

## **¿Influyen en el consumo de los principales Portales de Transparencia de Andalucía variables como UX , CRO y el contenido autopublicado?**

---

Investigación sobre variables que influyen en el consumo de los principales Portales de Transparencia en Andalucía por parte de la ciudadanía

Autor: Raúl Vega López  
Director: Sergio Jiménez Meroño  
Tutor: Rosa Borge Bravo

**Junio 2017**

## RESUMEN.

El presente trabajo se centrará en los principales portales de Transparencia de las administraciones públicas andaluzas. Concretamente queremos poner en relación, por un lado, el consumo de un portal por parte de los usuarios y, por otro lado, dos variables concretas: la 'experiencia de usuario', variable que depende de la usabilidad de la web, de su diseño, su accesibilidad, su facilidad de uso y otros factores que determinarán cuales son las sensaciones de un usuario al enfrentarse al portal y la 'información ya publicada', es decir, el contenido que el portal pone directamente a disposición de los usuarios sin necesidad de realizar ninguna petición.

La hipótesis de la que partimos es que ambas variables influyen en el consumo que se hace de un portal de Transparencia. Por un lado, cuanto mejor sea la experiencia de usuario, mayor consumo y, por otro, una mayor cantidad y calidad de información publicada, generará más visitas y un menor número de preguntas recibidas ya que el usuario tenderá a encontrar lo que busca sin tener que generar una nueva consulta. Trataremos de ponderar, en el presente trabajo, el peso de cada una de estas dos variables en el consumo de los portales de Transparencia.

Palabras clave: transparencia, web, Andalucía, ayuntamientos y portal.

## ABSTRACT.

The present work will focus on the main Transparency portals of the Andalusian public administrations. Specifically we want to put in relation, on the one hand, the consumption of a portal by the users and, on the other hand, two concrete variables: the 'user experience', variable that depends on the usability of the web, its design, its accessibility, its ease of use and other factors that will determine which are the feelings of a user when facing the portal and the 'information already published', that is, the content that the portal makes directly available to users without needing make any request.

The hypothesis from which we start is that both variables influence the consumption that is made of a Transparency portal. On the one hand, the better the user experience, the greater the consumption and, on the other hand, the greater quantity and quality of published information, will generate more visits and fewer questions received since the user will tend to find what they are looking for without having that generate a new query. We will try to weigh, in the present work, the weight of each of these two variables in the consumption of the Transparency portals.

Key words: transparency, web, Andalucía, halls and portal.

## RESUM.

El present treball es centrarà en els principals portals de Transparència de les administracions públiques andaluses. Concretament volem posar en relació, d'una banda, el consum d'un portal per part dels usuaris i, d'altra banda, dues variables concretes: la 'experiència d'usuari', variable que depèn de la usabilitat del web, del seu disseny, la seva accessibilitat, la seva facilitat d'ús i altres factors que determinaran quines són les sensacions d'un usuari al enfrontar-se al portal i la 'informació ja publicada', és a dir, el contingut que el portal posa directament a disposició dels usuaris sense necessitat de realitzar cap petició.

La hipòtesi de la qual partim és que les dues variables influeixen en el consum que es fa d'un portal de Transparència. D'una banda, com millor sigui l'experiència d'usuari, major consum i, de l'altra, una major quantitat i qualitat d'informació publicada, generarà més visites i un menor nombre de preguntes rebudes ja que l'usuari tendirà a trobar el que busca sense tenir de generar una nova consulta. Tractarem de ponderar, en el present treball, el pes de cadascuna d'aquestes dues variables en el consum dels portals de Transparència.

Paraules clau: transparència, web, andalucia, ajuntaments i portal.

# Índice

1. Introducción .....	5
2. Antecedentes y Marco Teórico .....	7
3. Metodología .....	12
4. Resultados .....	21
4.1. Los Portales: el contenido .....	21
4.2. Los Portales: la UX y el CRO .....	24
4.3. Los Portales: el consumo .....	47
5. Conclusiones .....	57
6. Bibliografía .....	59

# 1. INTRODUCCIÓN

Como el propio Portal de Transparencia de la Administración General del Estado informa *“España entró a formar parte de la Alianza para el Gobierno Abierto (Open Government Partnership -OGP-) en abril de 2011. El objetivo de esta Alianza es reforzar los vínculos que unen a los ciudadanos con sus gobernantes con el establecimiento de vías de diálogo más adecuadas para que los ciudadanos puedan ser más partícipes en el desarrollo de las políticas públicas”*. La OGP nace buscando la creación de compromisos, por parte de los gobiernos miembros, para promover la transparencia, combatir la corrupción, empoderar a los ciudadanos e introducir las nuevas tecnologías en la gobernanza. Fruto de su inclusión, España, ha ido ejecutando planes de acción, concretamente, ahora, nos encontramos inmersos en el III Plan de Acción. Una de las medidas de estos planes de acción fue la elaboración de la La ley **19/2013**, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

La ley **19/2013** marcó el inicio de una época de florecimiento de multitud de portales de Transparencia, por parte de las administraciones públicas. Posteriormente fueron apareciendo leyes autonómicas de transparencia que complementaban a la legislación nacional, en el caso de Andalucía se promulgó la ley 1/2014, de 24 de Junio, de transparencia pública de Andalucía. Estos portales nacen para dar respuesta a una doble obligación de transparencia que emana de dicha legislación:

- Publicidad activa: En dichas webs, las distintas administraciones públicas, estarán obligadas a publicar determinada información de índole jurídica, económica, presupuestaria o estadística.
- Derecho de acceso a la información pública: estos portales de transparencia deben convertirse en puntos donde la ciudadanía puede ejercer su derecho de acceso, es decir solicitar la información que obre en poder de las distintas administraciones públicas dentro de los límites que marca la propia legislación.

En este ‘derecho de acceso’ de la ciudadanía es en lo que se centrará el presente trabajo, ya que dicho derecho se traduce en preguntas realizadas en los distintos portales de transparencia y es el volumen de estas preguntas, y sus causas, el eje principal de este estudio.

La decidida apuesta por la transparencia que el legislador parece haber realizado debería tener reflejo en una toma de conciencia, por parte de la ciudadanía, de su nueva posición respecto a la información generada por las distintas administraciones. A través de la apertura de datos públicos, se favorece la transparencia de las administraciones públicas en la medida en que se facilita su reutilización para conocer, analizar y evaluar la actividad administrativa (AIE y OKF, 2010).

En esta nueva dimensión de transparencia y apertura de datos en que se sitúa la relación entre las Administraciones Públicas y sus administrados, la comunicación entre ambos se antoja primordial y uno de los indicadores que podemos usar para establecer ese nivel comunicativo es el nivel de preguntas a los portales de transparencia, ya que dichas preguntas no son sino la materialización del legítimo derecho de acceso a la información pública por parte de los ciudadanos. Los esfuerzos de la Administración no deberían limitarse a la construcción de portales de calidad donde la UX (experiencia de usuario) sea un valor primordial sino que deben

concentrarse esfuerzos también en la difusión, entre la ciudadanía, de la existencia de ese derecho y de los lugares donde puede ejercerse, entre ellos los portales de transparencia, tema principal del presente estudio.

Campos Acuña (2016) alerta de que *" el conocimiento de la brecha existente entre los accesos al Portal de Transparencia y el ejercicio del derecho de acceso a la información requieren una reflexión acerca de por qué tras tantos años sin una normativa que desarrollase este derecho constitucional, los ciudadanos no hacen uso de él, pues un derecho que no se ejerce es un como un derecho que no existe"*. Para ella los factores mas relevantes que explican esta situación son los siguientes:

- Desconocimiento: qué se puede preguntar, como hacerlo, que hacer ante la denegación o la falta de respuesta.
- Dificultades administrativas: inadmisión, límites, la protección de datos de carácter personal, etc...
- Dificultades tecnológicas: mal diseño de lo sitios webs, fallos técnicos en los mismos, exigencia de firma electrónica y un largo etcétera.
- Desconfianza: en que no se responda o que lo que se responda no se corresponda con la realidad.

Para **Amorós Dorda** (2016) la causa principal de la baja respuesta de la ciudadanía ante los derechos que le otorga la reciente legislación en materia de transparencia es *"el desconocimiento de las utilidades prácticas de la transparencia para la vida cotidiana de los ciudadanos. Estas utilidades pueden referirse tanto a la realización de estudios o investigaciones científicas, a la consecución o protección de los intereses profesionales o laborales de los solicitantes o al ejercicio de sus derechos medioambientales o como consumidores"*.

Pero volviendo a los dos aspectos que constituirán la base de nuestro trabajo, que son la experiencia de usuario y el contenido publicado de los portales de transparencia, es importante destacar que un bajo número de preguntas puede deberse a cualquiera de los dos, siendo los dos atribuibles a la Administración, pero uno de ellos estaría asociado a un funcionamiento positivo de la misma mientras que el otro lo estaría a un funcionamiento negativo. Un diseño complicado del portal puede hacer desistir al usuario que trataba de hacer una petición de información antes de finalizar la misma (la administración entorpece el ejercicio del derecho de acceso). Igualmente podría 'desistir', antes de hacerla, sencillamente porque haya podido localizar lo que buscaba en el propio portal sin necesidad de hacer formulación propia alguna (en este caso la administración se ha comportado de forma proactiva adelantándose a las necesidades del usuario).

## 2. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO.

Como sostiene **Conejero Paz** (2014) *"La transparencia es un efectivo instrumento transformador de la gestión pública que permite a los ciudadanos comprobar cuáles son los referentes de actuación y los intereses de los poderes públicos y de los políticos, los gestores y los grupos de interés, potenciando la deliberación pública, y por ende fortaleciendo la democracia"*.

**Curto-Rodríguez** (2017) destaca que *"la puesta en práctica del gobierno abierto requiere que la información que está en poder de las AA. PP. deba ser liberada. Varias posibilidades se han puesto en marcha para favorecer ese suministro de datos, como son la utilización de la página web oficial, la creación de portales de transparencia o de datos abiertos. Cualquiera de ellas es útil para divulgar el quehacer de las AA. PP."*

En el barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de 2017 se introdujeron, por primera vez, preguntas sobre transparencia en las administraciones públicas y aprovechando tal circunstancia, **Gonzalo** (2018) hace un análisis de los resultados llegando a conclusiones muy interesantes sobre lo que podríamos denominar 'Brand awareness' (consciencia de marca). Dicho concepto es utilizado para medir cuánto y cómo una marca es reconocida por los consumidores. En el caso que estamos tratando podría asociarse al nivel de conocimiento, por parte de la ciudadanía, de los conceptos referentes a la transparencia pública y de los derechos que le asisten en dicha materia. Entre las conclusiones que se extraen del análisis de Miguel Ángel Gonzalo, destacan las siguientes:

- La transparencia es considerada abrumadoramente una política positiva.
- El 47% de la población española desconoce la ley de transparencia.
- El conocimiento acerca de cómo se gestionan los recursos es la finalidad más valorada.
- Para un 68% de la población española el Consejo de Transparencia es desconocido.
- La información económica y sobre el gasto del dinero público es la más consultada en el Portal de Transparencia.

Podemos concluir que la transparencia, en general, como política pública es bien valorada por la mayoría de la población, pero, al centrarnos en la ley de transparencia se hace patente el amplio desconocimiento existente. Como hemos comentado, de media, el 47% de los españoles desconocen su existencia, pero si nos fijamos en sectores como el de la población sin estudios, el desconocimiento de la ley se dispara hasta el 80%, mientras que en las personas con estudios superiores se reduce hasta el 20%. Citando al autor del análisis: *"Esto nos debe hacer pensar que la comunicación o el marco comunicativo empleado se está dirigiendo hacia las élites socioeconómicas de nuestro país"*.

El consumo de un portal de transparencia, es decir, la suma de las preguntas realizadas al mismo más las consultas de los documentos en él publicados, se podría ver influenciado por el nivel de conocimiento general que presentan los ciudadanos, sobre el área que estamos tratando, es decir por este *brand awareness*. Cabe suponer que un aumento del mismo podría redundar en un incremento del consumo de los portales de transparencia como expresión del uso de un derecho.

También hay que tener en cuenta, para valorar el uso de un portal, otros factores como el interés por la información pública. En palabras de **Jiménez Meroño (2017)** "*Si no existe una tradición, mecanismos, o actores que normalicen esta rendición de cuentas, el portal tendrá una demanda menor, más allá de la facilidad de diseño o tramitación que pueda ofrecer*".

Repasando la literatura sobre el tema seleccionado, destacan los trabajos 'Investigación sobre los portales de transparencia' (2016) y 'Portales de transparencia de grandes ciudades' (2017), ambos de **Sergio Jiménez Meroño**.

En el primero de ellos se hace un estudio del portal de la Administración General del Estado y de los portales de las distintas Comunidades Autónomas y en el mismo llega a varias conclusiones, entre otras y centrándonos en los aspectos relacionados con el presente trabajo, que un mejor diseño supone un menor porcentaje de preguntas, ya que sostiene que las preguntas 'vienen en parte por problemas para encontrar información'. También sostiene dicho estudio que en general, la proporción de preguntas es muy baja (no superando, en general, el 1%) y que aspectos como la facilidad de acceso y la calidad de las respuestas encontradas en los portales son muy asimétricos en la muestra estudiada. Un detalle importante del mismo es que, Jiménez Meroño destaca que los principales escollos para el ejercicio del derecho a consulta están relacionados con la complejidad técnica y terminológica.

El segundo de ellos, centrados en los portales de transparencia de las grandes ciudades, también ofrece conclusiones de interés para el presente trabajo en aspectos relacionados con la experiencia de usuario como que 'los portales diseñados específicamente para esta materia generan un mayor uso del derecho de acceso que los integrados en el Ayuntamiento' o que 'la necesidad de certificado supone un menor número de consultas en el portal'.

Encontramos también el trabajo de **Pérez Gordillo y Valle Cuevas (2017)** denominado 'Portales de Transparencia y ciudadanía. Análisis de utilidad y usabilidad del portal de Transparencia del Parlamento de Andalucía' que si bien además de estar centrado exclusivamente en el portal del Parlamento de Andalucía no se centra en las causas que aumentan o disminuyen el número de preguntas recibidas por el mismo, sí llega a algunas conclusiones interesantes para el presente estudio, como que 'la mayoría de la sociedad andaluza no entiende los tecnicismos ni el lenguaje político que se usa en el portal', es decir, si bien el portal debería ser un medio para fomentar la transparencia y el empoderamiento mediante el conocimiento por parte de la ciudadanía, éstos no están diseñados para tal fin, circunscribiendo, con ello, su uso a un perfil de usuario más experto y especializado en temas políticos. Otro aspecto de interés que resalta es que el 46% de la ciudadanía que ha accedido al portal no ha encontrado lo que buscaba o quizás sí lo ha encontrado pero no lo ha entendido debido al lenguaje excesivamente técnico utilizado, lo cual, en la práctica equivale a entorpecer la transparencia y el derecho de acceso a la información pública de la ciudadanía.

Otro trabajo de gran interés es el de **Sandoval (2017)** denominado "Ranking de Portales Estatales de Transparencia 2017", centrado en los portales de transparencia estatales de México, un país con una trayectoria en materia de transparencia mayor ya que su 'Ley de Transparencia y Acceso a la Información' fue aprobada en 2001, lo que le permite establecer estudios de evolución con un mayor espacio temporal. De este estudio nos centramos en la metodología que utiliza y que consistió en cuatro etapas:

- Validación de los sitios web de transparencia.
- Recolección de datos a través de visitas a los portales de Transparencia.
- Captura de datos en el cuestionario.



- Análisis de datos.

El cuestionario que se utiliza para analizar los sitios web consta de cinco componentes: Disposiciones legales (estructura orgánica, remuneraciones, información presupuestaria, marco normativo...), Datos abiertos (inventario de datos actualizado, posibilidades de descarga de los mismos, datos descargables en formato editable...), Colaboración vertical (presenta resultados de encuestas, permite a los ciudadanos solicitar información...), Colaboración horizontal (¿se pueden comentar los datos?, ¿se pueden editar algunas páginas?, ¿tiene Facebook, Twitter u otra red social?...), y Componente de Interfaz (¿la información está libre de tecnicismos?, ¿es fácil localizar los servicios más utilizados?, ¿existe un motor de búsqueda interno?...)

Tal y como nos dicen **'Análítica Pública'** y el **'El arte de medir'** en su guía metodológica, los portales de transparencia son "*sitios web de información en los que se desarrollan tres funciones: la disponibilidad, la editorialización y la tramitación*". La **disponibilidad** se refiere al hecho de que el portal debe facilitar a los ciudadanos localizar la información que requieren de forma simple y rápida. Incluye la ordenación, clasificación y normalización de la misma. La **editorialización** (y difusión) consiste en dar a conocer al público esa información que posee el portal mediante la difusión en canales propios (otras webs del organismo, redes sociales del mismo, etc..) y ganados (comentarios y referencias en los foros y comunidades de usuarios, tweets de usuarios, enlaces externos a nuestra página, el boca a boca, etc...). Finalmente, la última de las funciones de los portales de transparencia sería la **tramitación** de las consultas ciudadanas, es decir el canal a través del cual la ciudadanía puede remitir sus preguntas solicitando información pública en posesión de la administración responsable del portal.

Intentando analizar los distintos portales de transparencia andaluces nos introduciremos en diversos conceptos claves definidos en la literatura de referencia sobre análisis web y marketing analytics (entendido como la suma de marketing online más analítica digital orientada al marketing). El primero de esos conceptos, y probablemente el más importante, es el **ratio de conversión** (conversion rate) que tal y como lo define **Eisenberg, Eisenberg y Davis (2005)** para websites '*es el número de visitantes que realizaron la acción deseada dividido por el número total de visitantes en un periodo de tiempo dado (típicamente un mes)*', aplicado a los portales de transparencia, este concepto marca el porcentaje de visitantes del portal que realizan una pregunta solicitando información pública al portal sobre el total de los visitantes del portal.

