciona este hecho de forma expresa– (0) No se publican dichos informes e indicadores de evaluación
03.01	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Contratos	Se publican los contratos realizados por la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican tanto los contratos realizados (incluyendo su objeto, duración, importe de licitación y de adjudicación, el procedimiento utilizado para su celebración, los instrumentos de publicidad, el número de licitadores participantes y la identidad de la entidad adjudicataria) como sus modificaciones y las decisiones de desistimiento y renuncia. En el caso de los contratos menores, o bien se publican todos ellos, o bien se ofrece información agregada sobre los mismos con carácter trimestral– (0,5) Se publica la mayor parte de la información antes mencionada de cada contrato, pero no toda– (0) No se publica la información sobre los contratos realizados por la entidad



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
03.02	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Contratos	Se publican datos estadísticos sobre el porcentaje en volumen presupuestario de los contratos adjudicados a través de los diferentes procedimientos	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican datos estadísticos sobre el porcentaje en volumen presupuestario de los contratos adjudicados a través de los diferentes procedimientos– (0) No se publica dicha información
03.03	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Convenios	Se publican los convenios suscritos por la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican tanto los convenios suscritos (incluyendo las partes firmantes, su objeto, plazo de duración y obligaciones económicas derivadas) como la sus modificaciones. Si no existen convenios, se menciona este hecho de forma expresa– (0,5) Se publica la mayor parte de la información antes mencionada de cada convenio, pero no toda– (0) No se publica la información sobre los convenios suscritos por la entidad
03.04	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Encomiendas de gestión	Se publican las encomiendas de gestión firmadas por la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican las encomiendas de gestión firmadas (incluyendo su objeto, duración, obligaciones económicas, subcontrataciones que se realicen con mención de los adjudicatarios, procedimiento de adjudicación e importe de las mismas). Si no existen encomiendas de gestión firmadas, se menciona este derecho de forma expresa– (0,5) Se publica la mayor parte de la información antes mencionada de cada encomienda de gestión firmada, pero no toda– (0) No se publica la información sobre las encomiendas de gestión firmadas por la entidad
03.05	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Subvenciones y ayudas	Se publican las subvenciones y ayudas públicas concedidas	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican las subvenciones y ayudas públicas concedidas, indicando su importe, objetivo o finalidad y beneficiarios– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
03.06	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Presupuestos	Se publican los presupuestos de la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican los presupuestos completos de la entidad, con la descripción de las principales partidas presupuestarias– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión, como por ejemplo el resumen de los presupuestos, pero no los presupuestos completos– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
03.07	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Ejecución presupuestaria	Se publica la información sobre el estado de ejecución de los presupuestos	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publica información actualizada sobre el estado de ejecución de los presupuestos de la entidad– (0) No se ofrece ninguna información en relación a esta cuestión
03.08	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Cuentas anuales	Se publican las cuentas anuales de la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican las cuentas anuales completas de la entidad– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
03.09	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Auditorías	Se publican los informes de auditorías de cuentas y de fiscalización	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican los informes de auditoría de cuentas y de fiscalización sobre las cuentas anuales que se realicen por parte de órganos de control externo para la entidad. Si no existen dichos informes, se debe mencionar este hecho de forma expresa– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
03.10	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Retribuciones	Se publican las retribuciones percibidas por los altos cargos y máximos responsables de la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican las retribuciones percibidas anualmente por los altos cargos y máximos responsables de la entidad, alcanzando al menos al primer nivel ejecutivo de la entidad– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
03.11	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Indemnizaciones	Se publican las indemnizaciones percibidas con ocasión del abandono del cargo	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican las indemnizaciones percibidas con ocasión del abandono del cargo por los altos cargos y máximos responsables de la entidad, alcanzando al menos al primer nivel ejecutivo de la entidad. Si no existen indemnizaciones de este tipo, se debe mencionar este hecho de forma expresa– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión
03.12	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Compatibilidades	Se publican las resoluciones de autorización o reconocimiento de compatibilidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publican las resoluciones de autorización o reconocimiento de compatibilidad que afecten a los empleados públicos, así como las que autoricen el ejercicio de actividad privada al cese de los altos cargos. Si no existen autorizaciones o reconocimientos de este tipo, se debe mencionar este hecho de forma expresa– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
03.13	CONTENIDOS DE PUBLICIDAD ACTIVA: ECONÓMICA, PRESUPUESTARIA Y ESTADÍSTICA	Calidad de los servicios	Se publica información sobre el grado de cumplimiento y calidad de los servicios prestados por la entidad	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se publica información sobre el grado de cumplimiento y calidad de los servicios prestados por la entidad– (0) No se ofrece ninguna información en relación a esta cuestión
04.01	DERECHO DE ACCESO (TRANSPARENCIA PASIVA)	Posibilidad de ejercer el derecho de acceso a la información pública por el canal on-line	Posibilidad de ejercer on-line el derecho de acceso a la información pública	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se posibilita ejercer el derecho por el canal online desde el propio Portal de Transparencia de la entidad.– (0) No se posibilita ejercer el derecho por el canal online desde el propio Portal de Transparencia de la entidad <p>Comentario: cuando nos referimos a que se pueda ejercer el derecho por el canal online desde el propio Portal de Transparencia de la entidad, nos referimos a que existe en dicho portal el acceso a dicha funcionalidad. No es relevante en este caso si la funcionalidad es exclusiva para la entidad en cuestión o si se accede realmente de forma global a la funcionalidad de una entidad jerárquicamente superior en la que está comprendida la entidad analizada</p>
04.02	DERECHO DE ACCESO (TRANSPARENCIA PASIVA)	Información sobre el derecho de acceso a la información pública	Se ofrece información sobre la naturaleza y límites del derecho de acceso a la información pública	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se ofrece información completa sobre de la naturaleza del derecho, así como sobre los límites del mismo, límites que posibilitan la entidad el no-acceso o el acceso parcial la información solicitada– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información en relación a esta cuestión
04.03	DERECHO DE ACCESO (TRANSPARENCIA PASIVA)	Información sobre el derecho de acceso a la información pública	Se ofrece información sobre cómo ejercer el derecho de acceso la información pública por el canal presencial	<ul style="list-style-type: none">– (1) Se ofrece información completa, incluyendo las direcciones y los horarios de atención de las oficinas físicas donde presentar las solicitudes de información, así como la posibilidad de ejercer el derecho por correo postal. Además, existe la posibilidad de descargar el formulario de solicitud de información– (0,5) Se ofrece información parcial en relación a esta cuestión– (0) No se ofrece ninguna información relación a esta cuestión



Anexo 1.3

Indicadores utilizados en el análisis utilizados
en la revisión de los expedientes de solicitudes
de derecho de acceso a la información pública

Indicadores utilizados en la revisión de los expedientes de solicitudes de derecho de acceso a la información pública

Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
01.01	PROVISIÓN DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN A LA PERSONA SOLICITANTE	Cantidad de información	Se provee información suficiente en relación a la solicitud, salvo que se pueda justificar la inadmisión o la aplicabilidad de límites al DAIP	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se provee información suficiente en relación a todas las preguntas realizadas por la persona solicitante. En el caso de que se haya aspectos de la solicitud que justifiquen la inadmisión o la aplicación de límites al DAIP, se ofrece una motivación adecuada. En el caso de que la solicitud incluya el acceso a datos de carácter personal protegidos por la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, si es posible se ofrecen los datos de forma disociada – (0,5) Se ofrece información, pero ésta es solo parcial – (0) La información que se provee es claramente insuficiente. Hay información que no se provee sin justificar su inadmisión o que afecta a límites al DAIP
01.02	PROVISIÓN DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN A LA PERSONA SOLICITANTE	Claridad y facilidad de comprensión de la información proporcionada	La información ofrecida se ofrece en un "lenguaje accesible" y no exclusivamente técnico o administrativo	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se utiliza un lenguaje accesible para el ciudadano o ciudadana que solicita información. Se utilizan tablas y/o gráficos para facilitar su comprensión o se considera que la utilización de dichas tablas y/o gráficos no es necesaria – (0,5) Hay un cierto esfuerzo por utilizar un lenguaje accesible, pero no es suficiente – (0) La información se ofrece claramente en un lenguaje no accesible. El lenguaje es excesivamente técnico o administrativo, sin realizar ningún esfuerzo de acercamiento al ciudadano o ciudadana que solicita la información. La información proporcionada sería susceptible de ir acompañada de tablas y/o gráficos para facilitar su comprensión, y este hecho no se ha producido
02.01	PROTECCIÓN DE OTROS DERECHOS	Protección de datos personales	Se cumple lo indicado en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se incumple con claridad lo indicado en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal. En el caso de que se ofrezcan datos de carácter personal, se cuenta con el consentimiento expreso y por escrito de la persona o personas afectadas, o se trata de datos que han sido hechos manifestaban de públicos con anterioridad por la persona o personas afectadas. En el caso de no contarse con dicho consentimiento, se ofrecen datos disociados que en ningún caso permiten conocer la identidad ni otros datos sensibles de la persona o personas afectadas – (0) Se incumple con claridad lo indicado en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
02.02	PROTECCIÓN DE OTROS DERECHOS	Protección de intereses de terceras partes	Se protegen los intereses de terceras partes	<ul style="list-style-type: none"> – (1) No se ofrece información relacionada con la propiedad intelectual o industrial u otro tipo de intereses de terceras personas. En el caso de ofrecer información de este tipo, se cuenta con el consentimiento expreso de las partes afectadas – (0) No se han protegido suficientemente la propiedad intelectual o industrial u otro tipo de intereses de terceras personas
03.01	CUMPLIMIENTO DE PLAZOS	Cumplimiento de plazos	Se cumplen los plazos máximos fijados por la Ley 19/2013	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se cumplen todos los plazos máximos fijados por la Ley 19/2013 – (0,5) La resolución se ha emitido en el plazo máximo global fijado por la Ley 19/2013, pero se ha incumplido algún plazo interno del proceso, como el del requerimiento para concretar la información solicitada – (0) Se han incumplido de forma generalizada los plazos máximos fijados por la Ley 19/2013
04.01	ASPECTOS FORMALES	Generación del expediente	Se genera un expediente único por solicitud que contiene todos los trámites realizados en relación a la misma	<ul style="list-style-type: none"> – (1) Se genera un expediente único por solicitud al cual se incorporan todos los trámites realizados en relación a la misma. El expediente tiene un código único, que permite identificar su vinculación con la satisfacción del derecho de acceso a la información pública. – (0,5) Existe un expediente, pero se detecta que hay información relacionada que no está incorporada al mismo – (0) No existe un expediente como tal
04.02	ASPECTOS FORMALES	Emisión de la resolución por parte de una persona con poder suficiente	La resolución es emitida por una persona con poder suficiente	<ul style="list-style-type: none"> – (1) La persona que firma la resolución cuenta con poder suficiente para ello – (0) La persona que firma la resolución no cuenta con poder suficiente para ello
04.03	ASPECTOS FORMALES	Provisión de la información sobre los derechos que asisten a la persona solicitante	En la resolución se informa a la persona solicitante sobre los derechos de reclamación y/o impugnación que le asisten	<ul style="list-style-type: none"> – (1) En la resolución se informa de forma clara y precisa sobre los derechos de reclamación y/o impugnación que asisten a la persona solicitante el caso de que considere que la información proporcionada no es suficiente o que no se ha motivado de forma suficiente su inadmisión o provisión de forma parcial – (0,5) Hay un cierto esfuerzo por informar sobre dichos derechos, pero la información ofrecida no es suficiente – (0) No se informa sobre dichos derechos



Código	TIPO	Aspecto a evaluar	Indicador	Criterios para la evaluación del indicador
05.01	RECURSOS	Formación de las personas	Las personas responsables de la tramitación de los expedientes han recibido formación expresa	<ul style="list-style-type: none">- (1) Todo el personal relacionado con la tramitación de expedientes de acceso a la información ha sido formado- (0,5) Parte del personal ha sido formado- (0) Nadie ha recibido formación expresa para ello
05.02	RECURSOS	Aplicaciones informáticas y otros recursos tecnológicos	Se dispone de alguna aplicación, herramienta informática o plataforma para la gestión de los expedientes	<ul style="list-style-type: none">- (1) Sí existe un gestor que facilita su tramitación de manera informatiza y está digitalizada toda la documentación- (0,5) No se dispone de una aplicación específica, pero se tramitan utilizando aplicaciones de gestión, como bases de datos- (0) Se tramitan sin ningún tipo de soporte informático



Anexo 1.4

Ficha técnica de la encuesta a entidades

Ficha técnica de la encuesta a entidades

UNIVERSO

Entidades que configuran el Sector Público de la Administración General del Estado. Estas entidades se dividen en cuatro tipos: Sociedades Mercantiles (129), Fundaciones (42), Consorcios (18) y Colegios Profesionales (43), conformando un universo de 232 entidades, incluyendo las que se encuentran en proceso de liquidación.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Muestreo aleatorio simple sin reemplazo, en el que cada unidad de la población puede ser elegida una sola vez. En este tipo de muestreo cada unidad tiene idéntica probabilidad de participar en la muestra, y permite el cálculo del error muestral garantizando la representatividad estadística de la misma, lo que supone que los datos obtenidos sean extrapolables al universo de estudio.

TAMAÑO MUESTRAL

Muestra teórica = 145. Muestra obtenida = 132. Muestra válida tras la depuración de los cuestionarios recibidos = 121. La muestra obtenida de manera aleatoria consigue representar al universo de estudio según la única variable independiente disponible en el listado a partir del cual se diseñó el muestreo, el tipo de entidad según su forma jurídica, como puede observarse en la siguiente tabla. Puesto que se mantiene la proporcionalidad del universo, no existe una significativa heterogeneidad en los elementos de la muestra y la segmentación por esta variable no es un elemento fundamental en cuanto a los objetivos de la investigación, no se estima necesario someterla a corrección (ponderación o equilibraje), lo que además resulta aconsejable para realizar comparaciones entre los distintos tipos de entidad, en tanto que no se alteran los resultados obtenidos.

Forma Jurídica	Universo	% Univ.	Muestra teórica	Muestra observada	% Muestra observada	Diferencia Universo-Muestra
Sociedades mercantiles	129	55,60%	81	65	53,71%	-1,89%
Fundaciones	42	18,10%	26	23	18,85%	0,75%
Consorcios	18	7,76%	11	14	11,48%	3,72%
Colegios Profesionales	43	18,53%	27	19	15,57%	-2,96%
Total	232	100%	145	121	100%	

MARGEN DE ERROR

En el supuesto del muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95%, y en el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=0,5$), el margen de error para el conjunto de entidades es del $\pm 6,18\%$.

TÉCNICA DE RECOGIDA DE DATOS

Cuestionario auto-administrado mediante sistema CAWI (*Computer Assistant Web Interview*). El perfil de los participantes en el estudio (nivel cultural medio-alto, familiarizados con el uso de tecnologías de la información y la comunicación, y de difícil accesibilidad por motivos laborales) favorece la elección de esta técnica de recogida de datos.

PERÍODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

17 de noviembre a 10 de diciembre de 2015.

CÁLCULOS ESTADÍSTICOS

Análisis estadístico descriptivo univariable (análisis de frecuencias) y bivariable (cruces de las variables independientes -tipo de entidad, tamaño de entidad y cargo del sujeto respondiente- por el conjunto de variables dependientes).



Anexo 1.5

Cuestionario utilizado en la encuesta a entidades

Cuestionario utilizado en la encuesta a entidades



BLOQUE 1: Datos de identificación

TIPO DE ENTIDAD

CONSEJO GENERAL O COLEGIO PROFESIONAL	<input type="radio"/>	1
CONSORCIO	<input type="radio"/>	2
FUNDACIÓN PÚBLICA	<input type="radio"/>	3
SOCIEDAD MERCANTIL (O ASIMILADOS)	<input type="radio"/>	4

2

EL PUESTO QUE UD. OCUPA EN LA ESTRUCTURA DE SU ENTIDAD ES

PRESIDENTE/CONSEJERO DELEGADO	<input type="radio"/>	1
DIRECTOR/GERENTE	<input type="radio"/>	2
JEFE DE SERVICIO	<input type="radio"/>	3
TÉCNICO SUPERIOR	<input type="radio"/>	4
TÉCNICO MEDIO	<input type="radio"/>	5
ADMINISTRATIVO	<input type="radio"/>	6
AUXILIAR	<input type="radio"/>	7
OTROS	<input type="radio"/>	8
NC	<input type="radio"/>	99

NÚMERO DE EMPLEADOS APROXIMADO DE SU ENTIDAD

1-10	<input type="radio"/>	1
11-50	<input type="radio"/>	2
51-200	<input type="radio"/>	3
201-500	<input type="radio"/>	4
501-1000	<input type="radio"/>	5
1001-5000	<input type="radio"/>	6
+ DE 5000	<input type="radio"/>	7
NC	<input type="radio"/>	99

Bloque 2: TRANSPARENCIA Y CULTURA DE LA TRANSPARENCIA

P1. Con carácter general, para Ud. la implantación legislativa de medidas que favorezcan la Transparencia le parece algo...

MUY NECESARIO	<input type="radio"/>	1
BASTANTE NECESARIO	<input type="radio"/>	2
POCO NECESARIO	<input type="radio"/>	3
NADA NECESARIO	<input type="radio"/>	4
NS/NC	<input type="radio"/>	99



P2. En relación a su entidad y la Transparencia, ¿cómo considera de positiva o negativa la implantación de medidas que fomentan la transparencia?

MUY POSITIVA	<input type="radio"/>	1
POSITIVA	<input type="radio"/>	2
NEGATIVA	<input type="radio"/>	4
MUY NEGATIVA	<input type="radio"/>	5
NS/NC	<input type="radio"/>	99

3

P3. De las siguientes acciones propuestas, ¿qué importancia le otorga a cada una de ellas para lograr una mayor Transparencia en su entidad? Realice su valoración en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa "ninguna importancia" y 10 "máxima importancia".

	Valoración	NS	NC
P3a GENERAR CULTURA DE TRANSPARENCIA EN LA ENTIDAD	0-10	98	99
P3b DESARROLLAR MECANISMOS DE RENDICIÓN DE CUENTAS	0-10	98	99
P3c MODERNIZAR Y ORGANIZAR LA GESTIÓN DOCUMENTAL DE LA INFORMACIÓN	0-10	98	99
P3d FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA	0-10	98	99
P3e CONSTRUIR O MEJORAR EL PORTAL DE TRANSPARENCIA DE LA ENTIDAD	0-10	98	99
P3f MEJORAR LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN CIUDADANA	0-10	98	99
P3g REALIZAR ACCIONES DE FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN LA MATERIA	0-10	98	99

P4. A continuación le proponemos una serie de acciones concretas relacionadas con la transparencia. Nos gustaría que señalara en qué situación o fase de desarrollo se encuentra cada una de ellas en su entidad.

	Se ha realizado y se da por cumplido	Se ha realizado y se pretende continuar o mejorar	No se ha realizado pero está previsto hacerlo	No se ha realizado ni está previsto	NS/NC
P4a IMPARTIR ACCIONES DE FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN TRANSPARENCIA	1	2	3	4	99
P4b DESARROLLAR UN PLAN PROPIO DE MEJORA DE LA TRANSPARENCIA	1	2	3	4	99
P4c DISPONER DE UN PORTAL DE TRANSPARENCIA DE LA ENTIDAD	1	2	3	4	99

P5 ¿Disponen de una carta de servicio de transparencia?

SI	<input type="radio"/>	1	Pasa a P6
NO	<input type="radio"/>	2	Pasa a P5b
NS/NC	<input type="radio"/>	99	Pasa a P6

P5b ¿Tienen intención de elaborarla y evaluarla?

SI	<input type="radio"/>	1
NO	<input type="radio"/>	2
ESTÁ EN PROCESO	<input type="radio"/>	3
NS/NC	<input type="radio"/>	99

P6 ¿Tiene su entidad de algún compromiso formal con la Transparencia (Código de Buen Gobierno, Convenios o Acuerdos suscritos...)?

SI	<input type="radio"/>	1	Pasa a P7
NO	<input type="radio"/>	2	Pasa a P6b
NS/NC	<input type="radio"/>	99	Pasa a P7

P6b ¿Tienen intención de suscribirlo?

SI	<input type="radio"/>	1
NO	<input type="radio"/>	2
NS/NC	<input type="radio"/>	99

P7. ¿Sabe su entidad tiene intención de acreditarse o certificarse como entidad transparente?

SI	<input type="radio"/>	1
NO	<input type="radio"/>	2
NS/NC	<input type="radio"/>	99

P8. Con carácter general, ¿cree que la puesta en marcha de medidas para favorecer la Transparencia en su organización está suponiendo o supondrá para el personal de su entidad algún cambio en el desarrollo normal de su trabajo?

SI	<input type="radio"/>	1	PASA A P8b
NO	<input type="radio"/>	2	PASA A P9
NS/NC	<input type="radio"/>	99	

SOLO A LOS/AS QUE CREEN QUE SUPONDRÁ ALGÚN CAMBIO EN EL DESARROLLO NORMAL DE SU TRABAJO

P8b. Y ese cambio podría suponer...

UNA CARGA ADICIONAL EN EL TRABAJO	<input type="radio"/>	1
FACILITARÍA EL DESARROLLO DEL TRABAJO	<input type="radio"/>	2
SUPONDRÁ UN CAMBIO PERO NO SE SI SERÁ UNA CARGA O LO FACILITARÁ	<input type="radio"/>	3
NC	<input type="radio"/>	99

P8c. ¿Podría justificar brevemente la respuesta anterior?

REALIZAR A TODOS/AS

Bloque 3: PUBLICIDAD ACTIVA

P9. La Ley 19/2013 establece una serie de obligaciones de *publicidad activa* por la que su entidad debe hacer pública en su página web una serie de informaciones de interés ciudadano, como por ejemplo la normativa que le es de aplicación, organigramas, presupuestos...etc. ¿En qué grado cree Ud. que en la actualidad su entidad cumple con dichas obligaciones?

EN TODOS LOS ASPECTOS	<input type="radio"/>	1
EN SU MAYORÍA	<input type="radio"/>	2
SÓLO UNA PARTE	<input type="radio"/>	3
EN NINGÚN ASPECTO	<input type="radio"/>	4
NS/NC	<input type="radio"/>	99

P10. ¿Me podría indicar en qué medida cada uno de los siguientes aspectos dificulta o ha dificultado la implementación de obligaciones de publicidad activa en su entidad? Utilice para ello una escala de 0 a 10, en la que 0 representa "ninguna dificultad" y 10 "mucha dificultad".

	Valoración	NS	NC
10a PROBLEMAS EN LA GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN A PUBLICAR	0-10	98	99
10b DIFICULTADES EN LA INTERPRETACIÓN DE LAS OBLIGACIONES INCLUIDAS EN LA LEY	0-10	98	99
10c FALTA DE CULTURA DE LA TRANSPARENCIA EN LA ENTIDAD	0-10	98	99
10d NECESIDAD DE MEDIOS TECNOLÓGICOS	0-10	98	99
10e ESCASEZ DE RECURSOS HUMANOS	0-10	98	99

P11. Del conjunto de obligaciones de publicidad activa a las que debe someterse su entidad, ¿me podría indicar cuáles son las que han supuesto mayores dificultades para su implementación? (citar máximo 3)

PRIMERA MENCIÓN	
SEGUNDA MENCIÓN	
TERCERA MENCIÓN	

P12. ¿Qué grado de acuerdo tiene con las siguientes afirmaciones relacionadas con la información que ofrece la web de su entidad?

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	NS/NC
12a TIENE UN LENGUAJE CLARO Y ACCESIBLE PARA LA CIUDADANÍA	1	2	3	4	99
12b ESTÁ ACTUALIZADA	1	2	3	4	99
12c UTILIZA FORMATOS REUTILIZABLES QUE PERMITAN SU TRATAMIENTO	1	2	3	4	99
12d ES CAPAZ DE TRANSMITIR EL TRABAJO DESEMPEÑADO POR LA ENTIDAD Y EL USO DE LOS RECURSOS QUE LA SOCIEDAD PONE A NUESTRA DISPOSICIÓN	1	2	3	4	99
12e ES DE INTERÉS PARA LA CIUDADANÍA	1	2	3	4	99

Bloque 4: DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

De entre las obligaciones derivadas de la Ley 19/2013 para su entidad se encuentra la de facilitar y aplicar el derecho de acceso a la información pública. Este derecho consiste en el acceso de los ciudadanos a la información pública, entendida como los contenidos o documentos, cualquiera que sea su formato o soporte, que obren en poder de alguno de los sujetos incluidos en la Ley de Transparencia, entre los que está su entidad. Teniendo esta circunstancia en consideración, a continuación nos gustaría preguntarle por el derecho de acceso a la información.

P13. ¿Tiene usted constancia de que su entidad haya habilitado algún tipo de canal de comunicación con los ciudadanos para favorecer que éstos puedan solicitar fácilmente la información pública que precisan y no está publicada en su portal web?

SI	<input type="radio"/>	1	PASA A P13b
NO	<input type="radio"/>	2	PASA A P14
NS/NC	<input type="radio"/>	99	PASA A P14

SOLO A LOS/AS QUE CONTESTARON AFIRMATIVAMENTE

P13b. Me podría indicar cuál o cuáles

PRIMERA MENCIÓN	
SEGUNDA MENCIÓN	
TERCERA MENCIÓN	

REALIZAR A TODOS/AS

P14. ¿Me podría indicar en qué medida cada uno de los siguientes aspectos dificulta o ha dificultado la implementación del derecho de acceso a la información? Utilice para ello una escala de 0 a 10, en la que 0 representa "ninguna dificultad" y 10 "muchísima dificultad".

	Valoración	NS	NC
PROBLEMAS EN LA ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA RECOGER LAS SOLICITUDES DE INFORMACIÓN	0-10	98	99
DIFICULTADES EN LA INTERPRETACIÓN DE LA LEY Y SU CONFLICTO CON LA PROTECCIÓN DE DATOS	0-10	98	99
FALTA DE CULTURA DE LA TRANSPARENCIA EN LA ENTIDAD	0-10	98	99
NECESIDAD DE MEDIOS TECNOLÓGICOS	0-10	98	99
ESCASEZ DE RECURSOS HUMANOS	0-10	98	99

P15. Desde la aprobación y entrada en vigor de la Ley 19/2013, ¿tiene constancia de que en su entidad se haya recibido alguna solicitud de acceso a información pública por parte de los ciudadanos?

SI	<input type="radio"/>	1	PASA A P15b
NO	<input type="radio"/>	2	PASA A P16
NS/NC	<input type="radio"/>	99	PASA A P16

SOLO A LOS/AS QUE CONTESTARON "SÍ" EN P15

P15b. ¿Me podría indicar el número aproximado de solicitudes de información pública recibidas?

NINGUNA	<input type="radio"/>	1	PASA A P16
DE 1 A 10	<input type="radio"/>	2	PASA A P15c
DE 11 A 25	<input type="radio"/>	3	
DE 26 A 50	<input type="radio"/>	4	
DE 51 A 100	<input type="radio"/>	5	
MÁS DE 100	<input type="radio"/>	6	
NS/NC	<input type="radio"/>	99	PASA A P16

P15c. Aproximadamente, ¿el tiempo medio de respuesta a esas solicitudes de información pública en su entidad es de...?

1 a 15 días	<input type="radio"/>	1
16 a 30 días	<input type="radio"/>	2
31 a 45 días	<input type="radio"/>	3
46 a 60 días	<input type="radio"/>	4
Más de 60 días	<input type="radio"/>	5
NS/NC	<input type="radio"/>	99

Bloque 5: CONCLUSIONES

REALIZAR A TODOS/AS

P16. En una escala de 0 a 10, en la que 0 sería nada transparente y 10 muy transparente, ¿dónde situaría Ud. la situación de su Entidad en este ámbito?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P17. Por último, ¿tiene alguna sugerencia o propuesta para mejorar la Transparencia y/o el derecho de acceso a la información en su entidad?

PRIMERA MENCIÓN	
SEGUNDA MENCIÓN	
TERCERA MENCIÓN	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo 1.6

Guión de entrevistas en profundidad y focus groups

Guión de entrevistas y focus groups

CULTURA DE LA TRANSPARENCIA

La aplicación de los principios transversales comunes a la transparencia.