Íntimamente relacionado con el anterior encontramos el **CRO** (Conversion Rate Optimization) que abarca el análisis y mejora continua de la ratio de conversión de un sitio web. Es de suma importancia que el diseño de los distintos portales, además de una interfaz de usuario (UX) cuidada y de calidad que permita una navegación fácil, útil e intuitiva, tenga en cuenta el CRO para su organización en aras de maximizar la consecución de su objetivo final. Aquí entra en juego conceptos como la **arquitectura de persuasión**, la cual, volviendo de nuevo la mirada a **Eisenberg, Eisenberg y Davis**, podemos definirla como '*La creación de una estructura intencional, cuyo propósito es persuadir a los visitantes de tomar acción. La arquitectura de persuasión combina la gestión de información y diseño con los principios de los procesos de "compra" y "venta"*'. Es decir, la utilización de este tipo de arquitectura web en los portales de transparencia debería guiar a la gente a hacer uso del portal, en otras palabras, llevar a cabo la conversión. Debemos entender que el usuario que llega a un portal de transparencia está inmerso en un viaje y es responsabilidad de ese portal que el viaje sea simple, satisfactorio y sobre todo le permita llegar a su objetivo final. La arquitectura persuasiva considera vital objetivos como, entre otros, facilitar la búsqueda dentro del sitio web, hacer fluidos los pasos dentro de él y motivar al usuario

a continuar avanzando. Las fases que nos podemos encontrar en la arquitectura persuasiva son las siguientes:

- *Descubrimiento (Uncovery)*: aquí se mapean los objetivos y se desarrollan las estrategias. Una parte fundamental es que se trata de entender los procesos de navegación de los usuarios. Se definen las denominadas '**personas**' que son representaciones fiables y realistas de los principales segmentos de usuarios del portal. Representa el '¿quién?' del portal.
- *Esquema de página (Wireframing)*: es una representación estructurada, página por página, de todos los caminos que se abren en un sitio web. No hay imágenes ni diseño gráfico. Sería el ¿qué?
- *Guión gráfico (Storyboarding)*: Es la materialización del esquema de página. Aquí llegamos a otro concepto básico, el 'copy web', que está formado por todos los textos persuasivos del portal que tienen como objetivo motivar al usuario a lo largo de su viaje hasta conseguir su objetivo final. Estaríamos ante el ¿cómo vas a lograr 'el qué'?
- *Prototipado (Prototyping)*: representación final de lo que será el portal.
- *Desarrollo (Development)*: en esta fase se hace la codificación.
- *Optimización (Optimization)*: aquí se monitorizan las analíticas del portal persiguiendo su mejora continua.

Si entendemos que el éxito de un portal de transparencia se mide por el uso que la ciudadanía hace de él, no debería perderse nunca el foco de esa ciudadanía que es la razón de ser del mismo. Por este motivo hay determinados aspectos que deben considerarse trascendentales en el diseño del sitio web. Como hemos visto anteriormente un lenguaje excesivamente técnico o legalista, alejado del habitual de los usuarios del portal pueden suponer un freno en los índices de conversión del sitio. Adecuar, por tanto, el lenguaje a las 'personas' definidas previamente es una de las claves que se deberán cuidar. También debe evitarse el uso de diseños inconsistentes que distraigan la atención del usuario de su objetivo final. En cambio, el uso del contraste, en sus formatos habituales (grande-pequeño, rectangular-redondeado, color cálido-color frío, entre otros) si suele ser positivo para guiar correctamente al usuario en su viaje. Éstas son solo algunas de las reglas que facilitarán a un portal web alcanzar sus objetivos, y serán algunas de las que se analizarán en los ocho portales de transparencia de Andalucía en el presente trabajo.

Para analizar el viaje de un usuario por un portal de transparencia debemos centrarnos también en el denominado '**purchase funnel o embudo de conversión**'. En palabras de **Elósegui y Muñoz (2015)**, aplicado a los sitios webs de compra online en general, "*Es una figura que se empezó a usar para describir el comportamiento de un usuario a lo largo del proceso de compra de una web. En él podemos ver representados tanto los orígenes de las visitas que iniciaron el proceso de compra, como los puntos donde abandonaron la compra y, por supuesto, cuántos acabaron comprando*". Para trasladarlo al ámbito de los portales de transparencia deberíamos traducir el concepto de 'compra' como la realización de una consulta por parte de un ciudadano. Tal y como sostiene la guía metodológica anteriormente referenciada "*es fundamental, para este objetivo, generar un embudo de conversión, dado que normalmente requiere uno o varios pasos que pueden dar lugar a fricción o problemas a eliminar. ¿Hay mucha gente que lo deja por no tener certificado digital? ¿Se cargan*

*bien los formularios? Identificar en el embudo los puntos donde hay más problemas es básico para mejorar el proceso de consulta". Se trata de allanar el camino a los ciudadanos, de facilitar al máximo la consecución de sus objetivos ya que al conseguirlos se están alcanzando también los propios del portal de transparencia en cuestión.*

Todo lo anterior constituye el punto de partida de esta investigación en la que se han pretendido comprobar las siguientes hipótesis:

1. La experiencia de usuario (UX) y el CRO (Conversion Rate Optimization) influyen positivamente en el consumo de los portales de transparencia de las administraciones públicas, entendiéndose como consumo de un portal la suma del número de visitas y páginas vistas más el número de preguntas planteadas en el mismo por la ciudadanía.
2. Igualmente, la cantidad y calidad del contenido publicado en dichos portales de transparencia (publicidad activa) influye positivamente en el consumo del mismo mediante un incremento en el número de visitas y páginas vistas y negativamente en cuanto al número de consultas realizadas, ya que el usuario puede encontrar lo que desea sin tener que realizar una pregunta.

### 3. METODOLOGÍA.

En el presente trabajo se hará una comparación de 9 portales de transparencia: el de la Junta de Andalucía y el de las 8 capitales de provincia andaluzas. Se hará un estudio de los mismos, valorando:

- la **experiencia de usuario** (UX) y el **CRO** (Conversion Rate Optimization). Se valorará su uso combinado buscando analizar tanto si el diseño del portal está orientado a la conversión del usuario mediante una arquitectura persuasiva como la facilidad para recorrer el portal y así localizar, bien aquella información que pueda ser de interés para el usuario, bien el lugar donde poder realizar una consulta concreta. También se tendrán en cuenta otros aspectos como el nivel de dificultad técnica con la que nos encontramos al interactuar con el portal, si los requerimientos de hardware y software que se nos piden son proporcionados, los sistemas de identificación habilitados por cada uno, la calidad y rapidez de la atención al usuario en caso de necesidad, la accesibilidad, etc...

A fin de poder establecer una comparación, se van a establecer 2 tareas que se llevaran a cabo en todos los portales, por un lado, obtener información ya publicada y, por otro lado, realizar una pregunta al mismo. Ambas tareas constarán de una serie de pasos a los que se le asignará puntuaciones en función de lo buena que sea la experiencia de usuario llevándolos a cabo. Para ello nos basaremos en el **método PURE** (Pragmatic Usability Rating by Experts) elaborado por **Norman Nielsen**. Para definir PURE podemos usar las palabras del propio creador: *“Método de evaluación de usabilidad en el que los expertos asignan una o más calificaciones cuantitativas a un diseño basado en un conjunto de criterios y luego combinan todas estas calificaciones en una puntuación final y una representación fácil de entender”*. A cada paso se le asignará un valor del 1 al 3 en función de la dificultad de la tarea para el usuario. Además cada valor lleva asociado un color, verde para el 1, amarillo para el 2 y rojo para el 3. Los criterios para asignar el valor son los siguientes:

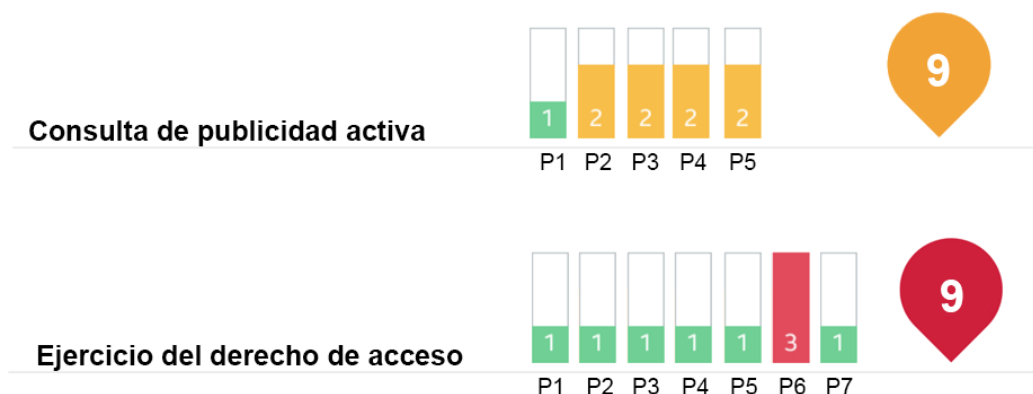
- Valor 1: Baja carga cognitiva, el usuario logra fácilmente el paso.
- Valor 2: Notable carga cognitiva, lograr la tarea requiere cierto esfuerzo.
- Valor 3: Significativa carga cognitiva, es difícil para el usuario.

La puntuación PURE será la suma de las calificaciones de la tarea, y el color lo determinará la peor de las calificaciones de los pasos de cada tarea. Es decir, si una tarea contiene un paso con calificación 3, aunque solo sea uno, la tarea completa tendrá el color rojo. Cuanto más alta sea la puntuación final obtenida mayor será la dificultad que el usuario se ha encontrado al enfrentarse a la web.

Los pasos que se han definido para cada una de las tareas creadas son los siguientes:

- **TAREA 1: Consulta de publicidad activa para obtener una información ya publicada en el portal.**
  - PASO 1: Llega al Portal a través de un buscador.
  - PASO 2: Encontrar el camino a la zona de publicidad activa.
  - PASO 3: Localizar una información concreta entre la disponible. Buscaremos, a modo de ejemplo, información sobre sueldos de alcalde y concejales ya que tal y como sostiene Gonzalo (2018), la información sobre "subvenciones, retribuciones de altos cargos, presupuestos, etc...", es lo más demandado con cerca de un 50% de las búsquedas en el Portal de Transparencia de la Administración General del Estado.
  - PASO 4: Comprobar que la información localizada se puede descargar.
  - PASO 5: Validar que la información se adecúe a lo necesitado.
  
- **TAREA 2: Ejercicio del derecho de acceso.**
  - PASO 1: Llega al Portal a través de un buscador.
  - PASO 2: Localizar la zona donde poder ejercitar el derecho de acceso a la información pública.
  - PASO 3: Identificación del trámite, instrucciones y condiciones.
  - PASO 4: Proceso de identificación (si es requerido).
  - PASO 5: Rellenar el formulario.
  - PASO 6: Validar (y firmar en su caso) el formulario.
  - PASO 7: Recibir acuse de recibo.

A modo de ejemplo, en la figura siguiente, podríamos ver la valoración de un portal 'X' con su puntuación asignada en cada paso de cada una de las 2 tareas y su código de color correspondiente. Aún teniendo la misma puntuación en ambas tareas, vemos que en la segunda (Realización de una pregunta) el color asignado es rojo mientras que en la primera es amarillo, esto se debe a que la segunda tarea tiene un paso de dificultad máxima, es decir 3, que se representa con el color rojo, y este paso provoca que el color final asignado a la tarea, en su conjunto, sea el rojo. En el primer caso, la dificultad máxima encontrada es de nivel 2 (en los pasos dos, tres, cuatro y cinco) por lo tanto el amarillo, color asignado al nivel 2, será el que tenga la tarea en su conjunto.



Puntuación TOTAL:

18

Figura 1. Ejemplo de puntuación de un portal.

- el **contenido** en ellos publicado, es decir, aquella información que está disponible a la ciudadanía sin necesidad de realizar ninguna consulta particular. Aquí valoraremos la cantidad y calidad de la información puesta a disposición. La ley 19/2013 dispone donde, cómo y qué información debe difundirse y será motivo de publicidad activa (**Cotino-Hueso**, 2014). Son los artículos 6, 7 y 8 los que nos dicen que información se debe publicar. Para llevar a cabo nuestra tarea nos apoyaremos en el '**Índice de transparencia de los ayuntamientos'** (ITA) de Transparencia Internacional España correspondiente al año 2017. Transparencia Internacional es, tal y como se define en su propia web "*la única organización no gubernamental a escala universal dedicada a combatir la corrupción congregando a la sociedad civil, sector privado y los gobiernos en una amplia coalición global*". El ITA de Transparencia Internacional mide, como su nombre indica, la transparencia de los 110 mayores ayuntamientos de España ante los ciudadanos y la sociedad, utilizando para ello hasta 80 indicadores distintos. **Piñar Mañas** (2010) lo describe como "*un estudio que sirve como incentivo para que los ayuntamientos mejoren su nivel de transparencia en cada una de sus ediciones al propiciar un mayor acercamiento entre la Administración Local y la ciudadanía*".

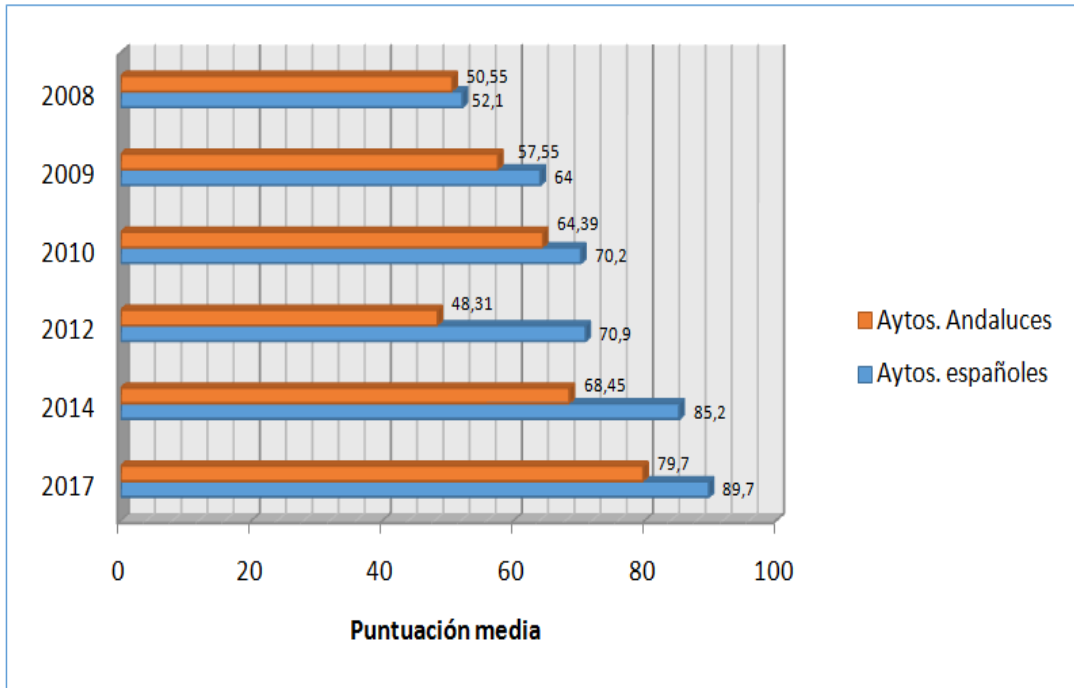


Gráfico 1. Evolución del ITA a lo largo de sus distintas ediciones. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Transparencia Internacional España.

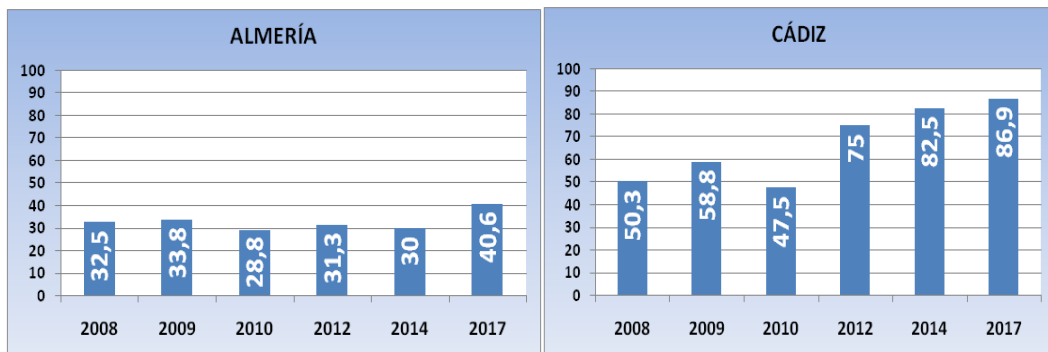


Gráfico 2. Evolución del ITA a lo largo de sus distintas ediciones en los Ayuntamientos de Almería y Cádiz. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Transparencia Internacional España.

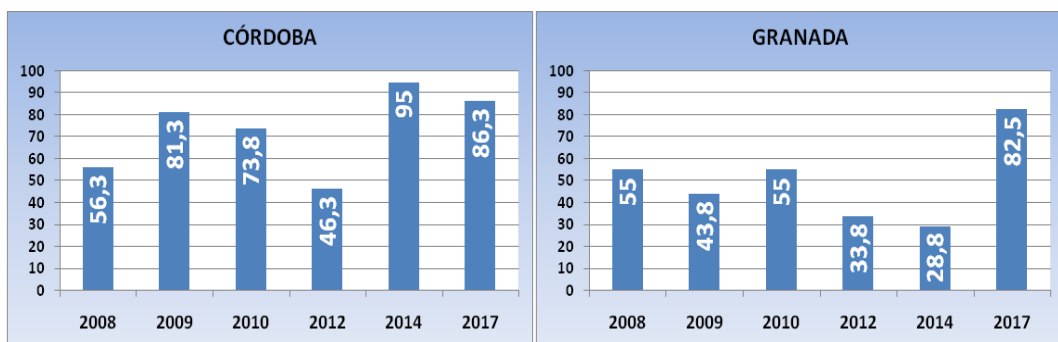


Gráfico 3. Evolución del ITA a lo largo de sus distintas ediciones en los Ayuntamientos de Córdoba y Granada. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Transparencia Internacional España.