La Ley 9/2013 de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno... obliga a cumplir a todas las entidades la legislación desde el 10 de diciembre, después de un plazo de dos años de 'vacatio legis' desde su aprobación.

Como saben, y en especialmente en los últimos meses, el concepto de transparencia se ha incluido en el discurso político y mediático de manera relevante. ¿Qué entiende/n usted/es por "transparencia"?

¿Cómo valoran desde su entidad la necesidad de ser transparentes en la gestión de los recursos públicos a su disposición?

GESTIÓN INTERNA

La gestión de la transparencia dentro de las entidades.

¿La adecuación de su entidad a la Ley de Transparencia ha supuesto cambios de tipo organizacional? Es decir, ¿cree que ha afectado al funcionamiento ordinario de la entidad?

En los casos en que sí se perciban esos cambios, ¿cómo los valora: de manera positiva o negativa? ¿Por qué?

Los indicadores sobre la gestión de la transparencia. En lo que a las obligaciones que a su entidad incumbe, ¿considera adecuados los indicadores que se usan para promover e implementar la transparencia?

Justifique su respuesta.

Propuestas de mejora.

¿Qué aspectos han sido o están siendo más difíciles de implementar? ¿Cuáles menos?

Justifique la respuesta.

Propuestas de mejora.

PUBLICIDAD ACTIVA

El **cumplimiento de la normativa** estatal de transparencia y de otra normativa relevante.

¿En qué grado cree que su entidad cumple con los requisitos de la Ley? ¿Si en este momento no es de manera total, ¿cuándo cree que se logrará alcanzar dicho cumplimiento?

La **publicación de los contenidos** de publicidad activa en los Portales de Transparencia o dentro de los sitios web principales de las entidades.

- La accesibilidad de la información.
- ¿Dónde ha publicado los contenidos?
- ¿Cómo valoraría la accesibilidad a los mismos? Si dispone de más de uno, ¿cuál cree que es el más eficaz para cumplir con las obligaciones de publicidad activa, tanto desde el punto de vista de la entidad como del ciudadano?
- Claridad, facilidad de comprensión, actualización, interoperabilidad, la calidad y reutilización de la información ofrecida.
- ¿Cree que la información que ofrece su entidad relacionada con la publicidad activa es clara, útil/reutilizable, comprensible, de calidad y interoperable?
- Organización interna ¿Cómo se ha organizado internamente la recogida de la información para publicarla? ¿Se ha protocolizado o ha sido puntualmente?

DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

La satisfacción del **derecho de acceso a la información pública**.

Cómo sabe, el ordenamiento jurídico sobre Transparencia recoge la posibilidad de que los ciudadanos puedan solicitar información a las entidades.

En este sentido, ¿sabe si su organización ha recibido peticiones al respecto? En caso afirmativo, ¿cuántas aproximadamente? ¿Suele responder su entidad habitualmente a las peticiones de acceso a la información?

¿Se han resuelto o han sido denegadas en su mayoría (motivos si puede ser)?

¿En qué plazo se han resuelto?

¿Cómo se ha organizado la entidad para atender/resolver los expedientes? ¿Se ha procedimentado y se ha dado a conocer al personal?

¿Se ha habilitado un canal específico o qué vías de solicitud de información

BUEN GOBIERNO/BUENAS PRÁCTICAS

Los obstáculos y buenas prácticas para la gestión eficaz y eficiente de la transparencia en las organizaciones.

¿Cuáles han sido los mayores obstáculos que se han encontrado en el camino de mejorar la transparencia de su entidad?

Y en ese sentido, ¿qué acciones identificaría como buenas prácticas realizadas o a realizar?

¿Podría sugerir algunas propuestas de mejora en cuanto a buenas prácticas

BALANCE

Para terminar ¿considera que su entidad ha tomado o está tomando medidas suficientes para favorecer la transparencia y cumplir dicha Ley?

¿Cree que se podría avanzar más en este aspecto? ¿De qué manera? ¿En general cómo valora la Ley 19/2013 de TBG? ¿Cómo valora sus pretensiones y límites? ¿Cree que contribuirá a mejorar el Buen Gobierno y servirá para avanzar en la eficiencia y eficacia de las organizaciones?



Anexo 2: Resultados detallados del análisis de los Portales de Transparencia

Resultados detallados del análisis de los Portales de Transparencia

FUNDACIONES PÚBLICAS

	INDICADOR	No cumple (%)	Cumplimiento parcial (%)	Cumple (%)	Media 0-10 por indicador	Media 0-10 por bloque
01.01	Portal o sección específica	5%	45%	50%	7,3	4,0
01.02	Textos introductorios	73%	10%	18%	2,3	
01.03	Gráficos o ilustraciones	60%	33%	8%	2,4	
01.04	Tablas	88%	5%	8%	1,0	
01.05	Actualización suficiente de la información	45%	23%	33%	4,4	
01.06	Publicación de información histórica	49%	26%	26%	3,8	
01.07	Accesibilidad para personas con discapacidad	53%	0%	48%	4,8	
01.08	Protección de datos de carácter personal	3%	0%	98%	9,8	
01.09	Uso de formatos reutilizables	98%	0%	3%	0,3	
02.01	Funciones	13%	5%	82%	8,4	5,2
02.02	Normativa relevante	34%	5%	61%	6,3	
02.03	Organigrama	20%	15%	65%	7,3	
02.04	Identidad y perfil de responsables	20%	48%	33%	5,6	
02.05	Planes y programas	63%	0%	37%	3,7	
02.06	Informes e indicadores de evaluación	100%	0%	0%	0,0	
03.01	Contratos realizados	25%	3%	73%	7,4	3,3
03.02	Procedimientos de contratación	23%	0%	77%	7,7	
03.03	Convenios suscritos	47%	0%	53%	5,3	
03.04	Encomiendas de gestión	79%	3%	18%	2,0	
03.05	Subvenciones y ayudas públicas concedidas	82%	0%	18%	1,8	
03.06	Presupuestos	60%	3%	38%	3,9	
03.07	Estado de ejecución de los presupuestos	90%	0%	10%	1,0	
03.08	Cuentas anuales	35%	0%	65%	6,5	
03.09	Informes de auditoría y fiscalización	63%	0%	38%	3,8	
03.10	Retribuciones de altos cargos	73%	0%	28%	2,8	
03.11	Indemnizaciones abandono del cargo	98%	0%	3%	0,3	
03.12	Autorización de compatibilidad	93%	0%	8%	0,8	
03.13	Calidad de los servicios prestados	95%	0%	5%	0,5	
04.01	Ejercicio on-line del derecho	93%	3%	5%	0,6	1,0
04.02	Información sobre límites del derecho	88%	0%	13%	1,3	
04.03	Información sobre ejercicio presencial	88%	0%	13%	1,3	
Media					3,7	

Media

3,7

Resultados detallados del análisis de los Portales de Transparencia

CONSORCIOS

	INDICADOR	No cumple (%)	Cumplimiento parcial (%)	Cumple (%)	Media 0-10 por indicador	Media 0-10 por bloque
01.01	Portal o sección específica	65%	6%	29%	3,2	2,5
01.02	Textos introductorios	82%	12%	6%	1,2	
01.03	Gráficos o ilustraciones	100%	0%	0%	0,0	
01.04	Tablas	100%	0%	0%	0,0	
01.05	Actualización suficiente de la información	76%	12%	12%	1,8	
01.06	Publicación de información histórica	71%	0%	29%	2,9	
01.07	Accesibilidad para personas con discapacidad	53%	0%	47%	4,7	
01.08	Protección de datos de carácter personal	18%	0%	82%	8,2	
01.09	Uso de formatos reutilizables	100%	0%	0%	0,0	
02.01	Funciones	25%	6%	69%	7,2	3,6
02.02	Normativa relevante	44%	6%	50%	5,3	
02.03	Organigrama	59%	6%	35%	3,8	
02.04	Identidad y perfil de responsables	44%	50%	6%	3,1	
02.05	Planes y programas	76%	6%	18%	2,1	
02.06	Informes e indicadores de evaluación	100%	0%	0%	0,0	
03.01	Contratos realizados	53%	12%	35%	4,1	1,4
03.02	Procedimientos de contratación	53%	0%	47%	4,7	
03.03	Convenios suscritos	59%	12%	29%	3,5	
03.04	Encomiendas de gestión	100%	0%	0%	0,0	
03.05	Subvenciones y ayudas públicas concedidas	82%	0%	18%	1,8	
03.06	Presupuestos	82%	0%	18%	1,8	
03.07	Estado de ejecución de los presupuestos	100%	0%	0%	0,0	
03.08	Cuentas anuales	76%	0%	24%	2,4	
03.09	Informes de auditoría y fiscalización	94%	0%	6%	0,6	
03.10	Retribuciones de altos cargos	100%	0%	0%	0,0	
03.11	Indemnizaciones abandono del cargo	100%	0%	0%	0,0	
03.12	Autorización de compatibilidad	100%	0%	0%	0,0	
03.13	Calidad de los servicios prestados	100%	0%	0%	0,0	
04.01	Ejercicio on-line del derecho	94%	0%	6%	0,6	0,8
04.02	Información sobre límites del derecho	94%	0%	6%	0,6	
04.03	Información sobre ejercicio presencial	82%	12%	6%	1,2	
Media					2,1	

Resultados detallados del análisis de los Portales de Transparencia

CONSEJOS GENERALES DE COLEGIOS PROFESIONALES

	INDICADOR	No cumple (%)	Cumplimiento parcial (%)	Cumple (%)	Media 0-10 por indicador	Media 0-10 por bloque
01.01	Portal o sección específica	92%	0%	8%	0,8	1,9
01.02	Textos introductorios	95%	3%	3%	0,4	
01.03	Gráficos o ilustraciones	100%	0%	0%	0,0	
01.04	Tablas	97%	3%	0%	0,1	
01.05	Actualización suficiente de la información	77%	18%	5%	1,4	
01.06	Publicación de información histórica	74%	21%	5%	1,5	
01.07	Accesibilidad para personas con discapacidad	74%	0%	26%	2,6	
01.08	Protección de datos de carácter personal	0%	0%	100%	10,0	
01.09	Uso de formatos reutilizables	100%	0%	0%	0,0	
02.01	Funciones	42%	22%	36%	4,7	3,9
02.02	Normativa relevante	11%	16%	73%	8,1	
02.03	Organigrama	28%	36%	36%	5,4	
02.04	Identidad y perfil de responsables	16%	65%	19%	5,1	
02.05	Planes y programas	100%	0%	0%	0,0	
02.06	Informes e indicadores de evaluación	100%	0%	0%	0,0	
03.01	Contratos realizados	92%	0%	8%	0,8	1,0
03.02	Procedimientos de contratación	95%	0%	5%	0,5	
03.03	Convenios suscritos	72%	15%	13%	2,1	
03.04	Encomiendas de gestión	100%	0%	0%	0,0	
03.05	Subvenciones y ayudas públicas concedidas	97%	3%	0%	0,1	
03.06	Presupuestos	69%	13%	18%	2,4	
03.07	Estado de ejecución de los presupuestos	95%	3%	3%	0,4	
03.08	Cuentas anuales	67%	3%	31%	3,2	
03.09	Informes de auditoría y fiscalización	79%	0%	21%	2,1	
03.10	Retribuciones de altos cargos	79%	8%	13%	1,7	
03.11	Indemnizaciones abandono del cargo	100%	0%	0%	0,0	
03.12	Autorización de compatibilidad	100%	0%	0%	0,0	
03.13	Calidad de los servicios prestados	100%	0%	0%	0,0	1,2
04.01	Ejercicio on-line del derecho	97%	0%	3%	0,3	
04.02	Información sobre límites del derecho	85%	13%	3%	0,9	
04.03	Información sobre ejercicio presencial	56%	41%	3%	2,3	
Media					1,8	

Resultados detallados del análisis de los Portales de Transparencia

SOCIEDADES MERCANTILES

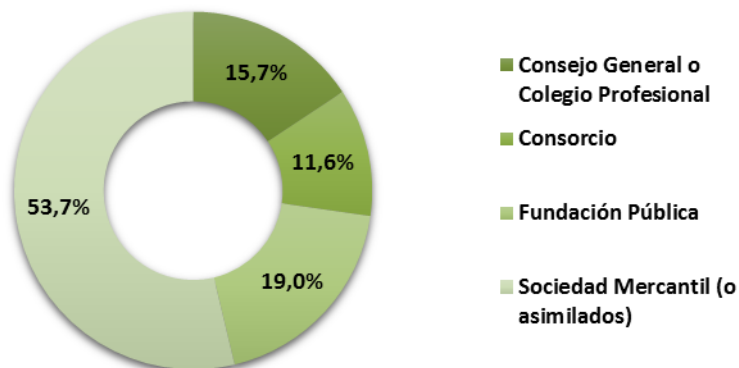
	INDICADOR	No cumple (%)	Cumplimiento parcial (%)	Cumple (%)	Media 0-10 por indicador	Media 0-10 por bloque
01.01	Portal o sección específica	2%	34%	64%	8,1	4,2
01.02	Textos introductorios	58%	8%	34%	3,8	
01.03	Gráficos o ilustraciones	68%	19%	12%	2,2	
01.04	Tablas	91%	4%	5%	0,7	
01.05	Actualización suficiente de la información	23%	47%	30%	5,3	
01.06	Publicación de información histórica	50%	26%	24%	3,7	
01.07	Accesibilidad para personas con discapacidad	59%	2%	39%	4,0	
01.08	Protección de datos de carácter personal	3%	1%	96%	9,6	
01.09	Uso de formatos reutilizables	97%	0%	3%	0,3	
02.01	Funciones	25%	24%	51%	6,3	4,6
02.02	Normativa relevante	26%	3%	70%	7,2	
02.03	Organigrama	29%	14%	57%	6,4	
02.04	Identidad y perfil de responsables	24%	34%	41%	5,9	
02.05	Planes y programas	86%	3%	11%	1,2	
02.06	Informes e indicadores de evaluación	95%	1%	4%	0,5	
03.01	Contratos realizados	18%	6%	76%	7,9	3,8
03.02	Procedimientos de contratación	20%	1%	79%	8,0	
03.03	Convenios suscritos	51%	2%	47%	4,8	
03.04	Encomiendas de gestión	83%	2%	15%	1,6	
03.05	Subvenciones y ayudas públicas concedidas	81%	2%	17%	1,8	
03.06	Presupuestos	49%	9%	41%	4,6	
03.07	Estado de ejecución de los presupuestos	86%	1%	13%	1,3	
03.08	Cuentas anuales	26%	6%	68%	7,1	
03.09	Informes de auditoría y fiscalización	50%	9%	41%	4,5	
03.10	Retribuciones de altos cargos	48%	17%	35%	4,4	
03.11	Indemnizaciones abandono del cargo	86%	4%	10%	1,2	
03.12	Autorización de compatibilidad	84%	6%	10%	1,3	
03.13	Calidad de los servicios prestados	91%	2%	7%	0,8	
04.01	Ejercicio on-line del derecho	49%	1%	50%	5,1	3,7
04.02	Información sobre límites del derecho	65%	3%	32%	3,3	
04.03	Información sobre ejercicio presencial	62%	20%	18%	2,8	
Media					4,1	



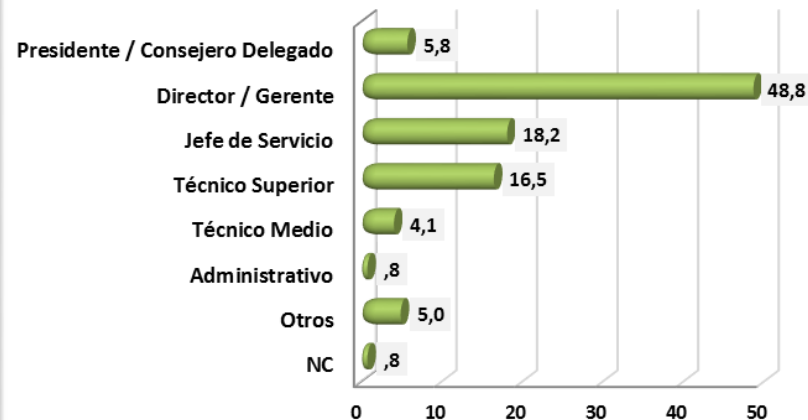
Anexo 3: Resultados detallados de la encuesta

Perfil de la muestra

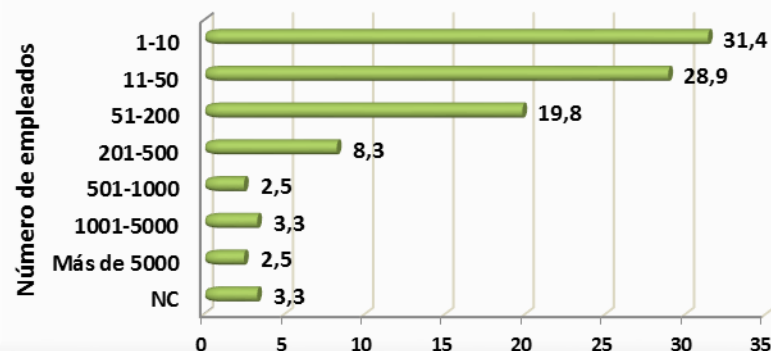
Tipo de entidad



Cargo que ocupa en la entidad



Tamaño de la entidad según el número de empleados



Transparencia y cultura de la transparencia (I)

NECESIDAD DE IMPLANTACIÓN LEGISLATIVA

La práctica totalidad de la muestra (93,4%) considera muy o bastante necesario el desarrollo de leyes que favorezcan la Transparencia, destacando especialmente la categoría *Muy necesario*, en la que se sitúan más de la mitad de entrevistados.

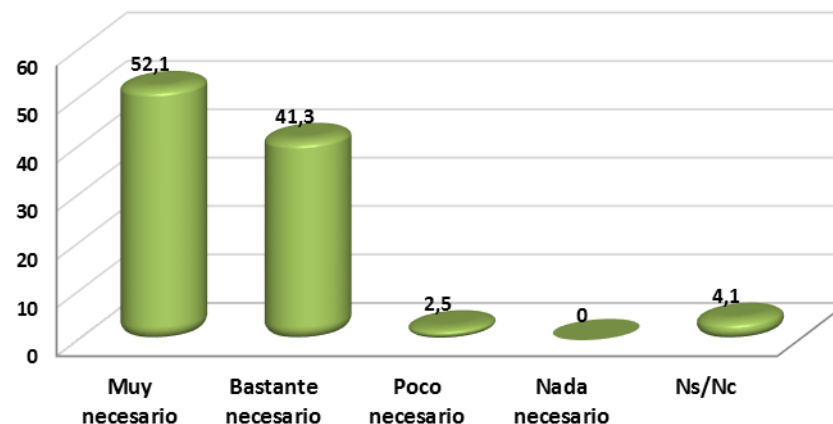
Por su parte, la opción *Poco necesario* presenta valores residuales, mientras que *Nada necesario* no ha sido señalado por ningún entrevistado.

VALORACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DE MEDIDAS QUE FOMENTEN LA TRANSPARENCIA EN SU ENTIDAD

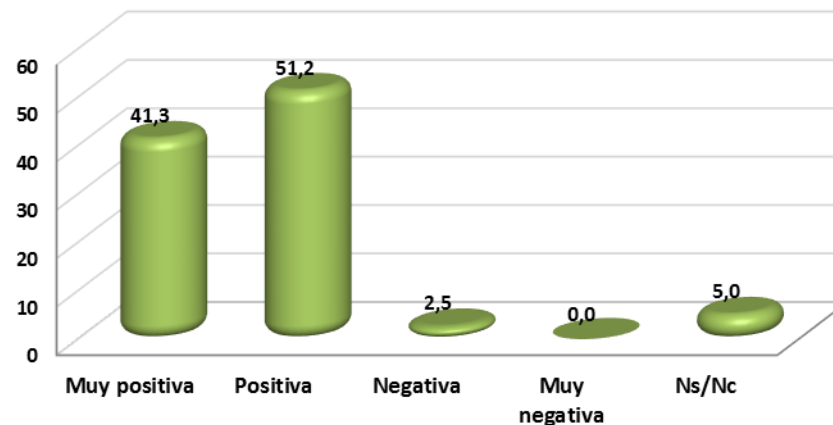
En consonancia con la pregunta anterior, un 92,5% de los encuestados valora de manera positiva (51,2%) o muy positiva (41,3%) la implantación en su entidad de medidas que favorezcan la Transparencia.

El valor de las opiniones negativas es residual.

Opinión sobre la necesidad de la implantación legislativa que favorezcan la Transparencia



Valoración de la implantación en su entidad de medidas que favorezcan la Transparencia



Transparencia y cultura de la transparencia (II)

IMPORTANCIA OTORGADA A ACCIONES PROPUESTAS PARA MEJORAR LA TRANSPARENCIA EN LA ENTIDAD

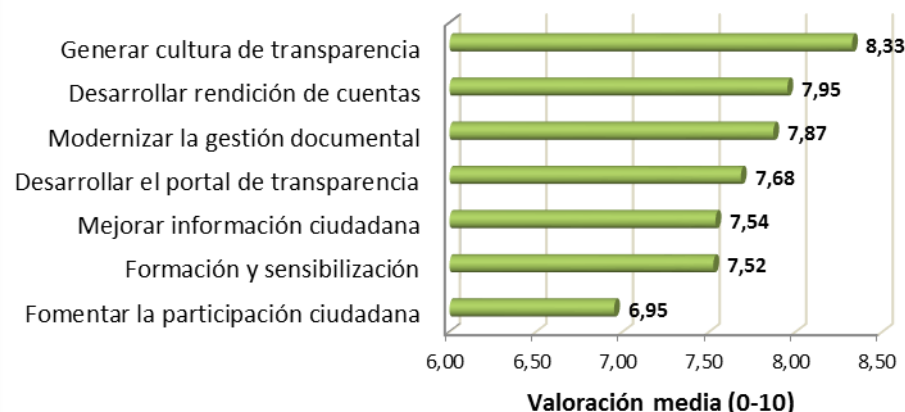
Generar cultura de transparencia es la acción que consideran más importante las personas encuestadas para favorecer la transparencia a nivel general en la entidad a la que representan, obteniendo una valoración media de 8,33 en una escala de 0-10.

A continuación, las acciones más importantes, con valoraciones cercanas a 8, son *Desarrollar mecanismos de rendición de cuentas* (7,95) y *Modernizar la gestión documental* (7,87), categorías que aluden al desempeño cotidiano de la organización y su evaluación.

Seguidamente, con valores ligeramente superiores al 7,5, se encuentran acciones dirigidas a la comunicación externa (*Portal de Transparencia* y *Mejorar sistemas de información ciudadana*) y a la formación interna (*Formación y sensibilización*).

Por último, a una distancia considerable teniendo en cuenta la alta valoración general obtenida, *Fomentar la participación ciudadana* obtiene la única media por debajo de 7, lo que la sitúa como la acción menos importante para los entrevistados como herramienta para mejorar la transparencia en su entidad.

Importancia otorgada a acciones propuestas para mejorar la Transparencia en la entidad



Transparencia y cultura de la transparencia (III)

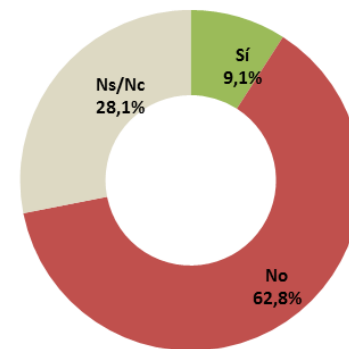
DESARROLLO DE SERVICIOS Y COMPROMISOS RELACIONADOS CON LA TRANSPARENCIA EN SU ENTIDAD (I)

A continuación se muestran las respuestas relativas a la existencia y los planes futuros respecto a unos determinados servicios y compromisos en transparencia (Carta de Servicio, Acuerdos formales, Certificaciones), que podríamos identificar como buenas prácticas.

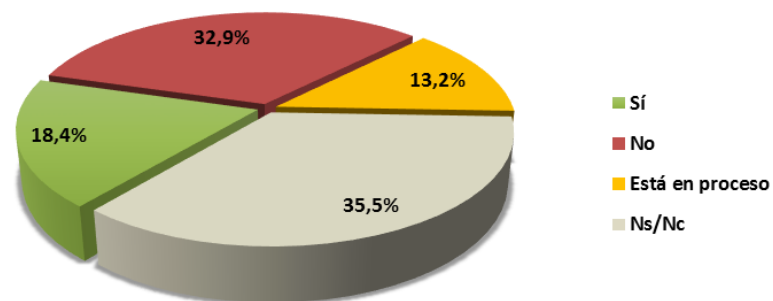
A nivel general destaca un considerable desconocimiento respecto a éstas, y que en los casos en que no se dispone de los servicios, es levemente mayor en los que no tienen intención de llevarlos a cabo, si bien los resultados son muy similares. De las tres categorías propuestas, la suscripción de acuerdos relativos a transparencia es el más frecuente.

Sólo un 9,1% de los entrevistados afirma que su entidad dispone de una *Carta de servicio de transparencia*, por un 62,8% que dice no tenerla. Entre este grupo, un 18,4% tiene intención de suscribirla, lo que junto al 13,2% que declara que se encuentra *en proceso* reúne a un 31,6%. En la parte opuesta, un 32,9% responde que su entidad no tiene en la actualidad intención de elaborarla.

¿Disponen de una carta de servicio de transparencia?



¿Tienen previsto elaborar una carta de servicio de transparencia?



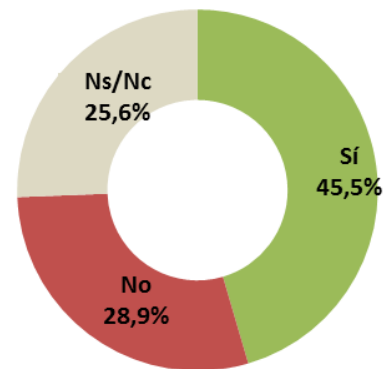
Transparencia y cultura de la transparencia (IV)

DESARROLLO DE SERVICIOS Y COMPROMISOS RELACIONADOS CON LA TRANSPARENCIA EN SU ENTIDAD (II)

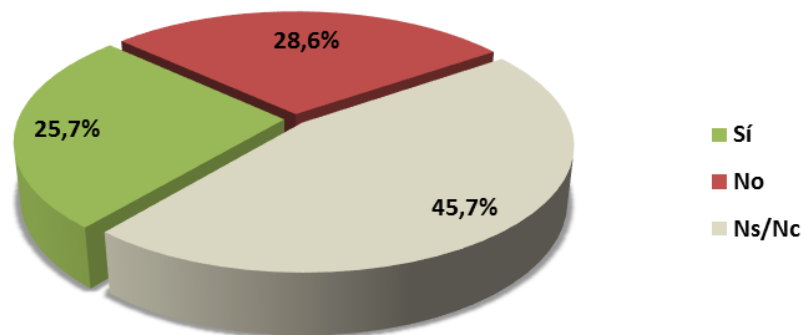
En cuanto a la existencia de compromisos formales con la transparencia, como la elaboración de Códigos de Buen Gobierno o la suscripción de convenios u otras figuras similares, prácticamente la mitad de los encuestados afirma que su entidad cuenta con alguno de ellos (45,5%), por el 28,9% que responde que no lo tienen.

En este caso, un 25,7% declara que sí tiene la intención de suscribir algún tipo de estos compromisos, por el 28,6% que niega esa posibilidad en la actualidad.

¿Tiene su entidad de algún compromiso formal con la Transparencia (Código de Buen Gobierno, Convenios suscritos...)?



¿Tienen intención de suscribir algún compromiso formal con la transparencia?



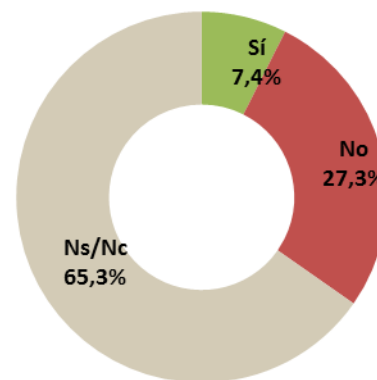
Transparencia y cultura de la transparencia (V)

DESARROLLO DE SERVICIOS Y COMPROMISOS RELACIONADOS CON LA TRANSPARENCIA EN SU ENTIDAD (III)

Por último en lo que se refiere a este epígrafe, sólo un 7,4% de los entrevistados responde que su entidad tiene intención de acreditarse o certificarse como entidad transparente, por el 27,3% que declara que no lo hará.