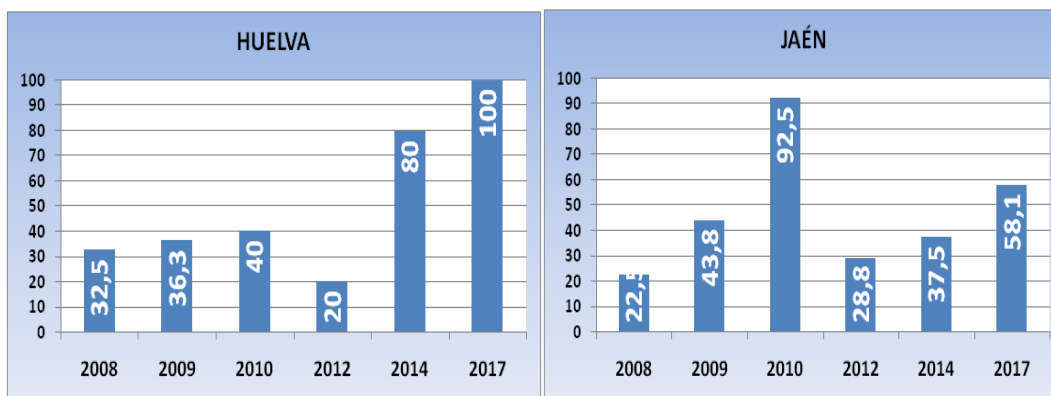


Gráfico 4. Evolución del ITA a lo largo de sus distintas ediciones en los Ayuntamientos de Huelva y Jaén. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Transparencia Internacional España.

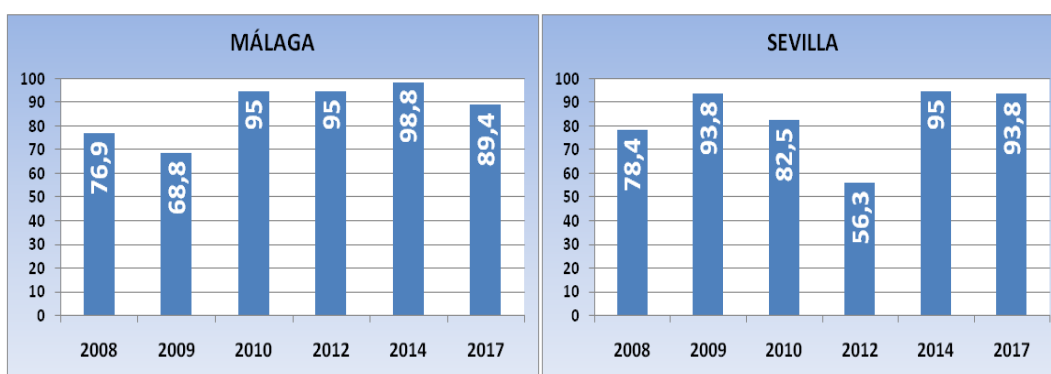


Gráfico 5. Evolución del ITA a lo largo de sus distintas ediciones en los Ayuntamientos de Málaga y Sevilla. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Transparencia Internacional España.

	2008	2009	2010	2012	2014	2017
ALMERÍA	32,5	33,8	28,8	31,3	30	40,6
CÁDIZ	50,3	58,8	47,5	75	82,5	86,9
CÓRDOBA	56,3	81,3	73,8	46,3	95	86,3
GRANADA	55	43,8	55	33,8	28,8	82,5
HUELVA	32,5	36,3	40	20	80	100
JAÉN	22,5	43,8	92,5	28,8	37,5	58,1
MÁLAGA	76,9	68,8	95	95	98,8	89,4
SEVILLA	78,4	93,8	82,5	56,3	95	93,8

Tabla 1. Valores de los que se nutren las gráficas 2 a 5. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de transparencia Internacional España.

El ITA evalúa seis áreas de transparencia distinta que son los siguientes:

- a) Transparencia activa e información sobre la corporación municipal (21 indicadores).
  1. Publicidad activa sobre cargos, personal y retribuciones del ayuntamiento (8 indicadores).
  2. Publicidad activa sobre la planificación, organización y patrimonio del ayuntamiento (6 indicadores).



3. Publicidad activa sobre los órganos de gobierno municipales, informes y resoluciones judiciales (7 indicadores).
- b) Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana (15 indicadores).
    1. Página web del ayuntamiento y servicios municipales (8 indicadores).
    2. Participación ciudadana e información de interés para el ciudadano (7 indicadores).
  - c) Transparencia económica-financiera (11 indicadores).
    1. Información contable y presupuestaria (6 indicadores).
    2. Transparencia en los ingresos, gastos y deudas municipales. (5 indicadores).
  - d) Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios (12 indicadores).
    1. Contrataciones (7 indicadores).
    2. Convenios, encomiendas de gastos y subvenciones (3 indicadores).
    3. Suministradores y costes de los servicios (2 indicadores).
  - e) Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente (12 indicadores).
    1. Planes de ordenación urbana y convenios urbanísticos (5 indicadores).
    2. Información sobre licitaciones de obras públicas (4 indicadores).
    3. Urbanismo y obras de infraestructura (3 indicadores).
  - f) Derecho de acceso a la información (9 indicadores).
    1. Visibilidad, canales y características del acceso a la información pública (6 indicadores).
    2. Reclamaciones y evaluación del derecho de acceso a la información pública (3 indicadores).

Para cada ayuntamiento, a partir de la puntuación obtenida en estas seis áreas (la escala de puntuación va desde 0 hasta 100, siendo 100 el máximo) se calcula el valor medio que se convertirá en el índice de transparencia global del ayuntamiento.

A partir de los datos que arroje el ITA asignaremos, para mayor claridad, las mismas marcas de colores que aplicamos al análisis de la UX y CRO:

- Tipo de valor 1: ITA por encima de la media.



- Tipo de valor 2: ITA en el rango medio. Para calcular que valores se encuentran en este tipo 2 usaremos la desviación típica de la muestra, calculando un rango de valores que nos marcará la pertenencia o no a este grupo.

2

- Tipo de valor 3: ITA por debajo de la media.

3

En este punto conviene resaltar que el ITA de Transparencia Internacional ya no es la única opción de la que se dispone para medir el nivel de transparencia de una institución. Recientemente el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno en colaboración con la Agencia de Evaluación y Calidad han presentado la Metodología de Evaluación y Seguimiento de la Transparencia de la Actividad Pública (MESTA), la cual, partiendo de toda la normativa nacional y autonómica vigente sobre transparencia, permite puntuar a las distintas administraciones. Esta metodología es el núcleo de uno de los ejes del Plan Estratégico del Consejo de Transparencia y buen Gobierno, concretamente, el denominado eje SUPERVISA. En palabras de la ex-presidenta del propio Consejo, **Arizmendi (2017)** "*Los ejes del consejo no son una lista de deseos, son los vectores fuerza sobre los cuales hay que levantar un nuevo derecho llamado a cambiar las relaciones entre la Administración y sus ciudadanos*". MESTA es una metodología que mide la 'publicidad activa' y el 'derecho a la información'. Con respecto a la publicidad activa se basa en dos indicadores:

- **Indicador de Cumplimiento en Publicidad Activa (ICPA)**. Se calcula sobre la información obligatoria de la Ley de Transparencia y las obligaciones de accesibilidad de las webs.
- **Indicador de Transparencia en Publicidad Activa (ITPA)**. Se centra en la calidad de la transparencia y es más extenso porque incluye información no obligatoria.

Hay que recordar que no todas las administraciones tienen las mismas obligaciones en cuanto a publicidad activa, ya que, si bien tienen una base común, la que marca la LTAIBG, cada comunidad ha desarrollado su propia ley autonómica que añade, a esas obligaciones comunes, otro conjunto particular definido por cada comunidad autónoma.

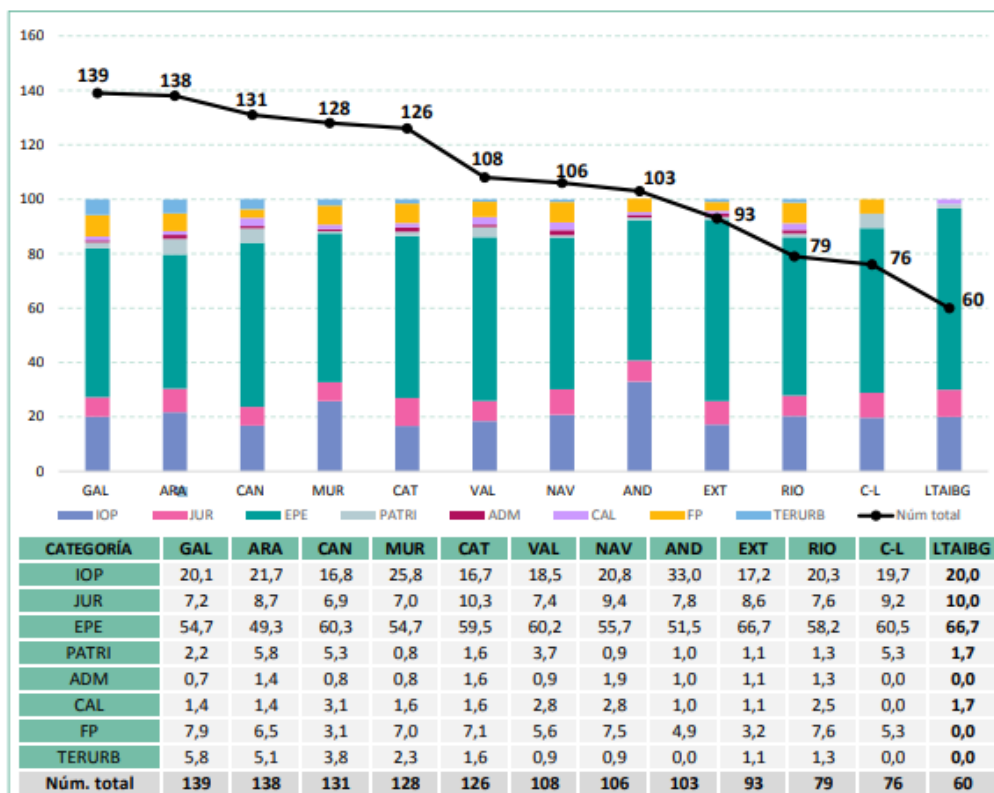


Gráfico 6. Número total de informaciones de publicidad activa y distribución porcentual por categorías, según las leyes de transparencia estatal y autonómicas, ordenadas de mayor a menor número de informaciones. Tabla extraída del Informe Final sobre MESTA de AEVAL.

El gráfico 6 muestra, las Comunidades Autónomas ordenadas según el número de informaciones obligadas a publicar por la legislación estatal y la suya propia autonómica. También se observa cómo se distribuyen porcentualmente estas informaciones por categorías. (IOP: institucional-organizativa-planificadora; JUR: relevancia jurídica; EPE: económica-presupuestaria-estadística; PATRI: patrimonio; ADM: procedimientos administrativos; CAL: calidad de los servicios; FP: función pública y TERURB: ordenación del territorio y urbanismo)

A pesar de que MESTA está llamada a ser una herramienta de una utilidad enorme, al ser tan reciente su publicación, todavía no tenemos mediciones de la transparencia de los ayuntamientos utilizando esta metodología, por lo que nos centraremos en el ITA, donde se podemos encontrar datos desde hace varios años.

En cuanto a la información de uso de los portales que necesitamos para calcular su consumo, se le realizará, a cada uno de ellos, una serie de preguntas que nos permitan, por un lado, valorar la calidad de las respuestas y, por el otro, obtener la información que necesitamos en cuanto a estadísticas de uso. Las preguntas que se formularán son las siguientes:

1. Número de usuarios del portal desde su apertura (por mes).
2. Número de usuarios nuevos del portal desde su apertura (por mes).
3. Número de sesiones desde su apertura (por mes).
4. Número de páginas vistas desde su apertura (por mes).

5. Número de consultas realizadas al portal en aplicación del derecho de acceso (por mes).

6. Número de documentos consultados o descargados desde su apertura (por mes).

En el caso de la consulta realizada en el portal de la Junta de Andalucía se hacen las mismas preguntas solicitando que los resultados se den agrupados por ciudad o en su defecto por provincia. El tener dicha agrupación por localidad (o provincia en su defecto) permitirá aislar el impacto “antecedente” que puede tener la cultura política de un lugar.

A fin de homogeneizar los resultados a la hora de calcular el consumo de un portal ponderaremos los datos de páginas vistas y de consultas realizadas por la población de cada municipio.

## 4.RESULTADOS.

### 4.1. Los portales: el contenido.

Con respecto al contenido, como se ha explicado antes, la base será el ITA de Transparencia Internacional España y, para el año 2017, nos encontramos con los siguientes valores:

#### ALMERÍA

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 59,5
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 46,7
- C. Transparencia económico-financiera: 27,3
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 50,0
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 25,0
- F. Derecho de acceso a la información: 11,1

**TRANSPARENCIA GLOBAL ALMERÍA: 40,6**

#### CÁDIZ

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 95,2
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 100,0
- C. Transparencia económico-financiera: 63,6
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 83,3
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 91,7
- F. Derecho de acceso a la información: 72,2

**TRANSPARENCIA GLOBAL CÁDIZ: 86,9**

#### CÓRDOBA

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 85,7
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 80,0
- C. Transparencia económico-financiera: 81,8
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 87,5
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 95,8
- F. Derecho de acceso a la información: 88,9

**TRANSPARENCIA GLOBAL CÓRDOBA: 86,3**

#### GRANADA

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 100,0
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 70,0
- C. Transparencia económico-financiera: 100,0
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 87,5
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 41,7
- F. Derecho de acceso a la información: 88,9

**TRANSPARENCIA GLOBAL GRANADA: 82,5**

#### HUELVA

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 100,0
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 100,0
- C. Transparencia económico-financiera: 100,0

- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 100,0
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 100,0
- F. Derecho de acceso a la información: 100,0

**TRANSPARENCIA GLOBAL HUELVA: 100,0**

## JAEN

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 73,8
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 56,7
- C. Transparencia económico-financiera: 54,5
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 37,5
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 41,7
- F. Derecho de acceso a la información: 77,8

**TRANSPARENCIA GLOBAL JAEN: 58,1**

## MÁLAGA

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 95,2
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 73,3
- C. Transparencia económico-financiera: 90,9
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 100,0
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 79,2
- F. Derecho de acceso a la información: 100,0

**TRANSPARENCIA GLOBAL MÁLAGA: 89,4**

## SEVILLA

- A. Transparencia activa e información sobre la corporación municipal: 100,0
- B. Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana: 93,3
- C. Transparencia económico-financiera: 100,0
- D. Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios: 79,2
- E. Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente: 95,8
- F. Derecho de acceso a la información: 88,9

**TRANSPARENCIA GLOBAL SEVILLA: 93,8**

Como se puede observar en el gráfico 7 los valores obtenidos en el ITA por los ayuntamientos andaluces varían desde los 40,6 de Almería hasta los 100 puntos (máximo posible) de Huelva. Tan solo dos capitales de provincia en Andalucía se sitúan por encima de la media nacional, concretamente Huelva y Sevilla. A destacar la capital onubense que presenta la máxima puntuación en todos los apartados con los que se construye el ITA, convirtiéndose en uno de los 25 ayuntamientos que obtienen el 100 y el único de Andalucía (entre los 25 ayuntamientos con máxima puntuación encontramos también otro ayuntamiento andaluz, Jerez de la Frontera, pero queda fuera del presente estudio por no ser capital de provincia). En el caso de Sevilla, obtiene altas puntuaciones en todos los apartados, aunque solamente en la transparencia económica-financiera puede presumir de la máxima.

Dignos de mención también, aunque en este caso en sentido negativo, son los casos de Almería y Jaén que obtienen una puntuación muy por debajo de la media nacional. En el caso de la capital almeriense, aunque obtiene bajas puntuaciones en todos los apartados medidos para la obtención del ITA, es en el derecho de acceso a la información pública donde obtiene una puntuación menor, 11,1 puntos sobre 100, lo que debería suponer una auténtica llamada de atención para los responsables del

portal de transparencia almeriense. En el caso de Jaén su punto más débil lo encontramos en toda aquella información relacionada con la contratación, reparto de subvenciones y costes de los servicios, concretamente obtiene 37,5 puntos sobre 100, cifra realmente baja. La información relativa a urbanismo, obras públicas y medioambiente también tiene una baja valoración, 41,7 puntos.

A continuación de Almería y Jaén, tenemos, a Granada, Córdoba y Cádiz que, aun superando a las dos primeras por una amplia puntuación, aún se encuentran por debajo de la media nacional y a Málaga, que, con sus 89,4 puntos, prácticamente, se sitúa en el umbral que marcan los 89,7 puntos.

A partir de estos datos del ITA 2017 obtenemos los datos estadísticos que necesitamos:

- Media: 79,7
- Varianza: 400,5
- Desviación típica: 20

Y una vez obtenidos, calculamos los rangos de numéricos en los que dividiremos los resultados ITA 2017 de los portales:

- Rango para el grupo 2 (amarillo):  $79,7 \pm 20 = [59,70 - 99,70]$
- Rango para el grupo 1 (verde):  $[99,71 - 100]$
- Rango para el grupo 3 (rojo):  $[0 - 59,69]$

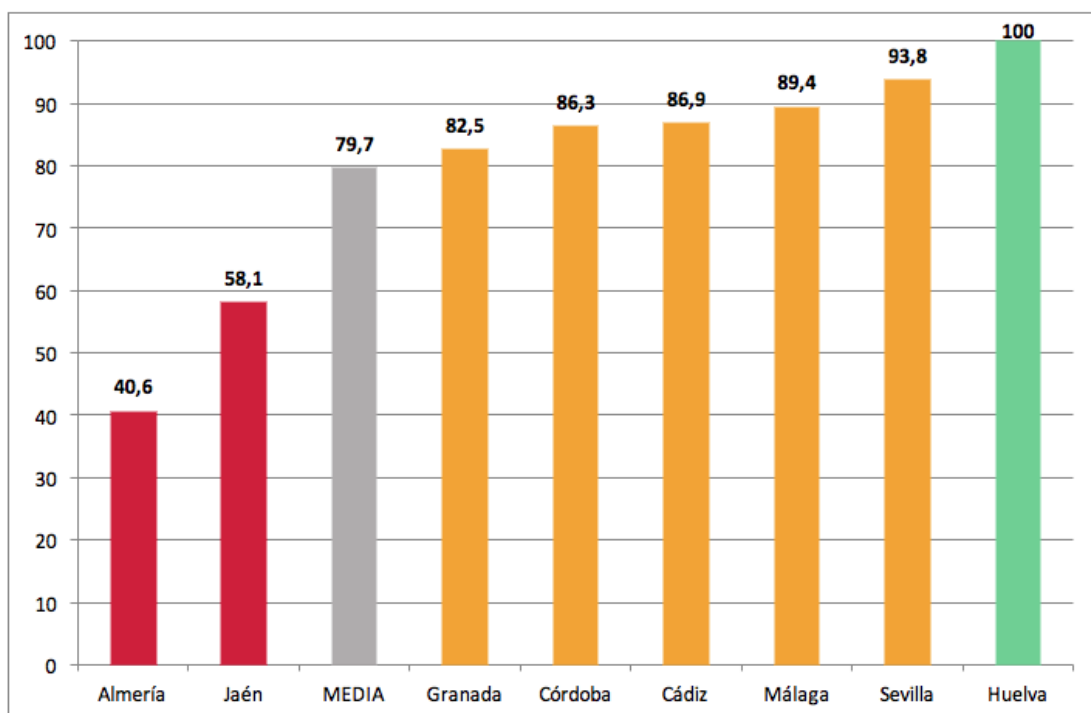


Gráfico 7. Gráfico comparado de los valores ITA obtenidos en transparencia global en el año 2017 para cada una de las capitales de provincia de Andalucía y la media, ordenado de menor a mayor. Elaboración propia a partir de los datos de Transparencia Internacional.

Hay que señalar que, como hemos podido apreciar en los gráficos anteriores, en líneas generales, la tendencia es positiva y cada año nos encontramos valores del ITA mayores, lo cual es señal inequívoca de que, poco a poco, la concienciación, por parte de los responsables de las administraciones públicas, de que la transparencia es un pilar fundamental en las democracias actuales.

	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAEN	MÁLAGA	SEVILLA
Transparencia activa e información sobre la corporación municipal.	59,5	95,2	85,7	100	100	73,8	95,2	100
Página web, relaciones con los ciudadanos y la sociedad y participación ciudadana.	46,7	100	80	70	100	56,7	73,3	93,3
Transparencia económico-financiera.	27,3	63,6	81,8	100	100	54,5	90,9	100
Transparencia en las contrataciones, convenios, subvenciones y costes de los servicios.	50	83,3	87,5	87,5	100	37,5	100	79,2
Transparencia en materias de urbanismo, obras públicas y medioambiente.	25	91,7	95,8	41,7	100	41,7	79,2	95,8
Derecho de acceso a la información.	11,1	72,2	88,9	88,9	100	77,8	100	88,9
<b>TOTAL</b>	<b>40,6</b>	<b>86,9</b>	<b>86,3</b>	<b>82,5</b>	<b>100</b>	<b>58,1</b>	<b>89,4</b>	<b>93,8</b>

Tabla 2. Valores de los distintos apartados que conforman el ITA 2017. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Transparencia Internacional España.

## 4.2. Los portales: la UX y el CRO.

En este apartado, haremos un análisis de los portales de cada ayuntamiento siguiendo la metodología descrita en el apartado anterior. A modo de recordatorio los pasos de cada tarea eran los siguientes:

### **TAREA 1: Consulta de publicidad activa para obtener una información ya publicada en el portal.**

- P1: Llegar al Portal a través de un buscador.
- P2: Encontrar el camino a la zona de publicidad activa.
- P3: Localizar una información concreta entre la disponible.  
Buscaremos, a modo de ejemplo, información sobre sueldos de alcalde y concejales.
- P4: Comprobar que la información localizada se puede descargar.
- P5: Validar que la información se adecúe a lo necesitado.

### **TAREA 2: Ejercicio del derecho de acceso.**

- P1: Llegar al Portal a través de un buscador.
- P2: Localizar la zona donde poder ejercitar el derecho de acceso a la información pública.
- P3: Identificación del trámite, instrucciones y condiciones.
- P4: Proceso de identificación (si es requerido).



- P5: Rellenar el formulario.
- P6: Validar (y firmar en su caso) el formulario.
- P7: Recibir acuse de recibo.

## ALMERÍA

<http://www.aytoalmeria.es>

Fecha: Mayo 2018



The screenshot shows the official website of the Ayuntamiento de Almería. The main header features the city's name and a search bar. Below the header, there is a navigation menu with options like 'Inicio', 'Calendario', 'Noticias', and 'Sugerencias'. The central content area is dominated by a large banner for the 'Plan Estratégico de Almería 2030' with a sub-header 'CONTRA LA TRATA reTRATA'. Below this, there are several news articles with dates from May 25, 2018, detailing urban planning and demolition projects. The right sidebar contains various service links such as 'CONCEJALIA de ECONOMIA', 'Presupuestos 2018', 'Ordenanzas', and 'Servicios Económicos'. At the bottom, there are links to 'Oficina Virtual' and 'Oficina Virtual Tributaria'.

Figura 2. Web del Ayuntamiento de Almería.

El caso del ayuntamiento de Almería es particular ya que, sencillamente, no dispone de portal de transparencia. La escasa información existente (decimos escasa siendo generosos, tal y como podemos ver en la valoración del contenido realizada en el apartado anterior) se dispersa a través de los distintos apartados de la web municipal. Localizar la información oficial sobre los sueldos de alcalde y concejales del ayuntamiento de Almería a través de la propia web ha sido del todo imposible. Solo hemos podido obtener los importes en fuentes externas de noticias que se hacen eco del importe por ser el más elevado de las capitales de provincia de Andalucía. Por todo lo anterior, se le otorgará la peor puntuación en este apartado.

PUNTUACIÓN:



Puntuación TOTAL: **36**

CÁDIZ

<https://transparencia.cadiz.es/>

Fecha: Mayo 2018

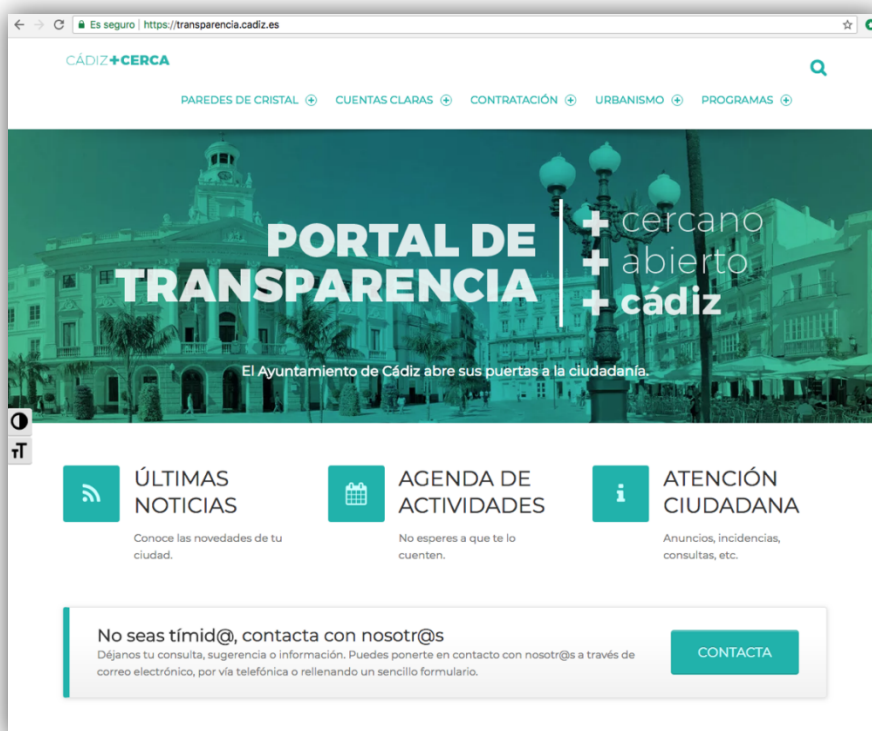
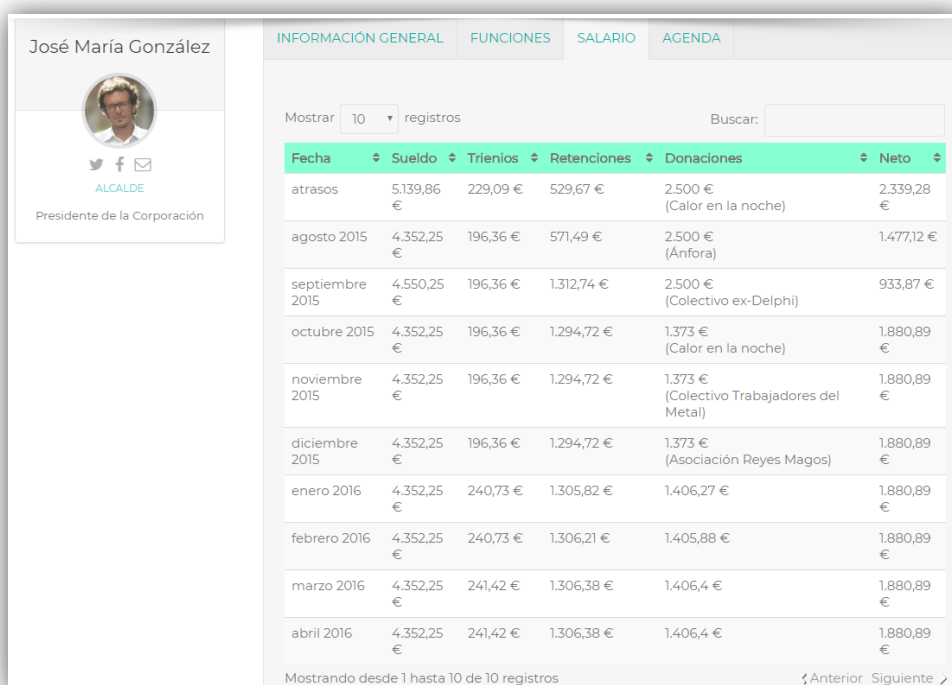


Figura 3. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Cádiz.

El portal de Cádiz representa un curioso contraste, ya que su portal de transparencia tiene, en líneas generales, bastante bien cubierto todo lo relacionado con el diseño y la

experiencia de usuario en cuanto a la publicidad activa, sin embargo, el derecho de acceso está totalmente olvidado convirtiéndose en un procedimiento a realizar exclusivamente de forma presencial, del que solo se informa en la página web del ayuntamiento (no hay mención a tal asunto en la propia web de transparencia).

Volviendo a la publicidad activa, a la hora de buscar la información que queremos sobre los sueldos del alcalde y los concejales nos encontramos con que es bastante fácil e intuitivo llegar a la zona adecuada y localizar donde se almacena dicha información, pero nos llevamos una desagradable sorpresa al intentar acceder a ella ya que, por un lado, no es nada sencillo su descarga sino que se presenta la información de forma tabulada en la propia web con registros de ingresos por mes pero sin posibilidad de descarga, lo cual convierte los datos ofrecidos en información poco práctica y por otro lado, la información, como se puede observar en la figura 4, está incompleta para el alcalde (solo se muestra información hasta abril de 2016) y es inexistente para los concejales de los grupos de la oposición.



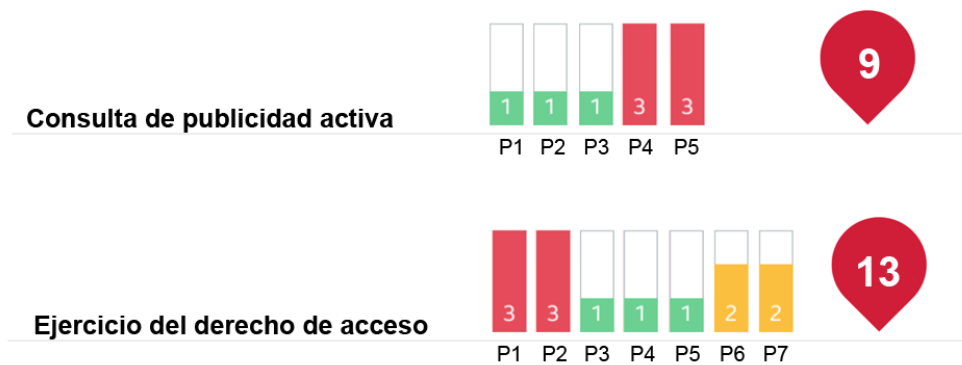
Fecha	Sueldo	Trienios	Retenciones	Donaciones	Neto
atrasos	5,139,86 €	229,09 €	529,67 €	2.500 € (Calor en la noche)	2.339,28 €
agosto 2015	4,352,25 €	196,36 €	571,49 €	2.500 € (Ánfora)	1,477,12 €
septiembre 2015	4,550,25 €	196,36 €	1.312,74 €	2.500 € (Colectivo ex-Delphi)	933,87 €
octubre 2015	4,352,25 €	196,36 €	1.294,72 €	1.373 € (Calor en la noche)	1,880,89 €
noviembre 2015	4,352,25 €	196,36 €	1.294,72 €	1.373 € (Colectivo Trabajadores del Metal)	1,880,89 €
diciembre 2015	4,352,25 €	196,36 €	1.294,72 €	1.373 € (Asociación Reyes Magos)	1,880,89 €
enero 2016	4,352,25 €	240,73 €	1.305,82 €	1.406,27 €	1,880,89 €
febrero 2016	4,352,25 €	240,73 €	1.306,21 €	1.405,88 €	1,880,89 €
marzo 2016	4,352,25 €	241,42 €	1.306,38 €	1.406,4 €	1,880,89 €
abril 2016	4,352,25 €	241,42 €	1.306,38 €	1.406,4 €	1,880,89 €

Figura 4. Datos existentes sobre el sueldo del alcalde en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Cádiz.

En cuanto al derecho de acceso, finalmente, tras mucho buscar a través de google y la web municipal consigo encontrar una zona para realizar trámites on line <https://tramita.cadiz.es/tramita-2.0/cadiz/es/CatalogoServiciosActionInicio.action> (realmente fue, con diferencia, la web que más complejo y dificultoso hace el camino para llegar a la zona de trámites on line) y entre ellos se encuentra la solicitud de acceso a la información pública como uno más entre un largo listado de servicios ofrecidos. Para poder realizar estos trámites on-line hay que registrarse en un sistema denominado 'carpetas del ciudadano' donde hay que identificarse con DNI electrónico o certificado digital además de dar otros datos personales como dirección postal. Un proceso quizás algo engorroso por innecesario pero que no presenta ninguna complicación técnica.

Finalmente, tras la instalación del complemento AutoFirma y la superación de varios errores técnicos consigo realizar la consulta. Aunque no se genera un acuse de recibo descargable, se puede consultar en cualquier momento, mediante el uso de un certificado digital, el estado del expediente a través de la denominada 'carpetas del ciudadano'.

**PUNTUACIÓN:**



**Puntuación TOTAL:**

**22**

**CÓRDOBA**

<https://www.cordoba.es/inicio-transparencia>

Fecha: Mayo 2018

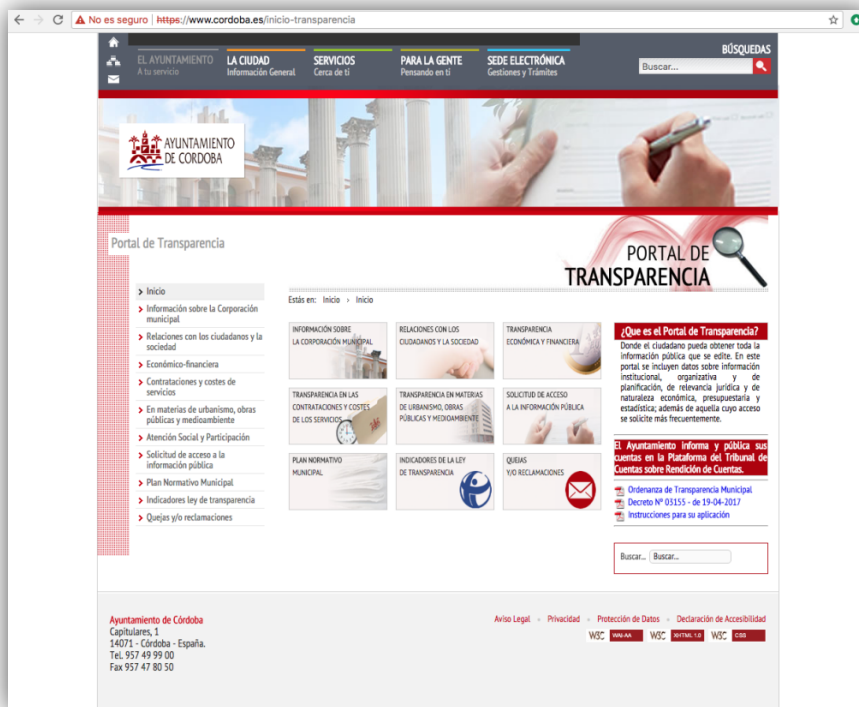


Figura 5. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Córdoba.