Es preciso señalar el alto porcentaje de *Ns/Nc* que encontramos en esta pregunta, que representa prácticamente a dos tercios de la muestra.

¿Sabe si su entidad tiene intención de acreditarse o certificarse como entidad transparente?



LA GESTIÓN DEL CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN

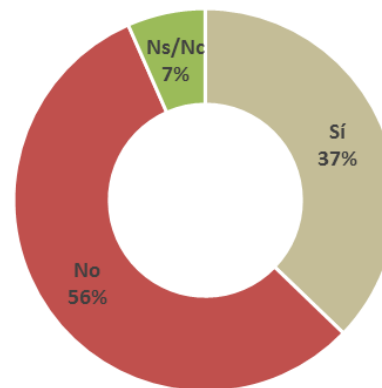
La mayoría de entrevistados considera que la puesta en marcha de medidas para mejorar la transparencia no supondrá un cambio en el desarrollo habitual de su trabajo (56,2%), mientras que un 37,2% opina que sí lo supone o lo supondrá.

Entre estos últimos, la mitad de ellos (51,1%, que representan un 19% del total de la muestra) piensan que el cambio supondrá una carga adicional de tareas.

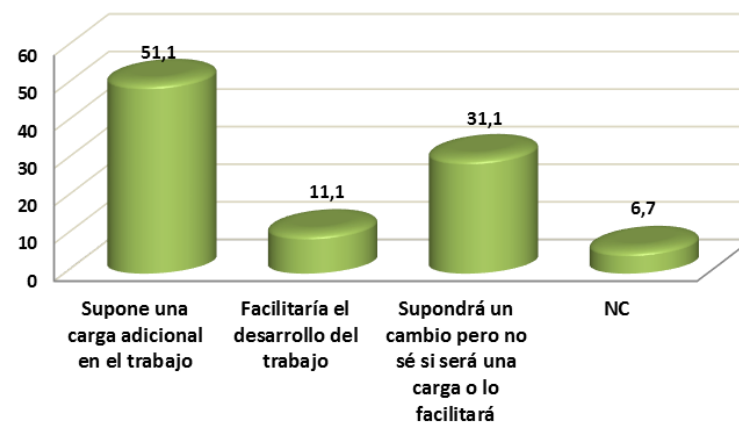
Sin embargo, sólo un 11,1% cree que facilitará el desempeño cotidiano del trabajo en su entidad, representando un 4,1% del total de la muestra.

Por su parte, un 31,1% de los que creen que la aplicación de la Ley conllevará cambios no saben contestar si supondrá una mejora o una carga.

¿Cree que la puesta en marcha de medidas para favorecer la Transparencia supone algún cambio en el desarrollo normal del trabajo en su entidad?



Consecuencias del cambio organizacional



Gestión interna (II)

LA GESTIÓN DEL CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN (II)

En cuanto a los argumentos de los que opinan que sí supone un cambio y que conllevará una carga adicional de trabajo, la alusión principal se refiere a la escasez de recursos, en el sentido de que deben hacer una tarea más con los mismos medios. La otra mención destacable en cuanto a los argumentos esgrimidos, en este caso por los que se muestran más optimistas respecto a las consecuencias del cambio, hace referencia a que esa carga inicial de trabajo redundará en una mejora de la organización y el funcionamiento futuro de la entidad.

En todos los casos se solicitó que justificara o argumentara su respuesta. Esta pregunta se planteó como una variable abierta, es decir, en la que el encuestado puede responder libremente. Se ha realizado una recodificación para agrupar las respuestas similares con el fin de facilitar su comprensión. Intencionadamente, en este proceso se ha priorizado mantener el máximo de información al respecto, aunque varias respuestas podrían haberse agrupado en una sola categoría recodificada.

Justificación de las opiniones sobre las consecuencias del cambio (recodificada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Escasez de recursos	10	8,3	23,8
	Inclusión de nuevos procedimientos supondrá carga inicial que después optimizará el trabajo	7	5,8	16,7
	Adaptación a los formatos exigidos	3	2,5	7,1
	La Transparencia es una actitud, por lo que no importa la carga de trabajo que suponga	3	2,5	7,1
	Carga adicional por las exigencias de la Ley	2	1,7	4,8
	Carga adicional pero que supondrá un estímulo a los empleados	1	0,8	2,4
	Carga no productiva	1	0,8	2,4
	Conflicto con LOPD	1	0,8	2,4
	Dependerá de los medios que se habiliten	1	0,8	2,4
	Hay que esperar para conocer la carga real de trabajo que supone	1	0,8	2,4
	Se repite la información ya remitida a distintos organismos de la AGE	1	0,8	2,4
	NC	11	9,1	26,2
	Total	42	34,7	100,0
Perdidos	Sistema	79	65,3	
Total		121	100,0	

Gestión interna (III)

LA GESTIÓN DEL CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN (III)

Para terminar este apartado, se muestran las respuestas dadas según la variable de filtro *Consecuencias del cambio*, con el fin de relacionar las argumentaciones en función de su opinión respecto a las consecuencias del cambio.

Justificación de las opiniones sobre las consecuencias del cambio

	Consecuencias del cambio			
	Una carga adicional en el trabajo	Facilitaría le desarrollo del trabajo	Supondrá un cambio pero no sé si será una carga o lo facilitará	Total
	%	%	%	%
Adaptación a los formatos exigidos	13,0	---	---	7,1
Carga adicional pero que supondrá un estímulo a los empleados	---	20,0	---	2,4
Carga adicional por las exigencias de la Ley	8,7	---	---	4,8
Carga no productiva	4,3	---	---	2,4
Conflicto con LOPD	4,3	---	---	2,4
Dependerá de los medios que se habiliten	---	---	7,1	2,4
Escasez de recursos	43,5	---	---	23,8
Hay que esperar para conocer la carga real de trabajo que supone	---	---	7,1	2,4
Inclusión de nuevos procedimientos supondrá carga inicial que después optimizará el trabajo	---	40,0	35,7	16,7
La Transparencia es una actitud, por lo que no importa la carga de trabajo que suponga	---	20,0	14,3	7,1
Se repite la información ya remitida a distintos organismos de la AGE	4,3	---	---	2,4
NC	21,7	20,0	35,7	26,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Publicidad Activa (I)

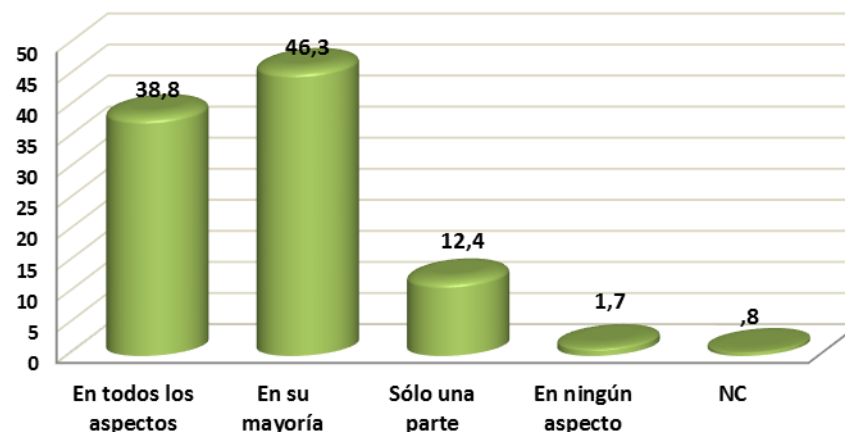
GRADO DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD ACTIVA

La percepción generalizada es que se logra un alto grado de cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa en la web de la entidad, según se deduce de la observación de la siguiente tabla. Un 38,8% afirma cumplirla en todos sus términos, así como un 46,3% que considera que se cumple en su mayoría. Apenas un 12,4% de los encuestados declara que su entidad cumple sólo una parte, y es muy residual la presencia de los que asumen que su entidad no cumple ninguna de sus obligaciones (1,7%).

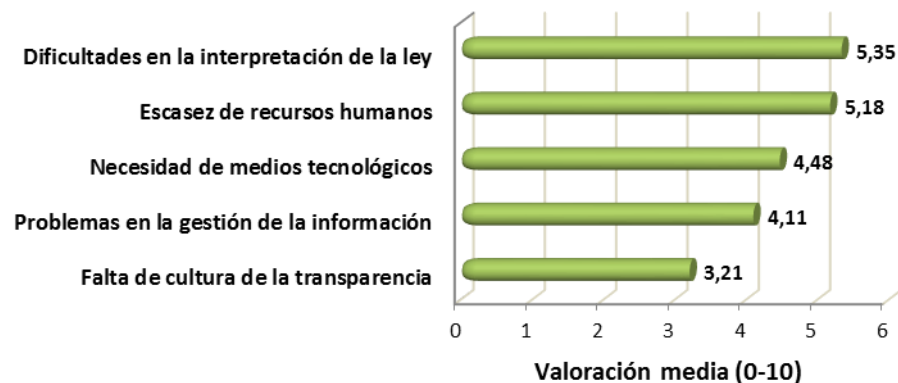
GRADO DE DIFICULTAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD ACTIVA

En lo que se refiere a las dificultades u obstáculos que han supuesto determinados aspectos genéricos en la aplicación de las obligaciones de publicidad activa, la principal se refiere a la *interpretación de la Ley*, que obtiene una valoración media de 5,35 en una escala de 0 a 10, donde 0 representa ninguna dificultad y 10 mucha dificultad. Muy cerca se sitúa la *escasez de recursos humanos* (5,18), seguida a cierta distancia por la *necesidad de medios tecnológicos* (4,48) y los *problemas en la gestión de la información* (4,11). En último lugar, es decir, el aspecto que menos dificultad ha supuesto ha sido el eventual freno por una posible *falta de cultura de la transparencia* en la propia entidad (3,21).

Grado de cumplimiento de la Ley 19/2013 en cuanto a las obligaciones de publicidad activa en la entidad



Valoración media de la dificultad que han supuesto determinados aspectos en la implementación de las obligaciones de publicidad activa en la entidad



DIFICULTADES EXPERIMENTADAS EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD ACTIVA EN LA ENTIDAD (I)

Una vez valorada la dificultad media en la aplicación de determinados aspectos, se preguntó a los entrevistados sobre qué aspectos concretos les han causado mayores dificultades o han supuesto mayores obstáculos. Para ello, se propuso una variable de respuesta abierta con la posibilidad de mencionar hasta 3 respuestas, con un pretendido carácter exploratorio, si bien es cierto que se esperaba una mayor respuesta en cuanto a obligaciones concretas, puesto que muchos entrevistados optaron por exponer cuestiones genéricas o reforzar la respuesta dada con anterioridad. Considerando que es preferible no perder esa información, se muestran los resultados obtenidos, sin filtrar las respuestas que pudieran considerarse como no válidas. Se ha seguido el criterio general respecto a la recodificación de preguntas abiertas, es decir, se ha dado más importancia a mostrar el mayor detalle sobre las opiniones de los participantes, en lugar de buscar una variable con pocas categorías. La tabla de presentación de resultados se divide en varios grupos con el objetivo de mostrar conjuntamente las categorías de respuesta íntimamente relacionadas entre sí y que podrían haberse agrupado para el análisis.

La mayoría de entrevistados declara no haber tenido ninguna dificultad u obstáculo especialmente reseñable en el proceso de implementación de las obligaciones derivadas de la Ley, como afirma el 57% de la muestra. En cuanto a los aspectos mencionados, los más frecuentes se refieren a las dificultades para la interpretación de la Ley y los problemas derivados de la obligación de publicar los contratos, como señala alrededor del 15% de la muestra en ambos casos. Sólo un 6,5% alude a la escasez de recursos o al uso de recursos propios para realizar estas nuevas tareas. Otros aspectos señalados son los problemas técnicos experimentados con distintas plataformas de la AGE (CICEO, Sara...), las dificultades para la gestión y organización de la documentación, la información que podríamos denominar *sensible*, como la que es susceptible de entrar en conflicto con la LOPD o la que puede perjudicar a la entidad (en el caso de las sociedades mercantiles) en cuanto puede ofrecer a sus competidores información de carácter estratégico. Se observa nuevamente que la falta de cultura de la transparencia no se percibe como un problema reseñable para los entrevistados.

Publicidad Activa (III)

DIFICULTADES EXPERIMENTADAS EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD ACTIVA EN LA ENTIDAD (II)

Dificultades en la implementación de las obligaciones de publicidad activa en la entidad

Conjunto de respuesta múltiple	Recuento	Porcentaje
Interpretación de la Ley	18	14,9
Ausencia de Reglamento / protocolos	2	1,7
Contratos en general	6	5,0
Contratos menores	5	4,1
Convenios / Encomiendas de gestión	4	3,3
Información económica en general	4	3,3
Contratos Sobrecarga de trabajo por tener que recopilar muchos datos	1	0,8
Escasez de recursos humanos	4	3,3
Escasez de recursos tecnológicos	3	2,5
Gasto de recursos propios	2	1,7
Perfiles / CV	2	1,7
Organigrama	2	1,7
Sueldos y retribuciones de personal	1	0,8
Funciones	1	0,8
Problemas técnicos en las Plataformas del Estado	6	5,0
Gestión de la información	5	4,1
Puesta en marcha	3	2,5
Información sensible (LOPD, datos sobre personas, dar información estratégica a la competencia)	3	2,5
Planes / programas anuales	2	1,7
Grado de cumplimiento	1	0,8
Fluidez de la comunicación con AGE	2	1,7
Concienciar a los empleados	1	0,8
Ninguna	69	57,0
Total	121	100,0

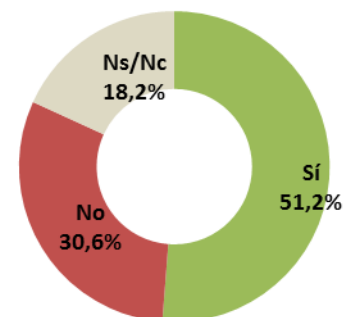
Derecho de Acceso a la Información Pública (I)

CANALES PARA FACILITAR EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

La mitad de la muestra tiene constancia de que su entidad ha habilitado herramientas para facilitar el derecho de acceso a la información pública por parte los ciudadanos (51,2%), frente al 30,6% que responde que no se han habilitado vías para solicitar información que no esté en el portal web de la entidad. El 18% no sabe responder a esta pregunta.