El ayuntamiento de Córdoba no dispone de un portal de transparencia específico, lo tiene incluido dentro de la web del propio ayuntamiento. Un banner da acceso al mismo desde la página principal. Una vez dentro encontramos los distintos apartados en los que se distribuye toda la información puesta a disposición de la ciudadanía, es decir todo aquello referente a la publicidad activa, como curiosidad destacar que tiene un enlace en el que se listan los indicadores que utiliza Transparencia Internacional España para elaborar el ITA y sobre ellos se enlaza los sitios de la web donde se da cumplimiento a cada indicador (si bien no todos tienen su enlace, asumiendo, por tanto, que no se encuentra disponible dicha información como sería el caso del indicador '*Se publican de forma detallada e individualizada los gastos de viaje del Alcalde/sa, y de los demás cargos electos del Ayuntamiento*'). Sin embargo, los datos buscados referentes a sueldos de alcalde y concejales sí los encontramos en esta zona de 'Indicadores de la ley de transparencia'. Quizás sería más intuitivo si se localizaran en la zona de 'Información sobre la corporación municipal' junto al resto de información biográfica y funcional de los concejales y alcalde, ya que es donde se suele acceder en busca de este tipo de información. La información se presenta con un PDF con el acuerdo de un pleno escaneado de 2015 en el que se informa de los sueldos del alcalde, de los tenientes de alcalde, de las distintas concejalías, de los portavoces de los grupos, etc... La información, por tanto, no se presenta en un formato que facilite la reutilización y no está actualizada, al menos, si el sueldo actual sigue siendo el mismo que en 2015 no queda indicado en ningún sitio.

mensualidades de junio y diciembre, y darles de alta en el régimen general de la Seguridad Social, a los siguientes cargos y por los importes expresados en euros que a continuación se relacionan:

ALCALDE/SA PRESIDENTE/A (1)	58.323
TENIENTES DE ALCALDE (5)	52.841
CONCEJALES/AS DELEGADOS/AS (4)	48.853
PORTAVOZ GRUPO POPULAR (1)	49.850
PORTAVOZ GRUPO SOCIALISTA (1)	49.850
PORTAVOZ GRUPO GANEMOS CÓRDOBA (1)	49.850
PORTAVOZ GRUPO CIUDADANOS (1)	49.850
PORTAVOZ GRUPO MIXTO (1)	49.850
CONCEJAL/A SIN DELEGACIÓN GRUPO POPULAR (4)	42.871
CONCEJAL/A SIN DELEGACIÓN GRUPO GANEMOS CÓRDOBA (1)	42.871

SEGUNDO: Aprobar el régimen de dedicación parcial al 75% de la jornada a percibir en catorce pagas, doce correspondientes a las diferentes mensualidades del año y las dos restantes correspondientes a las mensualidades de junio y diciembre, y darles de alta en el régimen general de la Seguridad Social, a los siguientes cargos y por los importes expresados en euros que a continuación se relacionan:

CONCEJAL/A DELEGACIÓN CON	36.640
VICEPORTAVOZ GRUPO GANEMOS CÓRDOBA	31.904

TERCERO: De conformidad con lo dispuesto en el art. 74.3 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen

Figura 6. Documento escaneado con los sueldos de alcalde y concejales obtenido en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Córdoba. Los últimos datos existentes están referidos a 2015.

Tenemos otro banner que nos conduce directamente a la solicitud de acceso a la información pública. En dicha sección se nos informa que el trámite se puede realizar de forma presencial descargándose el documento pertinente, rellenándolo y presentándolo en el Registro General del ayuntamiento. No hay enlace ni opción de tramitación online.

Al tratar de presentar el documento descargado a través de la sede electrónica del organismo (la cual tengo que buscar por mis medios porque no hay enlace desde el apartado de acceso a la información pública) nos encontramos que es necesario tener DNI electrónico o certificado digital y que no es posible realizarlo desde el ordenador que se están realizando todas las consultas, un iMac con OS X, ni usando el navegador Chrome ni usando Safari por problemas de configuración. Busco un ordenador más antiguo con el sistema operativo Windows y el navegador Internet Explorer y después de modificar la versión de Java y su configuración de seguridad (modificaciones que incluyen meterse en el panel de control de Java y agregar la URL de la sede electrónica del ayuntamiento de Córdoba entre las excepciones de seguridad de Java) consigo presentar en el registro electrónico la solicitud y recibir el correspondiente justificante. Como podemos ver a en la figura 7, la sede electrónica del ayuntamiento de Córdoba, para su correcto funcionamiento, exige numerosos requisitos estando lejos de ofrecer un servicio multiplataforma independiente del sistema operativo o del propio navegador utilizado.





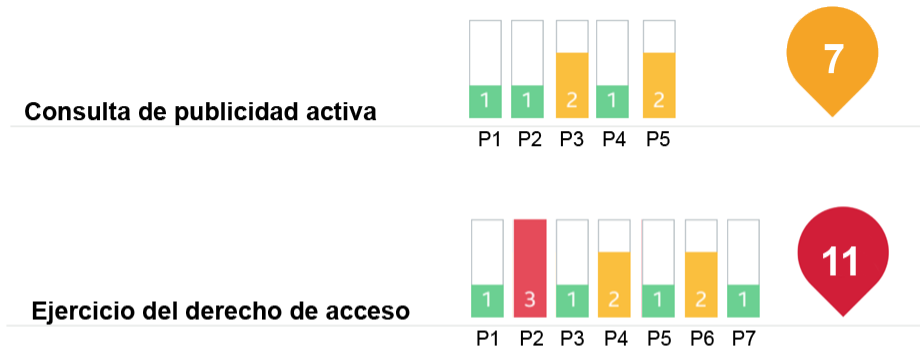
COMPONENTE	CONFIGURACIÓN DETECTADA	CONFIGURACIÓN SOPORTADA	RESULTADO
Sistema operativo	Windows 8.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Windows XP SP3</li> <li>Windows 7</li> <li>Windows 8 y Windows 8.1</li> <li>Windows 10</li> <li>Linux Ubuntu y Guadalinex</li> </ul>	
Navegador	Internet Explorer 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internet Explorer versión 9 o superior (sólo sistemas windows, excepto IE 11, en proceso de certificación)</li> <li>Mozilla Firefox 3.5 o superior (10.0 o superior para sistemas Linux)</li> <li>Google Chrome 41 o inferior</li> </ul>	
Lector de PDF	Sí	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para el visionado de documentos: Programa lector de ficheros PDF (Adobe Reader versión 8.1 o superior. o similar)</li> </ul>	
Plugin de Java	<p><a href="#">Pulse aquí para comprobar su versión de máquina virtual Java, si lo desea</a></p> <p><a href="#">Instrucciones para instalar plugin de java para la Sede</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para operaciones que exijan firma electrónica:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Máquina virtual Java (JRE de Java) versión SE 7 (1.7.X_X)</li> <li>Máquina virtual Java (JRE de Java) versión SE 8 (1.8.X_X)</li> </ul> </li> <li>Para inscripción en los procesos selectivos usando certificado digital:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Máquina virtual Java (JRE de Java) versión SE 7 (1.7.0.45) ó</li> <li>Máquina virtual Java (JRE de Java) versión SE 8 (1.8.0.25) <b>sin TLS</b> Debe desactivar TLS en la configuración avanzada de Java.</li> <li>Máquina virtual Java (JRE de Java) versión SE 8 (1.8.0.31) <b>NO funciona (En proceso de solución.)</b></li> </ul> </li> </ul>	
Medios de identificación electrónica	<a href="#">No se olvide de comprobar manualmente los medios de identificación indicados</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DNIe</li> <li>Certificado FNMT Clase2</li> </ul>	
Acceder a la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Córdoba	Instalación del certificado digital de persona física	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Instrucciones de instalación de certificado de persona física o jurídica en Firefox</a></li> <li><a href="#">Instrucciones de instalación de certificado de persona física o jurídica en Internet Explorer</a></li> </ul>	
	Es necesario configurar su navegador de modo que el siguiente certificado figure como autoridad certificadora de confianza:	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Descarga de certificado raíz de la FNMT</a></li> <li><a href="#">Instrucciones de instalación de certificado de autoridad certificadora de confianza en Firefox</a></li> <li><a href="#">Instrucciones de instalación de certificado de autoridad certificadora de confianza en Internet Explorer</a></li> </ul>	

Figura 7. Requisitos de funcionamiento de la sede electrónica del Ayuntamiento de Córdoba.

Realmente pienso que, para poder conseguir mi objetivo, además de cambiar mi equipo de trabajo y modificar la configuración del otro equipo usado, he tenido que usar parte del conocimiento técnico que poseo al ser Ingeniero en Informática y que el

usuario medio (no hablemos ya de personas con bajo conocimiento en el campo de la informática) hubiera tenido serios problemas para poder conseguir realizar la consulta con éxito.

**PUNTUACIÓN:**



**Puntuación TOTAL:**

18

**GRANADA**

<http://transparencia.granada.org/>

Fecha: Mayo 2018



Figura 8. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Granada

El portal de transparencia de granada tiene en su página de inicio cuatro grandes iconos con cuatro ítems:

- Transparencia Ayuntamiento
- Transparencia Agencia Albaicín
- Transparencia Agencia Tributaria
- Solicitud de Información

El primero de ellos conduce a la sección de publicidad activa donde de nuevos seis grandes iconos nos guían hacia la información que deseamos sin grandes complicaciones. Al tratar de buscar la información sobre sueldos de alcalde y concejales podemos encontrarla sin ninguna dificultad reseñable, estando bastante bien estructurada la información en la web. En el lado negativo, la información buscada se muestra en pantalla y hay que ir pinchando en cada concejal que del que queremos saber sus retribuciones de forma individual, no es posible la descarga de un documento con los sueldos de la corporación que facilite la reusabilidad de la información.

**Alcalde**

**Don Francisco Cuenca Rodríguez, Alcalde-Presidente del Excmo. Ayuntamiento de Granada**

**Partido político**  
Partido Socialista Obrero Español

**Trayectoria**

**Email y Redes**  Nacido en Granada el 12 de agosto de 1969

**Formación**

- Diplomado en Educación Física por la Universidad de Granada.
- Master en Alta Dirección de Entidades Sociales

**Trayectoria**

- Último cargo: Portavoz del Grupo Municipal Socialista del Excmo. Ayuntamiento de Granada.
- Coordinador de la Delegación de la Junta de Andalucía y Delegado de Obras Públicas e Innovación en Granada
- Funcionario de la Junta de Andalucía en excedencia.

**Retribuciones anuales**

Retribuciones anuales percibida en régimen de dedicación exclusiva: 62.324,10 euros.

[Declaración de bienes y actividades](#) 

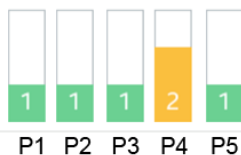
Figura 9. Datos sobre el sueldo del alcalde obtenidos en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Granada

El icono de la página principal denominado 'Solicitud de Información' lleva directamente al apartado de 'Solicitud de acceso a la información pública' la cual se puede ejercer de forma presencial o a través de la sede electrónica del ayuntamiento de Granada, necesitando para ello DNI electrónico o Certificado Digital. Al acceder a la sede electrónica y presentar el certificado digital se genera una instancia general, la cual, tras algún problema técnico resuelto rápidamente por una buena atención telefónica, puedo firmar y presentar recibiendo el correspondiente resguardo.

PUNTUACIÓN:



Consulta de publicidad activa



Ejercicio del derecho de acceso



Puntuación TOTAL:

14

HUELVA

<http://www.huelva.es/portal/es/transparencia>

Fecha: Mayo 2018

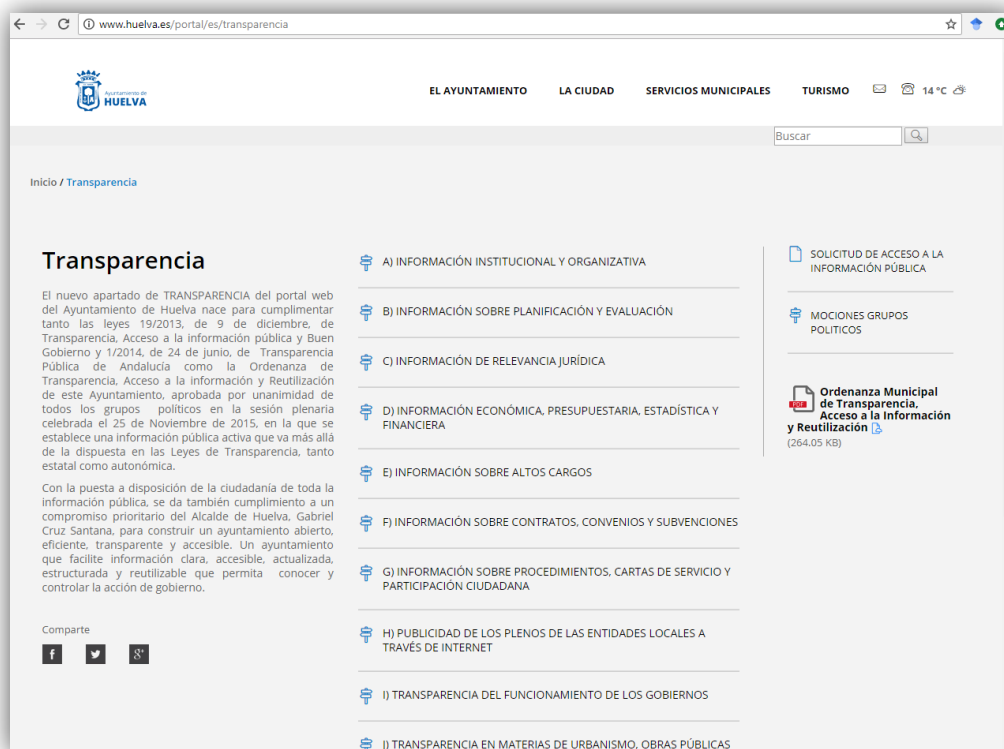


Figura 10. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Huelva.

Huelva tiene su portal de transparencia incrustado en la web municipal, desde la cual, mediante un enlace situado en la página principal, se accede a un espacio dedicado a

la transparencia que bien podría convertirse en referente para el resto. Bien estructurado respecto a la publicidad activa, la cual es bastante amplia (basta recordar que en el apartado 'contenido' era la única web, de las que tratamos en el presente trabajo, que obtenía la máxima puntuación) y con acceso fácilmente visible a la solicitud de acceso a la información pública.

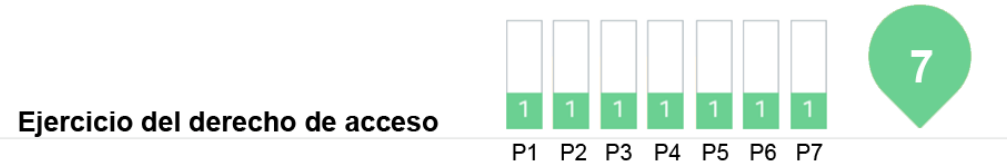
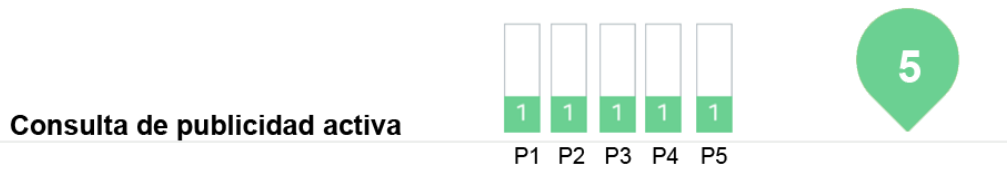
Por ponerle un pero, quizás, sería conveniente, a la hora de catalogar la publicidad activa, apoyar la categorización con iconos en lugar de hacerlo exclusivamente mediante texto, en orden de hacerla más simple y rápida para el usuario. En cualquier caso, encontramos la información rápidamente en el apartado 'Información sobre altos cargos' dándonos la opción de descargar un archivo en formato PDF con todos los datos que buscamos. Una vez más se opta por el PDF exclusivamente en lugar de añadir un formato más reutilizable como podría ser una hoja de cálculo de formato abierto, aunque en este caso el PDF obtenido es editable y pueden extraerse los datos del mismo, sin mucha complicación para su posterior reutilización.

RETRIBUCIONES CARGOS REPRESENTATIVOS CON DEDICACION EXCLUSIVA			
APELLIDOS	NOMBRE	PUESTO	RETRIBUCION ANUAL
CRUZ SANTANA	GABRIEL	ALCALDE-PRESIDENTE	61.103,00
TOBAR CLAVERO	ELENA MARIA	1ER TTE. DE ALCALDE	58.000,00
VILLADEAMIGO SEGOVIA	MARIA	2º TENIENTE DE ALCALDE	58.000,00
GOMEZ MARQUEZ	MANUEL FRANCISCO	PORTAVOZ PSOE	58.000,00
RAMOS VILLARAN	ANTONIO JULIAN	CONCEJAL DELEGADO	54.000,00
NARCISO RUFO	ALICIA	CONCEJAL DELEGADO	54.000,00
BUENO QUINTERO	JESUS MANUEL	CONCEJAL DELEGADO	54.000,00
PULIDO DOMINGUEZ	MARIA JOSE	CONCEJAL DELEGADO	54.000,00
GAVIÑO PAZO	MANUEL ENRIQUE	CONCEJAL DELEGADO	54.000,00
CUMBRERA LEANDRO	ESTHER	CONCEJAL DELEGADO	54.000,00
SANCHEZ GARCIA	ANGEL ANDRES	PORTAVOZ PP	58.000,00
CENTENO GARCIA	BERTA SOFIA	VICEPORTAVOZ PP	50.000,00
MARTIN LEYRA	MARIA	PORTAVOZ CIUDADANOS	58.000,00
ARAZOLA CORVERA	JUAN MANUEL	PORTAVOZ IU-LV-CA	58.000,00
GAVILAN FERNANDEZ	RAFAEL ENRIQUE	PORTAVOZ GRUPO MIXTO	29.000,00
AMADOR ZAMBRANO	JESUS	VICEPORTAVOZ GRUPO MIXTO	29.000,00

Figura 11. Datos sobre sueldos de alcalde y concejales obtenidos en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Huelva.

Precisamente, el apartado de solicitud de acceso es su punto fuerte con respecto al resto de webs analizadas hasta el momento. Su simplicidad y facilidad de uso es magnífica, no requiere de identificación mediante DNI electrónico ni certificado digital, presenta un formulario en pantalla que solo posee tres campos obligatorios: 'Nombre', 'Email' y 'Consulta', con el campo 'Teléfono' opcional si prefieres ser contactado por ese medio. Desde luego, este formulario no supone, en modo alguno, un freno para la consecución, por parte de los usuarios, de su objetivo de realizar una consulta de solicitud de información pública.

PUNTUACIÓN:



**Puntuación TOTAL:** 12

**JAÉN**

<http://transparencia.aytojaen.es/>

Fecha: Mayo 2018

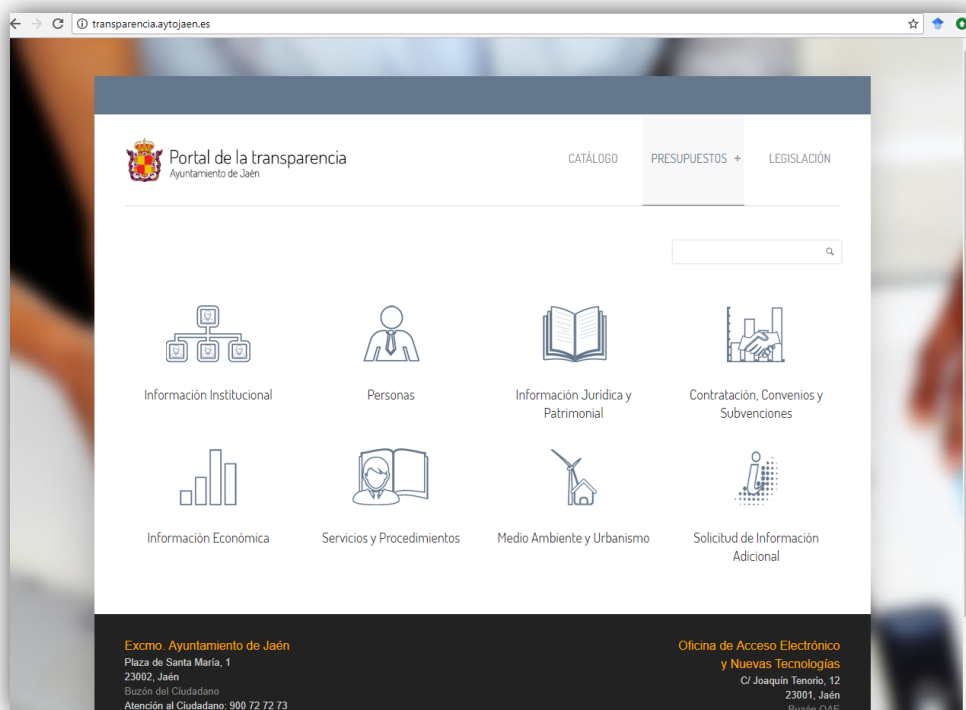


Figura 12. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Jaén.

El ayuntamiento de Jaén es de los que han optado por incluir su portal de transparencia como un subdominio de la web del consistorio, pudiendo accederse al mismo a través de un banner en la parte derecha del mismo. Una vez en el portal, la

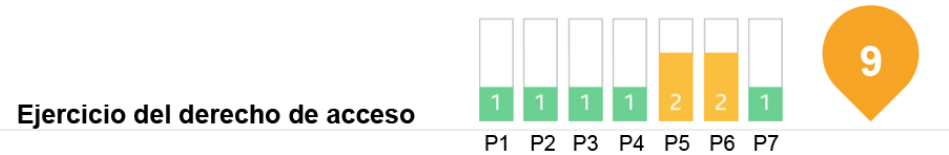
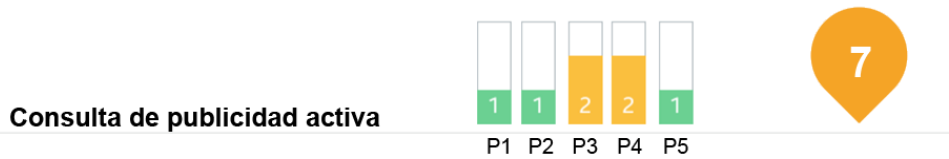
información relativa a la publicidad activa se encuentra bien catalogada, con un diseño limpio y fácil para el usuario. Sin embargo, a la hora de buscar la información deseada nos encontramos que para obtener los sueldos de alcalde y concejales, el portal de transparencia nos devuelve a la web del ayuntamiento, donde tenemos una ficha para el alcalde y cada concejal desde la que podremos descargar su declaración de la renta de 2016 y así obtener los sueldos. Un proceso engorroso si queremos obtener todos los sueldos.

Agencia Tributaria		Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas 2016	
<b>Rendimientos del trabajo</b>			
Retribuciones dinerarias	72.723,96		001
Total ingresos íntegros computables [(01)+(05)+(06)+(07)+(08)-(09)]	72.723,96		010
Cotizac. Seguridad Social, Mutualidad Funcionarios, deducciones derechos pasivos y Coleg Huérfanos	2.796,96		011
Rendimiento neto previo [(10)-(11)-(12)-(13)-(14)]	69.927,00		015
Otros gastos deducibles	2.000,00		016
Rendimiento neto [(15)-(16)-(17)-(18)]	67.927,00		019
Rendimiento neto reducido [(19)-(20)]	67.927,00		025
<b>Rendimientos del capital mobiliario</b>			
RENDIMIENTOS DEL CAPITAL MOBILIARIO A INTEGRAR EN LA BASE IMPONIBLE DEL AHORRO			
Dividendos y demás rendimientos por la participación en fondos propios de entidades	0,32		004
Total de ingresos íntegros [(22)+(23)+(24)+(25)+(26)+(27)+(28)+(29)+(30)]	0,32		005
Gastos fiscalmente deducibles	12,10		006
Rendimiento neto [(31)-(32)]	-11,78		008
Rendimiento neto reducido [(33)-(34)]	-11,78		009
<b>Bienes inmuebles no afectos a AAEE, excluida la vivienda habitual e inmuebles asimilados</b>			
BIENES INMUEBLES/RENTAS DE INMUEBLES A DISPOSICIÓN DE SUS TITULARES, ARRENDADOS O CEDIDOS A TERCEROS			
<b>Inmueble 1</b>			
Contribuyente titular. Inmueble		DECLARANTE	000
Porcentaje de propiedad. Inmueble	50,00		003
Naturaleza. Inmueble	1		004
Uso. Inmueble	2		005
Situación. Inmueble	1		006
Referencia catastral. Inmueble			007
Periodo computable. Inmueble	366		008

Figura 13. Declaración de la renta del alcalde obtenida del portal de transparencia del Ayuntamiento de Jaén.

Encontramos un icono que da acceso a la Solicitud de acceso a la Información Pública, aunque en la web lo denomina 'Solicitud de Información Adicional'. Este acceso nos conduce a la sede electrónica del ayuntamiento de Jaén, lo cual nos lleva directamente a la necesidad de identificarnos mediante DNI electrónico o certificado digital, adiós, por tanto, a la sencillez y rapidez de Huelva. Superando este obstáculo de la identificación continuamos y, tras varios problemas técnicos (bien resueltos telefónicamente por parte de la atención al usuario del portal) nos encontramos que a la hora de realizar la consulta en el Registro Electrónico tenemos que seleccionar el organismo al que se dirige la consulta, lo cual no siempre es sencillo. Elegir un servicio o departamento concreto dentro de una estructura organizativa que nos es ajena puede convertirse en una dificultad innecesaria y en determinados casos hacer abandonar a un usuario su intención de preguntar. Creo que sería más conveniente que el propio portal habilite métodos internos de catalogación de las consultas para remitirlas al departamento que genera o almacena la información requerida haciendo este proceso transparente para el ciudadano.

PUNTUACIÓN:



**Puntuación TOTAL:**

**16**

**MÁLAGA**

<http://gobiernoabierto.malaga.eu/es/transparencia#.WwEeWNNuZBx>

Fecha: Mayo 2018

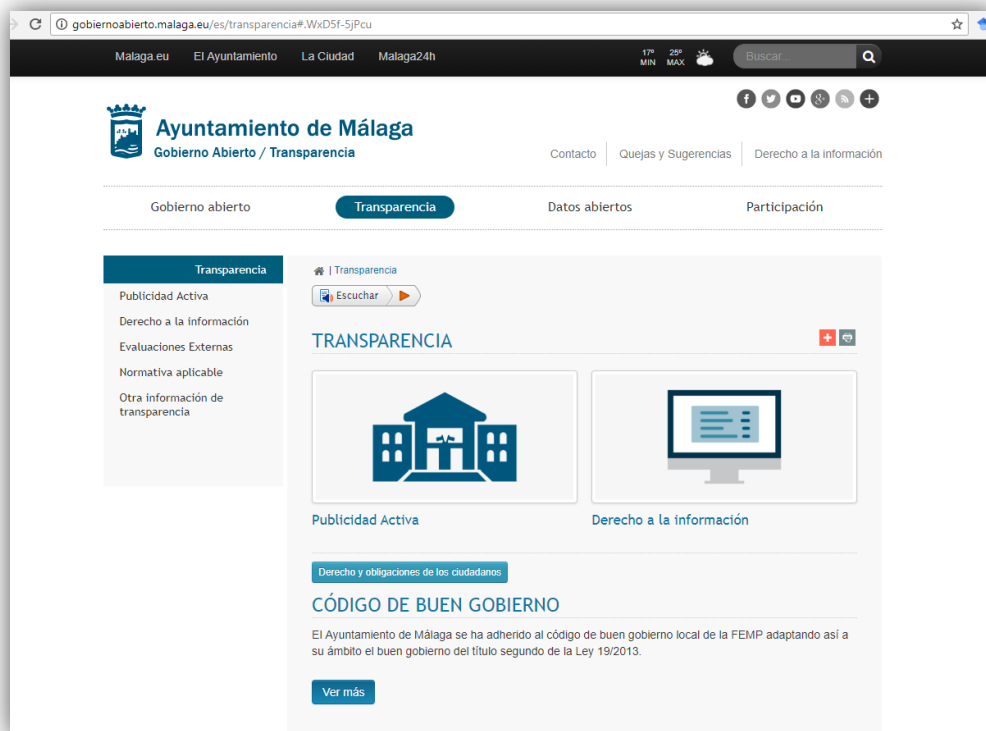
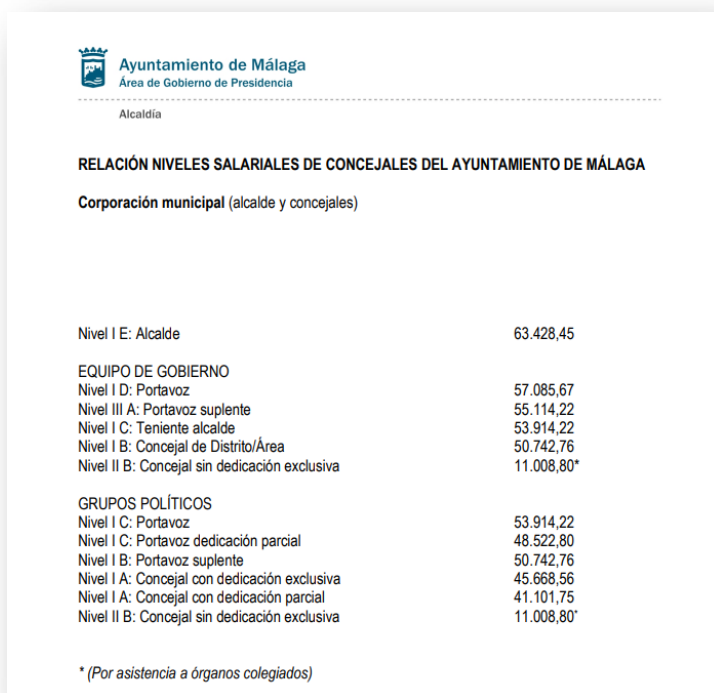


Figura 14. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Málaga.

Málaga también opta por situar la información relativa a la transparencia como un subdominio de la web municipal, con un acceso, desde la misma, bastante fácil de encontrar etiquetado como 'Transparencia'.

La estructura de la publicidad activa, tal y como estamos viendo en todas las webs en general, está bien estructurada, apoyada con una interfaz gráfica amigable y que no dificulta la navegación por la información publicada. Se incluye un acceso a una web específica denominada 'las cuentas claras' que presenta la información presupuestaria de forma gráfica y fácilmente comprensible. Además, al igual que Córdoba, presenta un listado con los indicadores ITA con hiperenlaces que conducen a la zona de la web donde encontrar esa información. La información buscada es fácilmente encontrada sin más problema (en PDF editable de nuevo).



**Ayuntamiento de Málaga**  
 Área de Gobierno de Presidencia  
 Alcaldía

**RELACIONE NIVELES SALARIALES DE CONCEJALES DEL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA**

Corporación municipal (alcalde y concejales)

Nivel I E: Alcalde	63.428,45
<b>EQUIPO DE GOBIERNO</b>	
Nivel I D: Portavoz	57.085,67
Nivel III A: Portavoz suplente	55.114,22
Nivel I C: Teniente alcalde	53.914,22
Nivel I B: Concejales de Distrito/Área	50.742,76
Nivel II B: Concejales sin dedicación exclusiva	11.008,80*
<b>GRUPOS POLÍTICOS</b>	
Nivel I C: Portavoz	53.914,22
Nivel I C: Portavoz dedicación parcial	48.522,80
Nivel I B: Portavoz suplente	50.742,76
Nivel I A: Concejales con dedicación exclusiva	45.668,56
Nivel I A: Concejales con dedicación parcial	41.101,75
Nivel II B: Concejales sin dedicación exclusiva	11.008,80*

\* (Por asistencia a órganos colegiados)

Figura 15. Sueldos de alcalde y concejales obtenidos del portal de transparencia del Ayuntamiento de Málaga.

Con respecto al ejercicio del derecho de acceso, hay un enlace en el portal de transparencia bastante visible que nos conduce directamente a la sede electrónica del ayuntamiento de Málaga (vamos buscando de nuevo nuestro certificado digital). Tras bajar el cliente Simpleafirma y usar mi certificado digital para identificarme y firmar la petición consigo presentarla sin mas problemas técnicos. Si bien mantiene el requisito de tener certificado digital para ejercer el derecho de acceso, al menos presenta una plataforma que permite realizar el proceso sin complicaciones técnicas.

El portal de Málaga, además, tiene una característica muy interesante de la que carecen los demás y es que automáticamente publica las peticiones de acceso que recibe y sus respuestas, lo cual me parece una decisión a aplaudir y que podrían aplicar el resto de portales. En la figura 16, a modo de ejemplo, podemos ver la petición de información que yo formulé, para la realización de este trabajo, junto a un enlace con la respuesta, todo ello publicado en el portal de transparencia de Málaga.




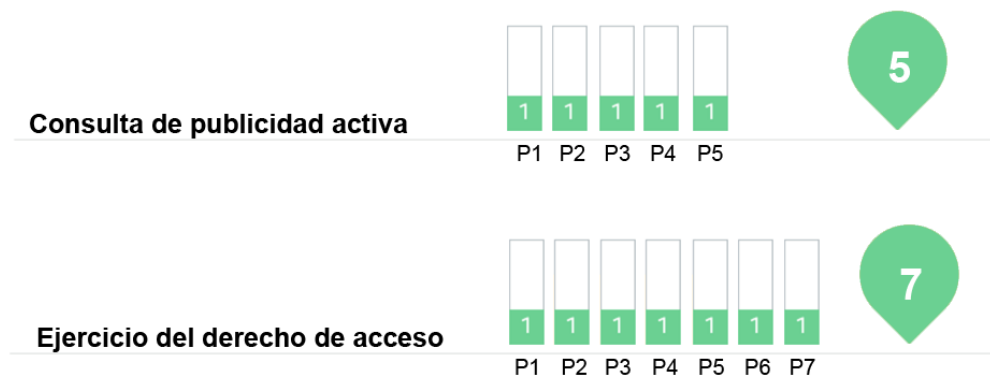
25/03/2018	Petición de información: copia de los contratos que el Ayuntamiento de Málaga haya formalizado con personas físicas o jurídicas relacionadas y necesarias para llevar a cabo el nuevo sistema de identificación canina a través de su ADN.	Ver 
27/03/2018	Petición de información: Información sobre inmuebles exentos de IBI en Málaga. Relación de bienes inmuebles (rústicos y urbanos) exentos del pago del IBI en Málaga. Cuál es la causa de exención. En qué domicilio se encuentran (entendido domicilio en el sentido de la Resolución 144/2017, del Consejo de Transparencia y protección de Datos de Andalucía; es decir su localización o, en términos llanos, dónde está cada bien inmueble). La cuantía del IBI cuyo pago se exime en cada caso. Quiénes son sus titulares (si no se trata de personas físicas amparadas por la Ley de protección de Datos).	Ver 
04/04/2018	Petición de información: Información sobre el portal de transparencia. Número de usuarios de portal desde su apertura (por mes). Número de usuarios nuevos del portal desde su apertura (por mes). Número de sesiones desde su apertura (por mes). Número de páginas vistas desde su apertura (por mes). Número de consultas realizadas al portal en aplicación del derecho de acceso (por mes). Número de documentos consultados o descargados desde su apertura (por mes).	Ver 
11/04/2018	Información solicitada: Para un estudio comparativo de las condiciones de uso del dominio público en materia de instalación y mantenimiento de mobiliario público y la explotación publicitaria de los mismos, en las capitales de provincia de Andalucía, requiere conocer dichas condiciones según contratos adjudicados en los concursos.	Ver

Figura 16. Peticiones derecho de acceso a la información pública publicadas en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Málaga.

### PUNTUACIÓN:



**Puntuación TOTAL:**

**12**

## SEVILLA

<https://www.sevilla.org/ayuntamiento/transparencia>

Fecha: Mayo 2018



Figura 17. Portal de transparencia del Ayuntamiento de Sevilla.

La estructura de Sevilla parte de un dominio genérico ([www.sevilla.org](http://www.sevilla.org)) del que cuelgan varias webs, entre ellas las del Ayuntamiento, las de la Sede electrónica y la del Portal de Transparencia. Fácilmente accesible el banner que da acceso a la información de transparencia.

Una vez dentro tenemos la publicidad activa organizada en los habituales banners por categorías para facilitar la navegación a través de ella. Dentro del apartado 'Información sobre contratos, convenios y subvenciones' tenemos un enlace con el 'Régimen de retribuciones' que nos ofrece un PDF editable que nos podemos descargar por cada grupo político con los sueldos. En la figura 18 se muestran los datos del grupo PSOE-A, pero tenemos a nuestra disposición tablas con datos del resto de los grupos.