Entre los entrevistados que afirman disponer de uno o varios canales, los más frecuentes son los que se encuentran en la propia web de la entidad, como formularios online, buzones electrónicos y enlaces a portales o espacios en la propia web, mencionados por un 51,6% de este grupo. El siguiente medio es el correo electrónico, habilitando direcciones específicas a las que dirigir las consultas (37,1%), seguido del teléfono (19,4%). El resto de respuestas se encuentran por debajo del 10%.

¿Tiene usted constancia de que su entidad haya habilitado algún tipo de canal de comunicación con los ciudadanos para que puedan solicitar fácilmente la información pública que precisan y que no esté publicada en su portal web?



	Recuento	Porcentaje
Portal / Formulario / Buzón en web	32	51,6
Correo electrónico	23	37,1
Teléfono	12	19,4
Correo postal	6	9,7
Ventanilla Única	5	8,1
Derivadas Plataforma AGE	3	4,8
Registro / Atención Presencial	3	4,8
Fax	1	1,6
Redes sociales	1	1,6
No lo especifica	4	6,5
Total	62	100,0

Conjunto de respuesta múltiple.
***Contestan los que contestaron 'Sí' en la pregunta anterior.**

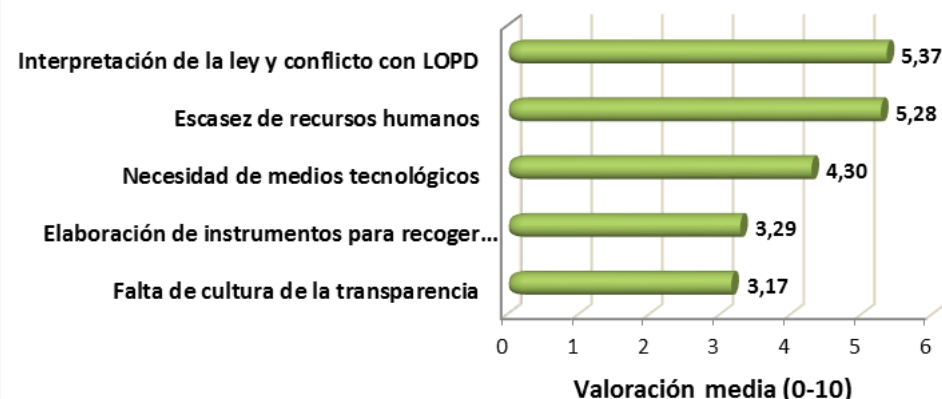
Derecho de Acceso a la Información Pública (II)

DIFICULTADES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN

En una escala de 0 a 10, donde 0 significa ninguna dificultad y 10 mucha dificultad, los aspectos que ha supuesto mayores dificultades en la aplicación de las medidas destinadas a favorecer el derecho de acceso a la información son, con valores muy similares, la interpretación de la Ley y su conflicto con la LOPD (5,37 sobre 10) y la escasez de recursos humanos (5,28). A un punto de distancia se encuentra la necesidad de medios tecnológicos, diferencia que se repite en cuanto a los aspectos que menos han dificultado la implementación de las medidas, los problemas en la elaboración de instrumentos para recoger las solicitudes de información (3,29) y la falta de cultura de la transparencia en la entidad (3,17).

En todo caso, en términos generales se puede afirmar que las dificultades encontradas por los entrevistados son de un grado medio-bajo. La elevada desviación típica que se observa en la tabla resumen de los estadísticos de esas variables muestra la significativa dispersión de la distribución de frecuencias.

Valoración media de la dificultad que han supuesto determinados aspectos en la implementación del derecho de acceso a la información en la entidad



Balance (I)

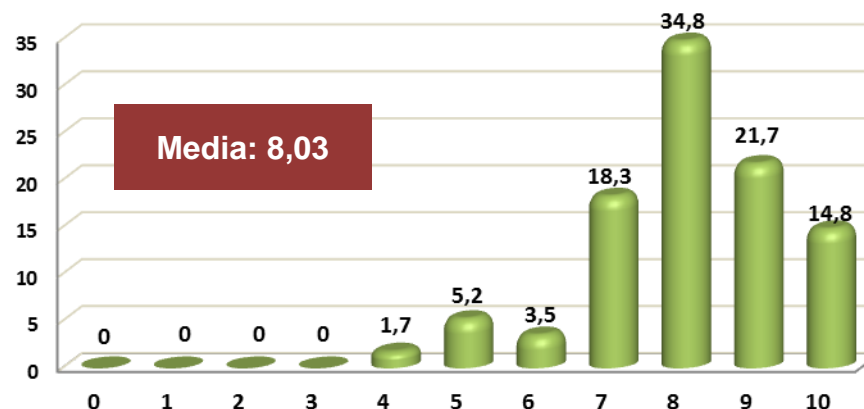
VALORACIÓN GENERAL DE LA TRANSPARENCIA EN LA ENTIDAD

La percepción de las personas encuestadas sobre la transparencia de la entidad es notablemente alta, alcanzando una media de 8,02 sobre 10, lo que es consecuente con la valoración generalmente positiva del resto de preguntas de la encuesta.

Es muy significativo que apenas un 1,7% de las valoraciones pueda asociarse a la calificación de suspenso (menos de 5), siendo además 4 la calificación más baja obtenida. Los valores más frecuentes son 8 (34,8% de los que dan alguna valoración) y 9 (21,7%).

También es digno de mención que la calificación máxima, 10, sea sensiblemente superior (14,8%) a la suma de las tres valoraciones más bajas (10,4%) otorgadas por los encuestados.

En una escala de 0 a 10, en la que 0 sería nada transparente y 10 muy transparente, ¿cómo valoraría la situación de su entidad en este ámbito?



Balance (II)

SUGERENCIAS

Para finalizar, se propuso a los entrevistados que hicieran alguna sugerencia para la mejora de la transparencia o del derecho de acceso en su entidad, ofreciendo tres posibles respuestas de manera abierta.

Como en anteriores casos, se ha optado por realizar una recodificación muy poco restrictiva, con el fin de ofrecer el máximo de información de una forma ordenada.

Partiendo de que sólo se han recibido respuestas en 21 entrevistados y que debe tenerse en cuenta para la lectura de los resultados, la sugerencia más común ha sido la necesidad de aclarar la interpretación de la Ley, que está directamente relacionada con la siguiente mención, la necesidad de fomentar acciones formativas, como cursos, jornadas o encuentros.

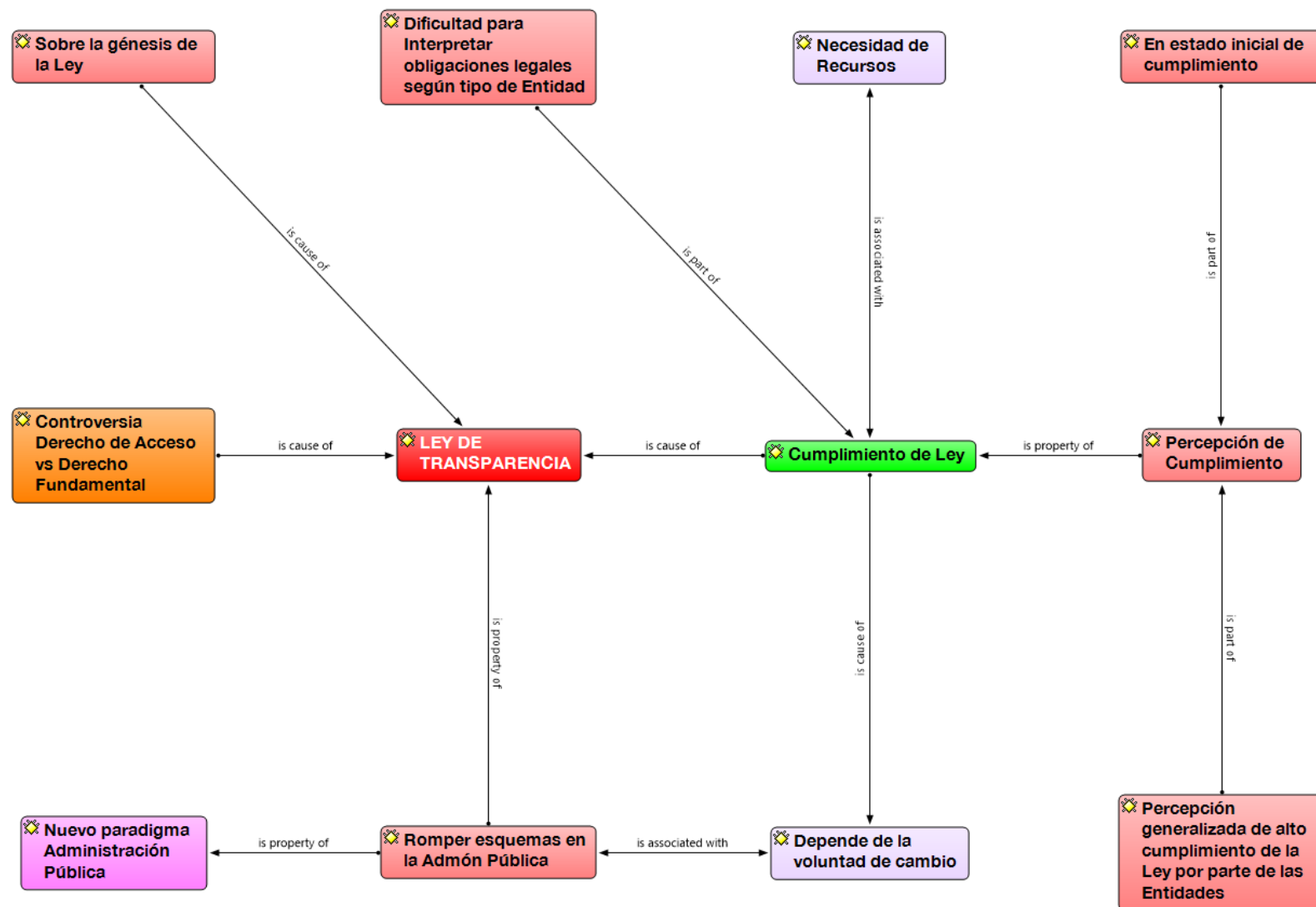
Sugerencias para mejorar la transparencia y/o el derecho de acceso en la entidad

Conjunto de respuesta múltiple	Recuento	% de N
Mayor claridad en instrucciones y criterios / Concreción legislativa	6	5,0
Encuentros formativos con otras entidades / CTBG	4	3,3
Recursos humanos / tecnológicos	2	1,7
Mejorar las plataformas de la AGE	2	1,7
Adaptabilidad para Entidades Públicas con funciones productivas/mercantiles	2	1,7
Simplificación de trabajo.	1	0,8
Respeto de la LOPD	1	0,8
Mejorar la gestión documental	1	0,8
Mejorar la accesibilidad y visualización de la información contenida en el portal de transparencia	1	0,8
Mejorar comunicación con otros organismos de la AGE	1	0,8
Identificación del interlocutor adecuado en la AGE	1	0,8
Herramienta común de los entes AGE donde consultar las preguntas y respuestas hechas por otras	1	0,8
Habilitar canales de comunicación con los ciudadanos	1	0,8
Formación a nivel interno	1	0,8
Fomentar la cultura de la transparencia	1	0,8
Eliminar duplicidades en el envío de la información a diferentes organismos / plataformas de la AGE	1	0,8
Crear página web	1	0,8
Creación de Reglamento de Transparencia	1	0,8
Creación de figura a la que acudir en caso de duda con interpretación de la Ley	1	0,8
Ninguna sugerencia	100	82,6
Total	121	100,0

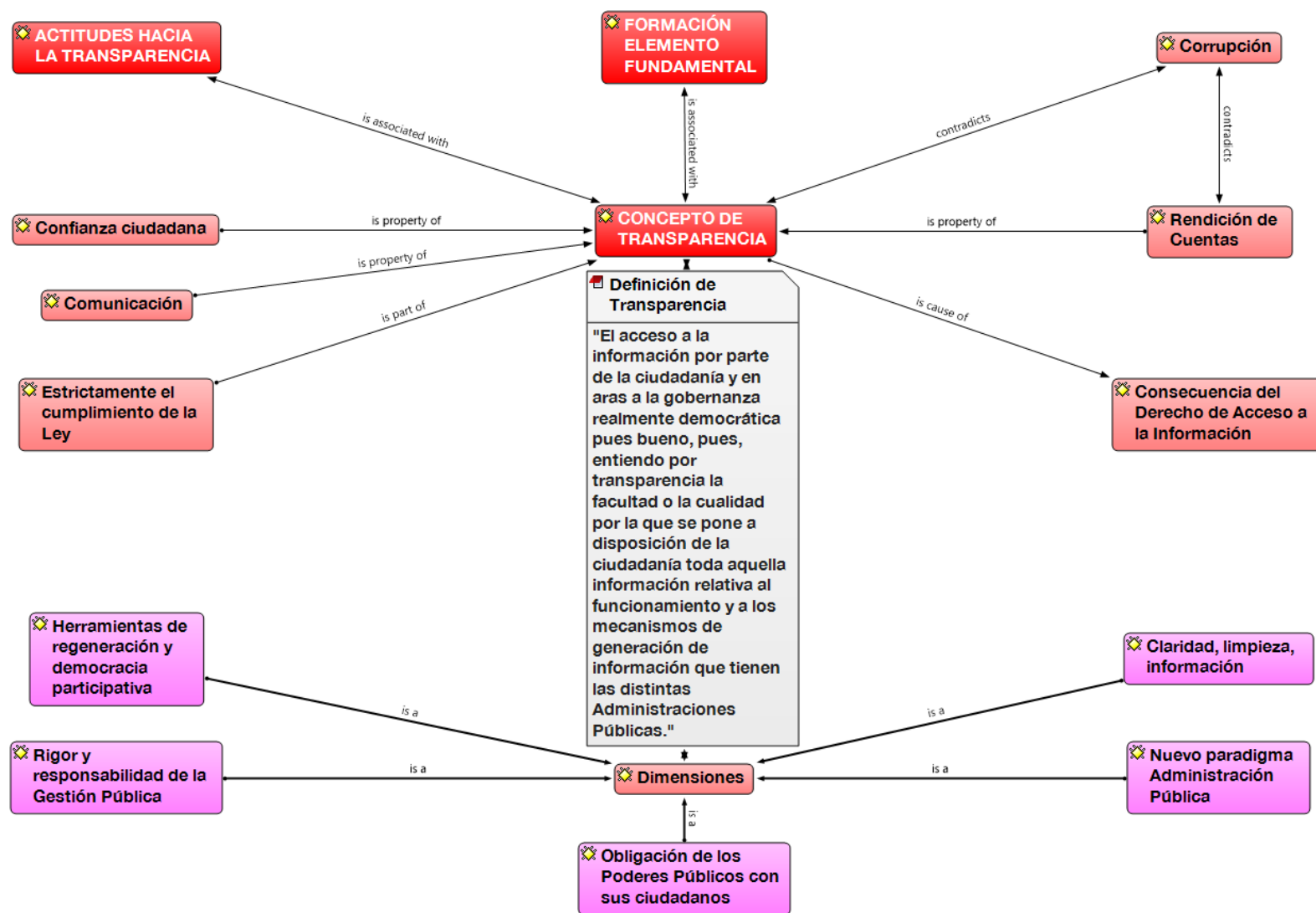


Anexo 4: Mapas conceptuales obtenidos de la investigación cualitativa (focus groups y entrevistas en profundidad)