**NO8DO**  
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

**GRUPO PSOE-A**

NOMBRE	CARGO	RÉGIMEN DE DEDICACIÓN	RETRIBUCIONES ANUALES(*)
JUAN ESPADAS CEJAS	ALCALDE	Exclusiva	61.033,85
MARIA CARMEN CLARISA CASTREÑO LUCAS	DLG. ECONOMÍA, COMERCIO Y RELACIONES INSTITUCIONALES	Exclusiva	51.646,83
ANTONIO MUÑOZ MARTINEZ	DELEGADO/A HABITAT URBANO, CULTURA Y TURISMO - PORTAVOZ	Exclusiva	51.646,83
JUAN MANUEL FLORES CORDERO	DLG. BIENESTAR SOCIAL Y EMPLEO	Exclusiva	57.404,47
ADELA CASTAÑO DIEGUEZ	DLG. EDUCACION, PARTICIPACION CIUDADANA Y EDIFICIOS MUNICIPALES	Exclusiva	51.646,83
MYRIAM DIAZ RODRIGUEZ	DLG. IGUALDAD, JUVENTUD Y RELACIONES CON COMUNIDAD UNIVERSITARIA.	Exclusiva	51.646,83
JUAN CARLOS CABRERA VALERA	DLG. SEGURIDAD, MOVILIDAD Y FIESTAS MAYORES	Exclusiva	51.646,83
CLARA ISABEL MACIAS MORILLA	DELEGADO/A DISTRITO MACARENA	Exclusiva	51.646,83
INMACULADA ACEVEDO MATEOS	DLG. DISTRITO NERVION/SAN PABLO-STA. JUSTA	Exclusiva	51.646,83
JOAQUIN LUIS CASTILLO SEMPERE	DLG. HACIENDA Y ADMINISTRACION PUBLICA	Exclusiva	59.707,53
JOSE LUIS DAVID GUEVARA GARCIA	DELEGADO/A DE DEPORTES	Exclusiva	51.646,83

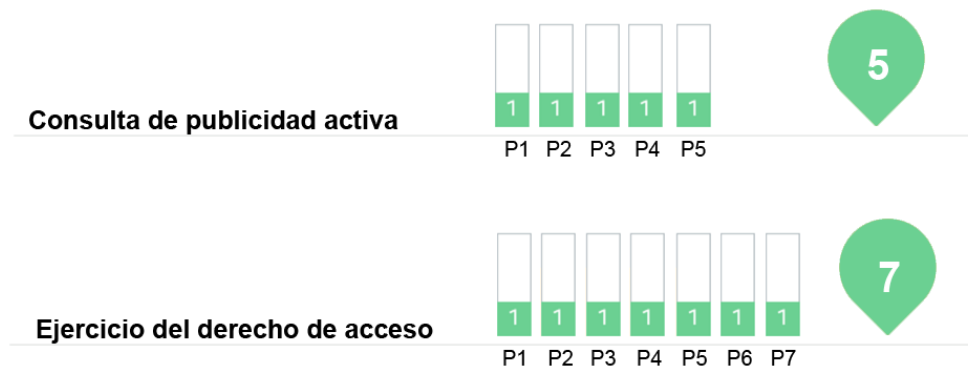
\* Las retribuciones incluyen los trienios reconocidos a 27 de agosto de 2015 de aquellos concejales que ostentan la condición de empleado público

Figura 18. Sueldos de alcalde y concejales del grupo PSOE-A obtenidos del portal de transparencia del Ayuntamiento de Sevilla.

En cuanto al derecho de acceso tenemos el último banner que conduce a la zona donde podremos realizar la consulta.

El portal de Sevilla, además del procedimiento presencial presenta dos procedimientos telemáticos: uno con certificado digital y otro sin certificado digital a través de correo electrónico. El primero de ellos te manda directamente a la sede electrónica del ayuntamiento de Sevilla donde, a modo de prueba, traté de realizar la consulta encontrándome con los habituales problemas técnicos con Java, los navegadores y el proceso de firma. Sin embargo, como he mencionado antes, Sevilla, al igual que Huelva, habilita la consulta sin necesidad de certificado, lo cual es un auténtico oasis en el desierto de los portales de transparencia. Tras introducir, en el formulario presentado, los datos solicitados (con carácter obligatorio solo hay que introducir: Nombre y apellidos, DNI, email, asunto e información solicitada), sencillamente se pulsa el botón enviar y proceso terminado. Muchas veces menos es más.

**PUNTUACIÓN:**



**Puntuación TOTAL:**

**12**

## JUNTA DE ANDALUCÍA

<http://www.juntadeandalucia.es/transparencia.html>

Fecha: Mayo 2018

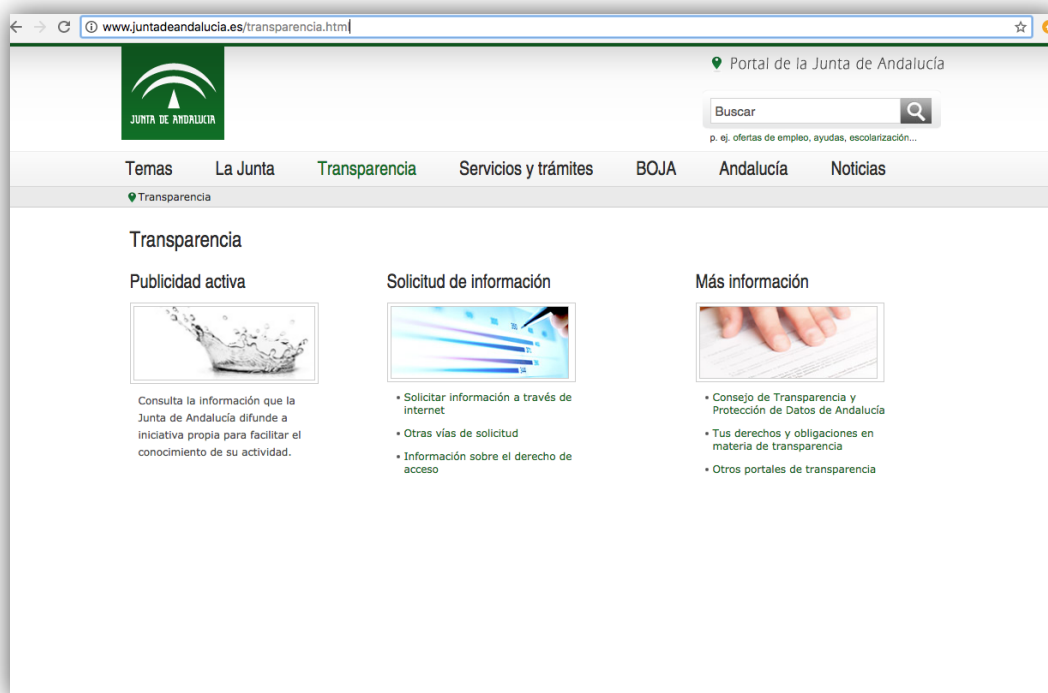


Figura 19. Portal de transparencia de la Junta de Andalucía.

El portal de transparencia de la Junta de Andalucía se estructura, en su página de inicio, en tres grandes bloques bien diferenciados:

- Publicidad activa
- Solicitud de información pública
- Mas información (derechos y links a otros portales)

Con respecto a la publicidad activa, una vez dentro de ese apartado, la información se estructura en grandes bloques, representados por iconos, que redirigen el tráfico según la información buscada por el usuario haciendo el viaje del usuario bastante fácil e intuitivo.

Una vez localizada la información deseada, sueldos de altos cargos, nos encontramos con la posibilidad de descargarla, bien en un archivo PDF, bien en un formato abierto de hoja de cálculo (.ods), lo cual facilita sobremedida la reutilización de esos datos. Es de destacar que de todos los portales analizados, éste es el único que ofrece esta opción al descargar la información buscada. En la figura 20 podemos observar el documento descargado mediante la opción PDF.

**JUNTA DE ANDALUCÍA**

COMISIÓN DE HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA  
Secretaría General para la Administración Pública

**RETRIBUCIONES ANUALES 2018 DE LOS ALTOS CARGOS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (Importes íntegros)**

Relación de altos cargos actualizada a 31 de marzo de 2018

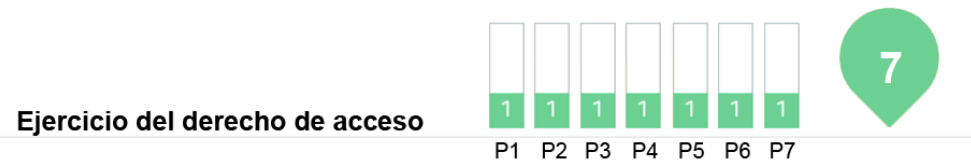
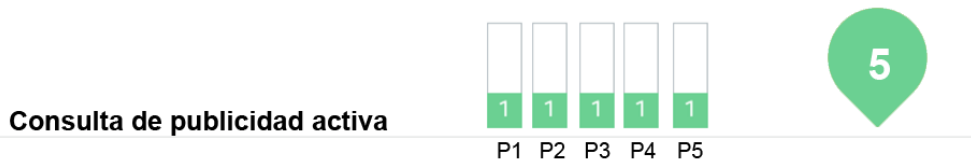
CONSEJERÍA / ENTIDAD	TIPO ORGANISMO	CENTRO / ORGANISMO	APELLIDOS Y NOMBRE	CARGO	RETRIBUCIONES POR EL PUESTO DE TRABAJO
PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	DIÁZ PACHECO, SUSANA	PRESIDENTA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	65.090,88
PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	JIMÉNEZ BARRIOS, MANUEL	VICEPRESIDENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	64.082,90
PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	PRESIDENCIA Y VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	CRISOL GIL, JUAN PEDRO	JEFE DEL GABINETE DE LA VICIPRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	LÓPEZ GIL, FERNANDO	VICECONSEJERO	60.781,40
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	DIÁZ-GAND DEL REY, MÁXIMO	SECRETARIO GENERAL DE LA PRESIDENCIA	60.781,40
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	BLANCO DE LA CRUZ, JUAN CARLOS	SECRETARIO GENERAL DE LA OFICINA DEL PORTAVOZ DEL GOBIERNO	60.781,40
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	MORO CÁRDENAS, ANTONIA JESÚS	SECRETARIA GENERAL DE RELACIONES CON EL PARLAMENTO	60.781,40
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SÁNCHEZ MUÑOZ, ÁNGEL LUIS	SECRETARIO GENERAL DE ACCIÓN EXTERIOR	60.781,40
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	GARCÍA DE CASASOLA GÓMEZ, MARÍA TERESA	SECRETARIA GENERAL TÉCNICA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COSEGAYA HERRERO, EUGENIO	DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	JIMÉNEZ LÓPEZ, JESÚS	JEFE DEL GABINETE JURÍDICO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	FERNÁNDEZ ORTEGA, JUAN MANUEL	DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	GIRÁLDEZ DÍAZ, FRANCISCO JAVIER	DIRECTOR GENERAL DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	PLEQUEZUELOS AGUILAR, FRANCISCA	DELEGADA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN BRUSELAS	45.666,64
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	FERNÁNDEZ MOYA, GRACIA	DELEGADA DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN ALMERÍA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	BELLÓN GUERRERO, JUAN LUIS	DELEGADO DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN CÁDIZ	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	RUIZ CORDOBA, ESTHER	DELEGADA DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN CÓRDOBA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	GARCÍA MARTÍN, MARÍA SANDRA	DELEGADA DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN GRANADA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	ROMERO RICO, FRANCISCO JOSÉ	DELEGADO DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN HUELVA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COBO CARMONA, ANA MARÍA	DELEGADA DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN JAÉN	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	RUIZ ESPEJO, JOSÉ LUIS	DELEGADO DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN MÁLAGA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	GIL MARTÍN, MARÍA ESTHER	DELEGADA DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN SEVILLA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, MARÍA DEL MAR	COMISIONADA PARA EL POLÍGONO SUR DE SEVILLA	54.851,88
PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	CONSEJERÍA	PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	GAVINO CRIADO, ANGEL	SUBDELEGADO DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN EL CAMPO DE GIBRALTAR	46.630,24
ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	CONSEJERÍA	ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	RAMÍREZ DE ARELLANO LÓPEZ, ANTONIO	CONSEJERO	64.082,90
ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	CONSEJERÍA	ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	VALVERDE ASENCIO, ANTONIO JOSÉ	VICECONSEJERO	60.781,40
ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	CONSEJERÍA	ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	LLANES DÍAZ-SALAZAR, GASPAR	SECRETARIO GENERAL DE ECONOMÍA	60.781,40
ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	CONSEJERÍA	ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO	TORRALBO RODRÍGUEZ, MANUEL	SECRETARIO GENERAL DE UNIVERSIDADES, INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA	60.781,40

Figura 20. Sueldos de altos cargos obtenidos del portal de transparencia de la Junta de Andalucía.

Con respecto al ejercicio del derecho de acceso, para ejercerlo pinchamos en la opción 'Solicitud de información pública' de la página de inicio y como elemento reseñable cabe mencionar que no es necesario el certificado digital para formular la consulta, lo cual facilita mucho el proceso. Podemos elegir si queremos la contestación vía email o vía correo postal y una vez finalizado el proceso obtenemos un resguardo de la presentación en el email introducido.

En el apartado menos positivo, indicar que a la hora de realizar la consulta hay que seleccionar la consejería o agencia concreta a la que la dirigimos, lo cual, como dijimos en el caso del ayuntamiento de Jaén, no siempre es fácil de saber según el tipo de información que queremos obtener. Pienso que sería mas cómodo para el usuario que la propia Junta de Andalucía se organice internamente para redirigir las consultas públicas al departamento que genere o almacene los datos buscados.

**PUNTUACIÓN:**



**Puntuación TOTAL:**

12

En el gráfico 8 se sintetizan los valores obtenidos anteriormente, reflejándolos en una gráfica que nos muestra el nivel de dificultad de uso de los distintos portales según los obstáculos encontrados para la realización de los pasos que se definieron para cada tarea a realizar. A mas valor, mas dificultad, la escala se mueve entre 36 que sería el valor máximo (solamente Almería llega a ese nivel) y 12 que sería el valor mínimo (solo hay 3 provincias que alcanzan este nivel mínimo de dificultad: Málaga, Huelva y Sevilla). La media de dificultad encontrada es 17,75 como podemos ver en el gráfico.

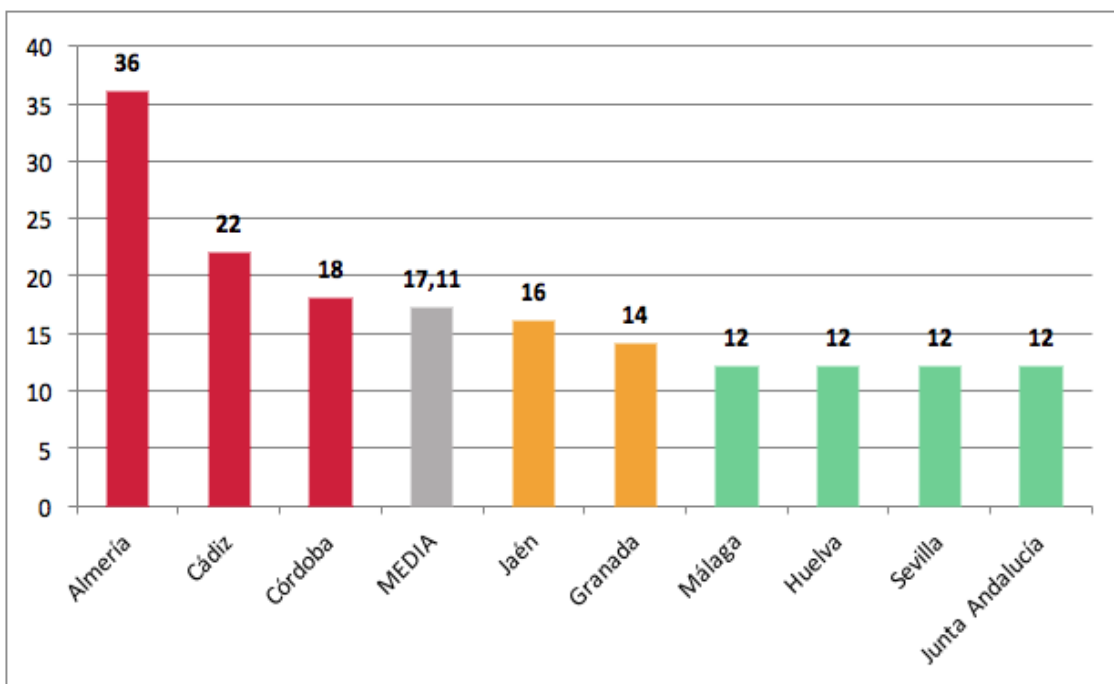


Gráfico 8. Gráfico comparado del nivel de dificultad de uso obtenida por los portales ordenado de mayor a menor. Fuente: elaboración propia.

La tabla 3 muestra los valores completos obtenidos en el estudio de los portales.

	PUBLICIDAD ACTIVA	DERECHO DE ACCESO	TOTAL
ALMERÍA	15	21	36
CÁDIZ	9	13	22
CÓRDOBA	7	11	18
GRANADA	6	8	14
HUELVA	5	7	12
JAEN	7	9	16
MÁLAGA	5	7	12
SEVILLA	5	7	12
J.ANDALUCÍA	5	7	12

Tabla 3. Niveles de dificultad de los portales de transparencia estudiados.. Fuente: Elaboración propia.

### 4.3. Los portales: el consumo.

Recordemos lo que habíamos pedido a cada portal de transparencia:

1. Número de usuarios del portal desde su apertura (por mes).
2. Número de usuarios nuevos del portal desde su apertura (por mes).
3. Número de sesiones desde su apertura (por mes).
4. Número de páginas vistas desde su apertura (por mes).
5. Número de consultas realizadas al portal en aplicación del derecho de acceso (por mes).
6. Número de documentos consultados o descargados desde su apertura (por mes).

#### CAPACIDAD DE RESPUESTA.

Lo primero que hay que destacar es que nos hemos encontrado diferentes grados de cumplimiento de la ley. Significativo es el caso de **Almería**, que ni siquiera tiene un portal de transparencia por lo que nos ha sido imposible recabar ninguna información de ese ayuntamiento, pero también tenemos los casos de **Cádiz** y **Córdoba** que no tienen un procedimiento online específico para ejercer el derecho de acceso a la información pública, sino que hay que arreglárselas para encontrar, fuera del portal de transparencia, donde poder presentar una instancia genérica online en la sede electrónica solicitando la información deseada. A lo que hay que añadir que no se ha recibido respuesta, a la fecha de entrega del presente trabajo, habiéndose superado ampliamente, para entonces, los plazos marcados por la Ley 19/2013.