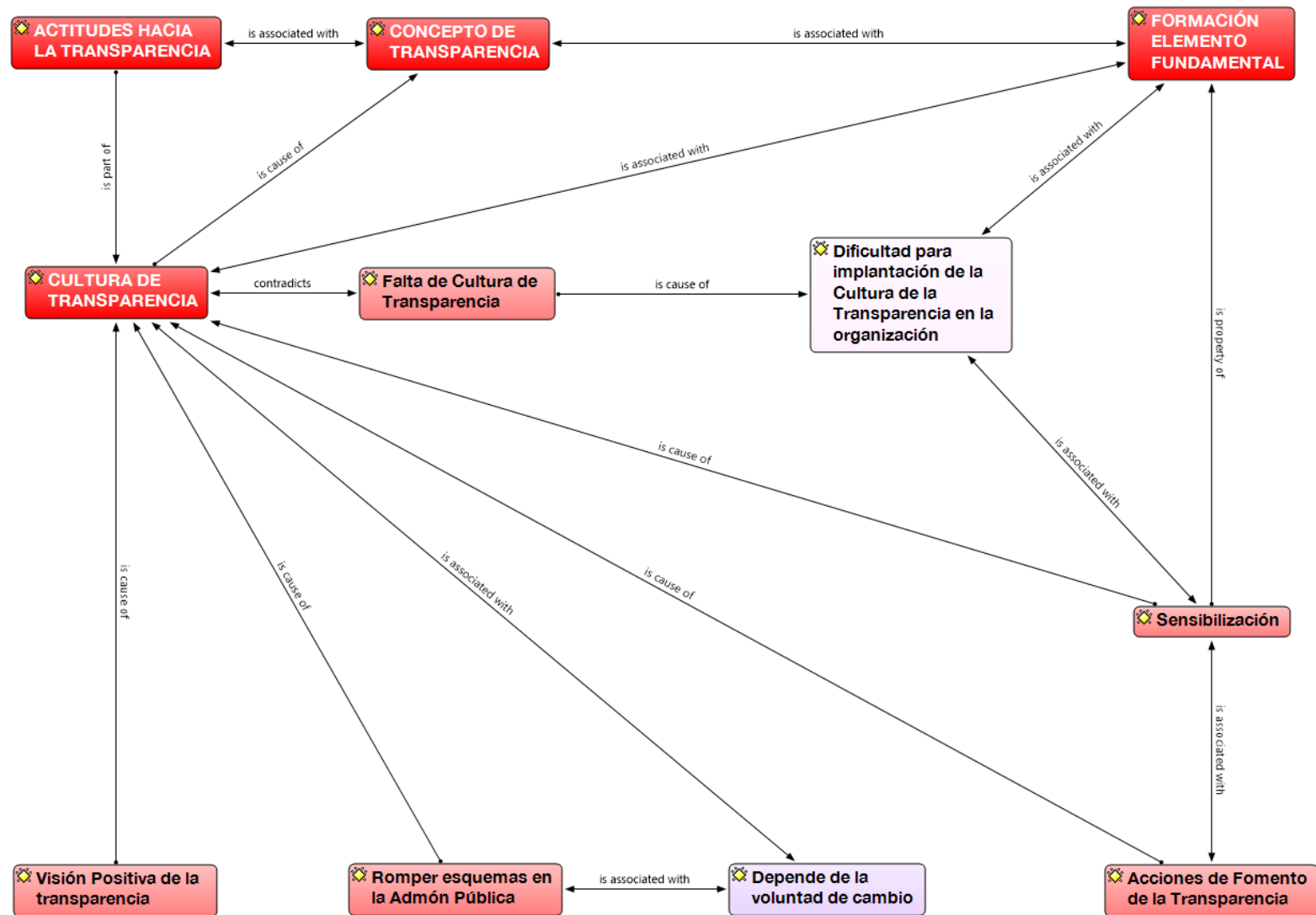
Mapas Conceptuales: Ley de Transparencia



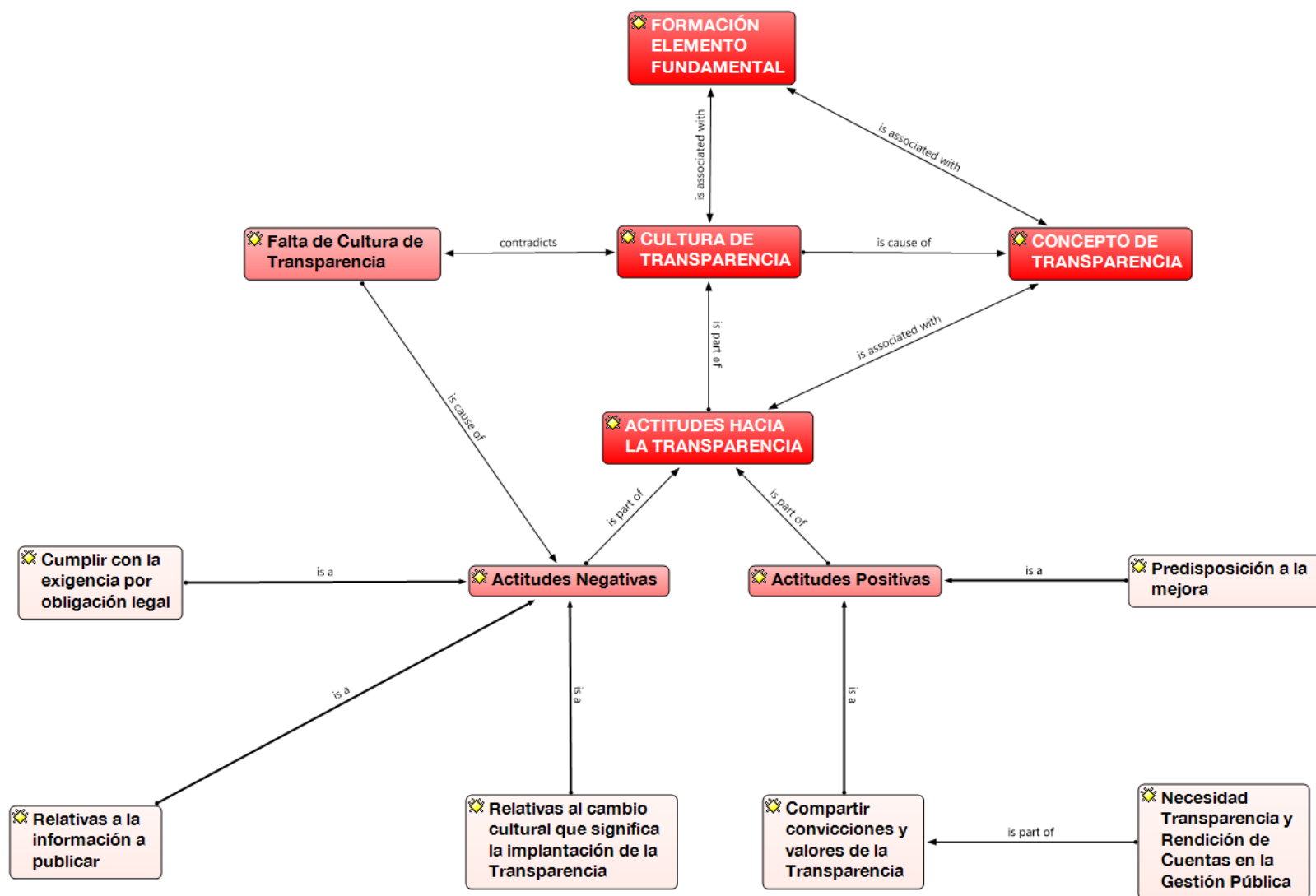
Mapas Conceptuales: Concepto de Transparencia



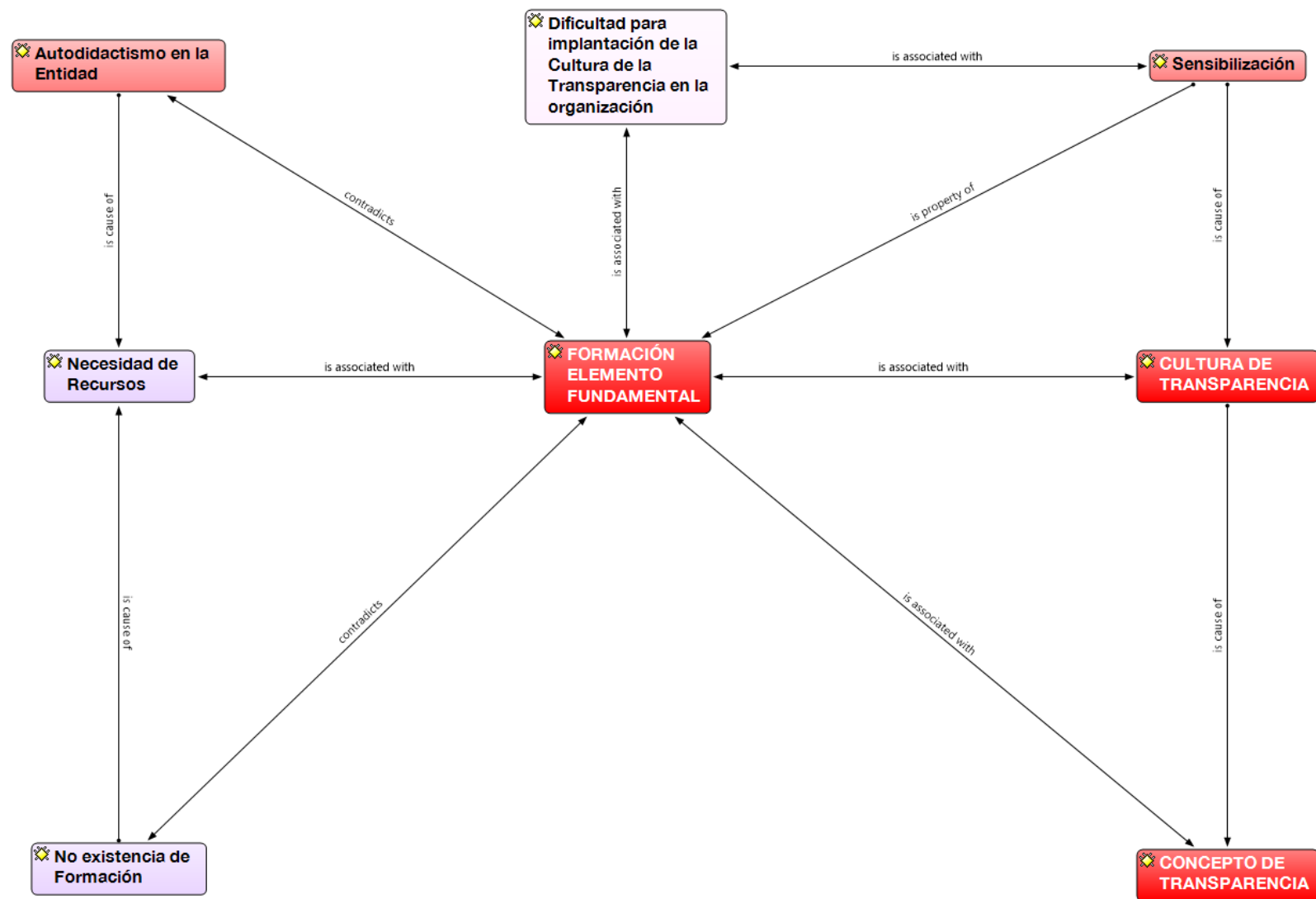
Mapas Conceptuales: Cultura de Transparencia



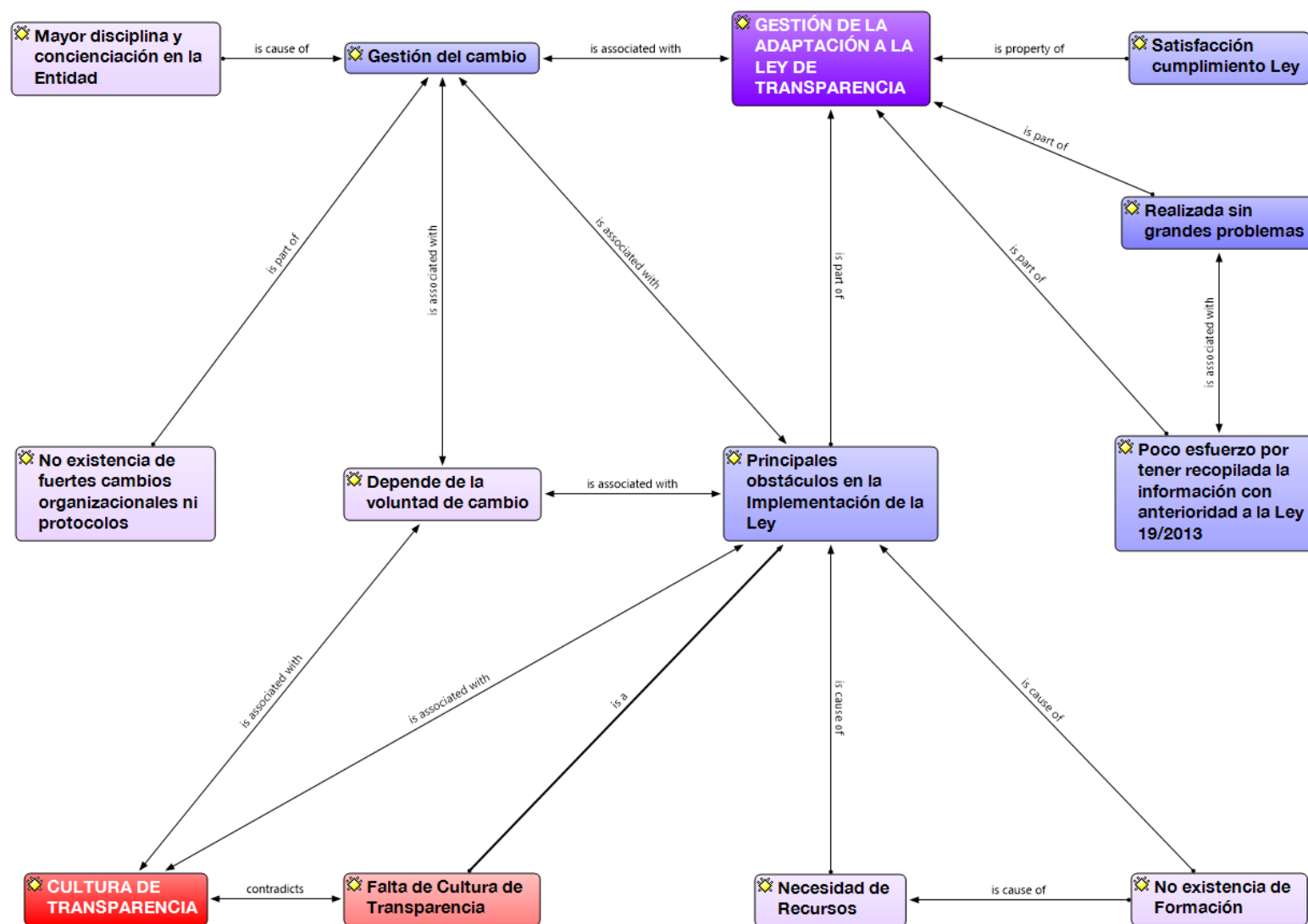
Mapas Conceptuales: Actitudes hacia la Transparencia



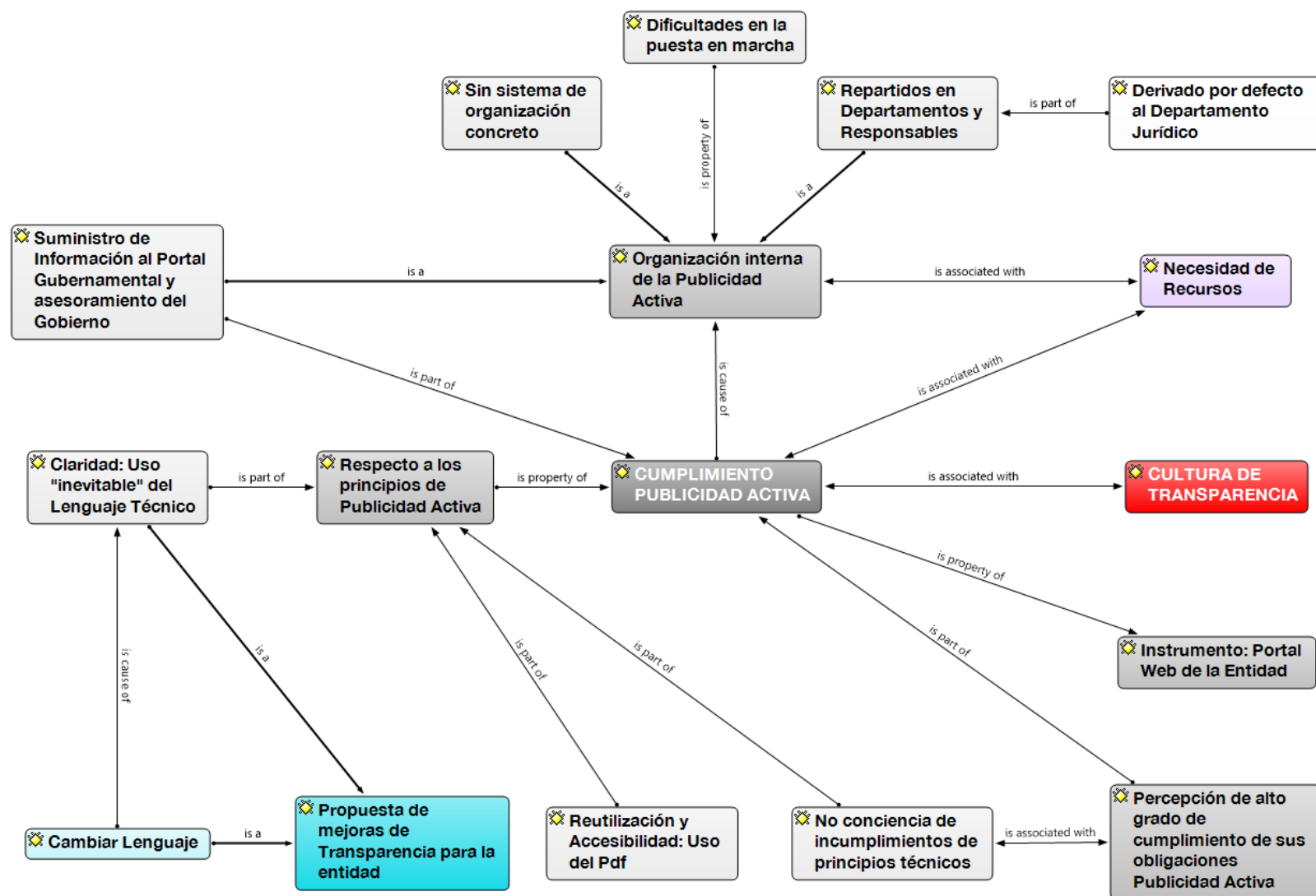
Mapas Conceptuales: Formación



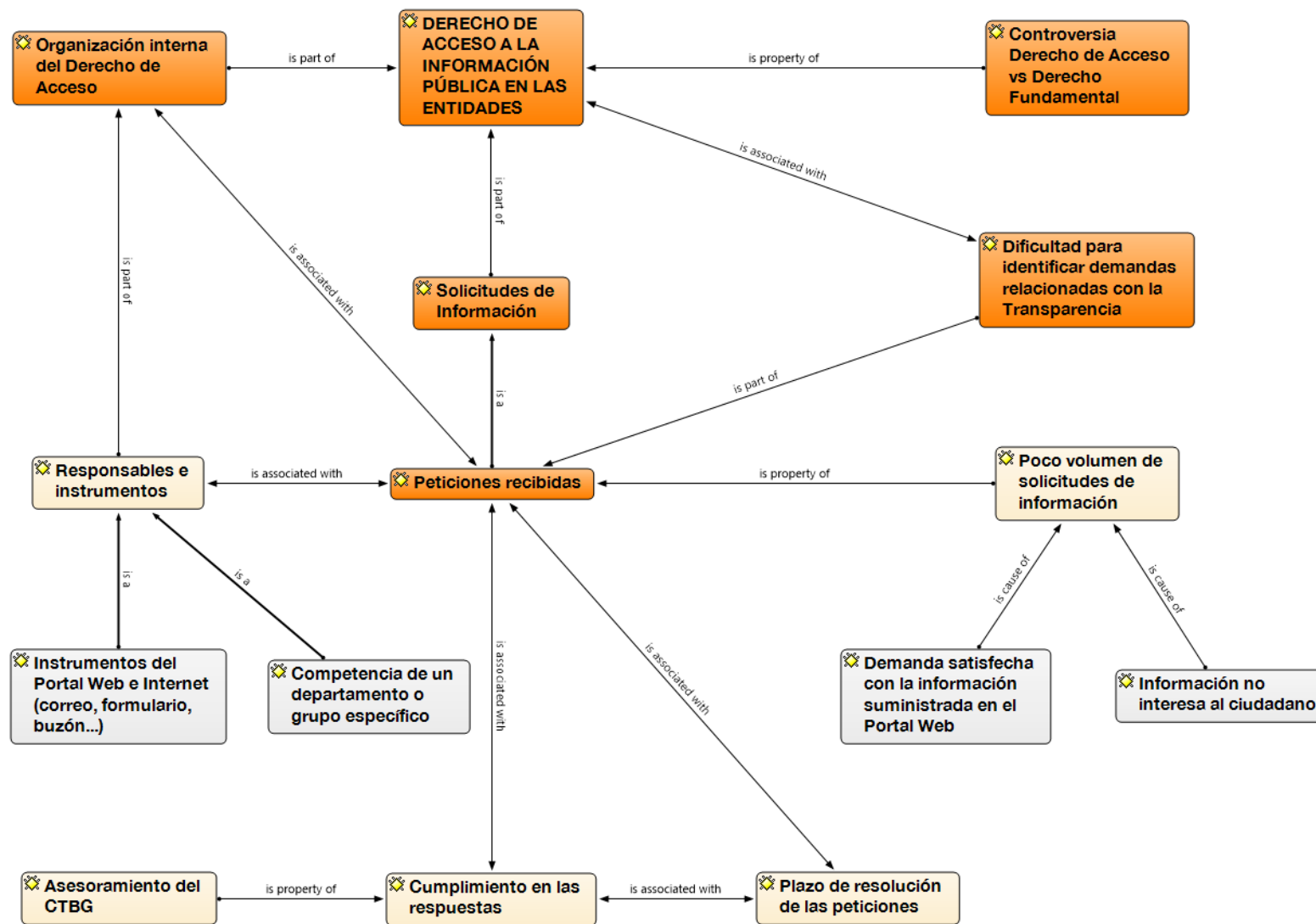
Mapas Conceptuales: Gestión Adaptación a la Ley de transparencia



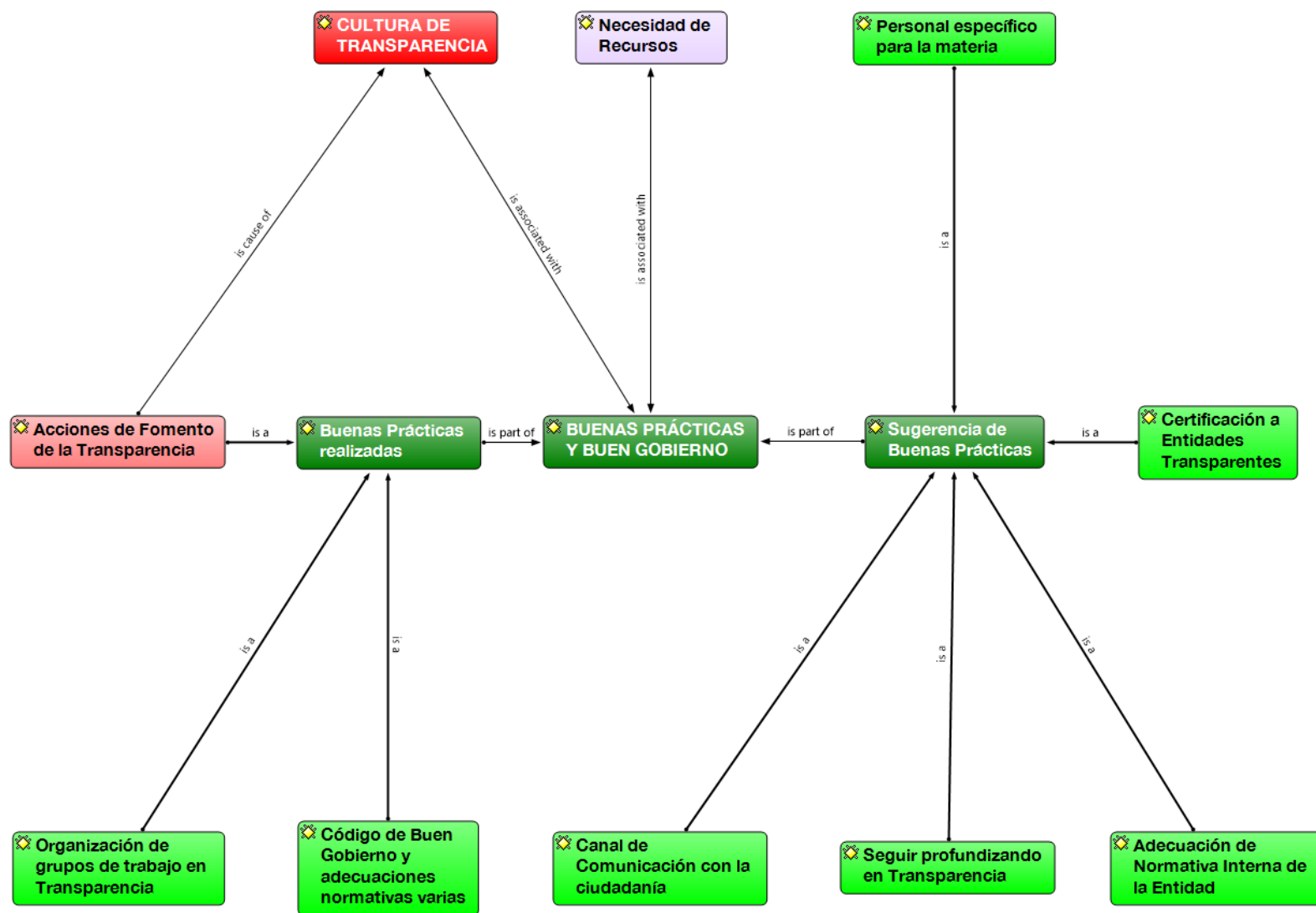
Mapas Conceptuales: Publicidad Activa



Mapas Conceptuales: Derecho de Acceso a la Información Pública



Mapas Conceptuales: Buenas Prácticas y Buen Gobierno



Mapas Conceptuales: Balance Ley de Transparencia