En líneas generales, y centrándonos ya en la Junta de Andalucía y los cinco ayuntamientos que sí han respondido, la información ha sido enviada en formatos fácilmente reutilizables excepto en los casos de **Sevilla** que adjuntan los datos en un PDF y de **Málaga**, que, probablemente por error mío señalando alguna casilla al hacer la solicitud, me envían los datos por correo postal, aunque como comentamos antes, Málaga, en su portal de transparencia cuelga las consultas recibidas y las respuestas

que ofrece y ahí puedo encontrar la misma respuesta que me enviaron en papel colgada como un PDF.

Destacar el caso de **Granada**, qué si bien su plazo de respuesta ha sido el más elevado, sobrepasando ampliamente el mes, sí ha habido contacto telefónico continuo, por parte del ayuntamiento de Granada y a iniciativa suya, para explicar los motivos del retraso, achacados a problemas organizativos por cambios en la gestión del portal, e ir informando, cada cierto tiempo, de la situación del trámite hasta la remisión de la información pedida. La atención al usuario, probablemente, la mejor de los portales estudiados.

Por último, cabe recordar que a la **Junta de Andalucía** le pedimos los datos desglosados por capital de provincia o en su defecto por provincia. Ni uno ni otro, nos informa en su respuesta lo siguiente: *“Respecto a la distribución geográfica la aplicación para la gestión de los datos de uso del Portal, se precisaría de modificaciones técnicas para la extracción de la información desagregada por provincias o localidades, por lo que se no se puede ofrecer del modo solicitado”*. Desconocemos que herramienta de generación de estadísticas de uso del portal utiliza la Junta de Andalucía, pero incluso las más básicas y las gratuitas como Google Analytics ofrecen la información geográfica sin tener que realizar ninguna operatoria especial. No podremos utilizar, por tanto, esa variable de control.

Con respecto a los cuatro primeros puntos (usuarios, usuarios nuevos, sesiones y páginas vistas), casi todos los ayuntamientos que han respondido, los han adjuntado, agrupándolos por meses desde su apertura (algunos desde finales de 2014, otros finales de 2015, otros 2016), tal y como se pedía. **La única excepción ha sido Sevilla** que ha enviado datos referidos exclusivamente a 2017.

En cuanto al quinto punto, el número de consultas en aplicación del derecho de acceso, todos, excepto **Jaén**, han aportado los datos, si bien, en algunos casos, no coinciden las fechas de comienzo de envío de información entre los cuatro primeros puntos y este quinto.

Por último, en lo referente al sexto punto, descargas, hay que destacar que solo **Huelva** ha enviado esta información. Vaya, desde aquí, nuestro reconocimiento a su trabajo, ya que, además, fue el ayuntamiento más rápido en contestar, en dos días teníamos todos los datos pedidos en formato perfectamente reutilizable.

El único año en el que tenemos prácticamente todos los datos de todos los ayuntamientos es 2017, por lo cual nos centraremos en ese año. Nos faltaría, como acabamos de explicar, la información sobre el derecho de acceso de Jaén y las descargas de todos excepto Huelva.

Mostraremos, a continuación, para cada uno de los valores pedidos a los portales, primero una tabla con los valores, referidos a 2017, que nos han devuelto y seguidamente gráficas con valores ponderados, puestos en relación con el ITA del 2017 y el nivel de dificultad asignado en el presente trabajo. Cabe recordar, una vez más, que Almería no tiene portal de transparencia, por lo cual no tenemos datos y que Cádiz y Córdoba no han respondido.

## USUARIOS.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Junta Andalucía
Enero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	823	144	278	2.797	2.190	6.701
Febrero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	781	176	419	3.037	1.910	7.192
Marzo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	914	224	387	3.354	2.686	8.546
Abril	Sin portal	No respuesta	No respuesta	900	167	256	3.259	2.496	6.599
Mayo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.105	224	339	4.894	2.750	7.395
Junio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.076	167	302	3.597	2.246	7.553
Julio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	698	124	309	3.562	2.486	7.571
Agosto	Sin portal	No respuesta	No respuesta	620	99	269	2.852	1.388	5.697
Septiembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	829	154	434	3.304	2.164	8.424
Octubre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	783	199	562	4.036	2.245	9.393
Noviembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	879	172	512	4.283	2.346	8.142
Diciembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	740	147	391	3.750	1.747	5.561
<b>TOTAL</b>				<b>10.148</b>	<b>1.997</b>	<b>4.458</b>	<b>42.725</b>	<b>26.654</b>	<b>88.774</b>

Tabla 4. Número de usuarios de cada portal en 2017.. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.

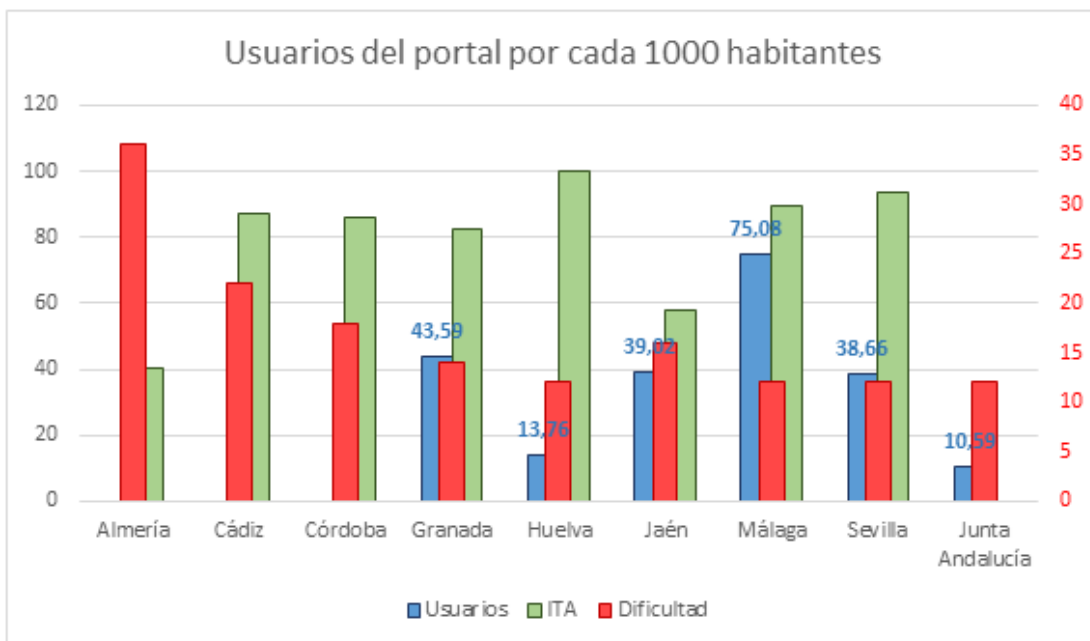


Gráfico 9. Usuarios de los distintos portales por cada 1.000 habitantes puesto en relación con el ITA y el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia.

## USUARIOS NUEVOS.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Junta Andalucía
Enero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	87,24%	18,75%	94,96%	No datos	31,83%	67,50%
Febrero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	85,02%	24,43%	91,89%	No datos	31,73%	64,42%
Marzo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	86,43%	11,61%	90,70%	No datos	35,52%	70,73%
Abril	Sin portal	No respuesta	No respuesta	86,67%	7,78%	90,63%	No datos	36,30%	64,53%
Mayo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	85,97%	9,38%	92,33%	No datos	35,05%	67,74%
Junio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	88,29%	16,77%	92,72%	No datos	32,28%	66,07%
Julio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	85,10%	15,32%	88,35%	No datos	24,38%	65,15%
Agosto	Sin portal	No respuesta	No respuesta	86,94%	10,10%	94,42%	No datos	21,18%	64,74%
Septiembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	86,25%	18,18%	94,93%	No datos	18,67%	65,29%
Octubre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	86,97%	9,05%	94,66%	No datos	20,67%	64,09%
Noviembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	89,42%	8,72%	91,21%	No datos	23,36%	63,62%
Diciembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	88,92%	10,20%	93,61%	No datos	24,90%	62,69%
<b>TOTAL</b>				<b>86,93%</b>	<b>13,36%</b>	<b>92,53%</b>	<b>No datos</b>	<b>27,99%</b>	<b>65,55</b>

Tabla 5. Porcentaje de usuarios nuevos de cada portal en 2017. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.

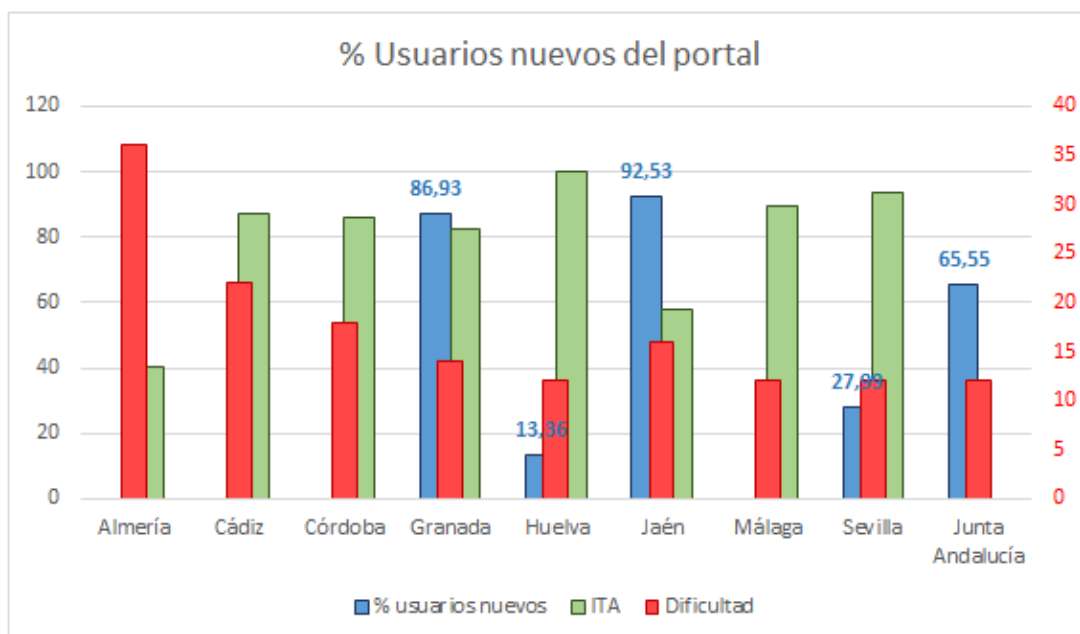


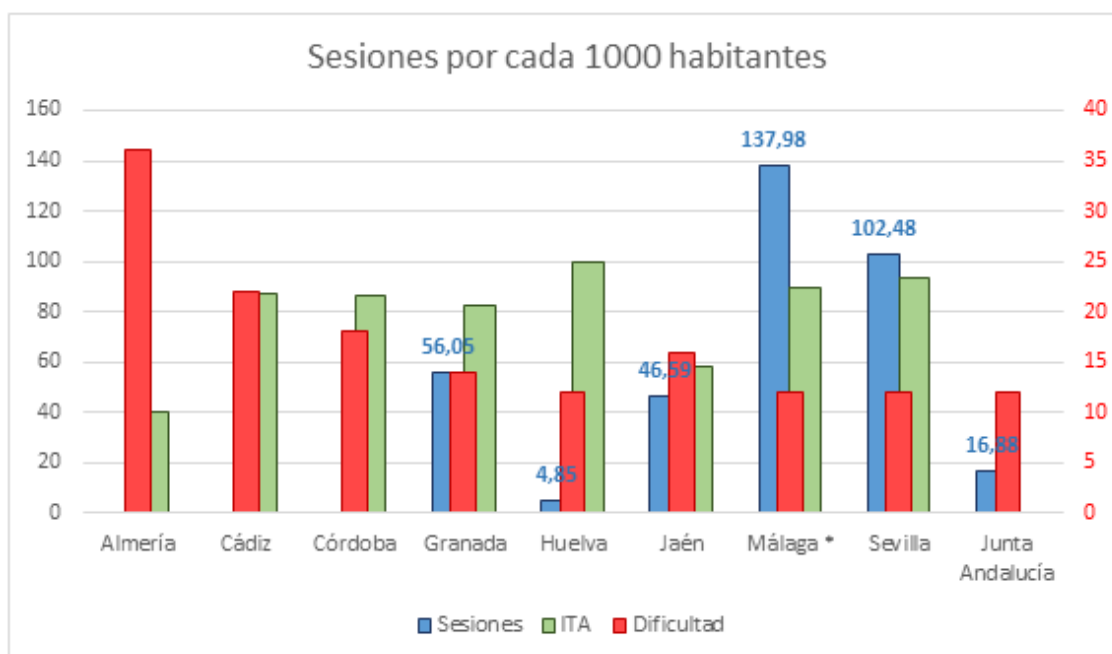
Gráfico 10. Usuarios nuevos de los distintos portales por cada 1.000 habitantes puesto en relación con el ITA y el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia.



## SESIONES.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Junta Andalucía
Enero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.065	49	305	5.658	5.173	10.646
Febrero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.052	79	505	5.723	4.038	10.908
Marzo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.227	73	471	6.880	5.542	14.048
Abril	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.136	50	276	6.440	5.084	10.877
Mayo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.483	73	394	9.031	7.071	11.710
Junio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.297	75	346	6.521	5.280	12.018
Julio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	913	66	353	6.171	11.709	11.690
Agosto	Sin portal	No respuesta	No respuesta	746	34	292	5.191	4.692	9.011
Septiembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.054	44	526	5.929	7.536	13.610
Octubre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	979	77	717	7.359	5.171	15.538
Noviembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1.162	45	664	7.397	5.360	13.014
Diciembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	935	39	474	6.213	4.004	8.395
<b>TOTAL</b>				<b>13.049</b>	<b>704</b>	<b>5.323</b>	<b>78.513</b>	<b>70.660</b>	<b>141.465</b>

Tabla 6. Número de sesiones de cada portal en 2017. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.



\* Málaga tiene el portal integrado con gobierno abierto

Gráfico 11. Sesiones de los distintos portales por cada 1.000 habitantes puesto en relación con el ITA y el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia.

Otra estadística interesante en cuanto a las sesiones es el número de sesiones que se establecen por cada usuario del portal.

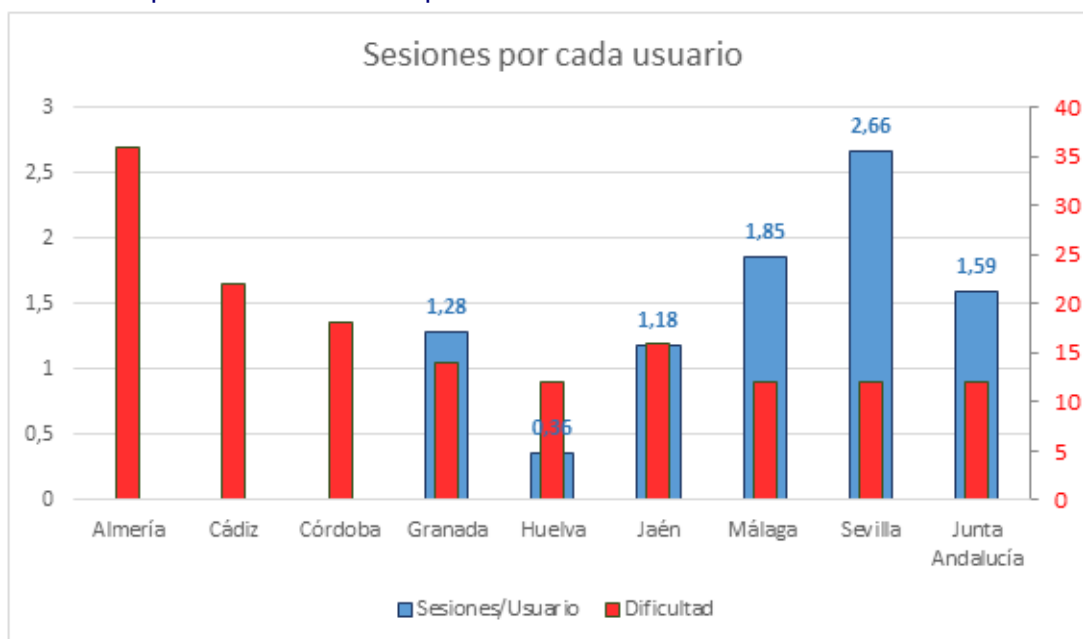


Gráfico 12. Sesiones establecidas por cada usuario del portal en relación con el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia.

## PÁGINAS VISTAS.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Junta Andalucía
<b>Enero</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	6.448	665	1.984	68.491	8.382	49.057
<b>Febrero</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	6.345	704	3.533	68.654	6.743	44.178
<b>Marzo</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	6.899	694	3.353	86.123	8.601	46.664
<b>Abril</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	5.631	660	1.520	76.608	7.911	35.229
<b>Mayo</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	8.419	680	2.233	155.588	13.079	39.880
<b>Junio</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	5.541	665	1.950	122.288	8.741	37.177
<b>Julio</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4.974	640	2.071	106.393	20.103	34.129
<b>Agosto</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4.268	379	1.471	75.496	6.918	28.723
<b>Septiembre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4.467	357	1.806	78.482	11.526	40.637
<b>Octubre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4.351	658	2.748	101.711	7.410	52.396
<b>Noviembre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	6.516	521	3.499	112.223	7.724	39.887
<b>Diciembre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4.994	273	2.249	78.358	5.746	21.820
<b>TOTAL</b>				<b>68.853</b>	<b>6.896</b>	<b>28.417</b>	<b>1.130.415</b>	<b>112.884</b>	<b>469.777</b>

Tabla 7. Número de páginas vistas en cada portal en 2017. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.

El dato de páginas vistas que Málaga aporta discrepa con el del resto de provincias, probablemente porque Málaga no utiliza Google Analytics sino AWstats que rastrea los logs del servidor para construir las estadísticas y en la cantidad enviada se debe estar teniendo en cuenta otros elementos en lugar de páginas exclusivamente porque el número dado, en comparación con portales con número parecido de usuarios, es anormalmente alto.

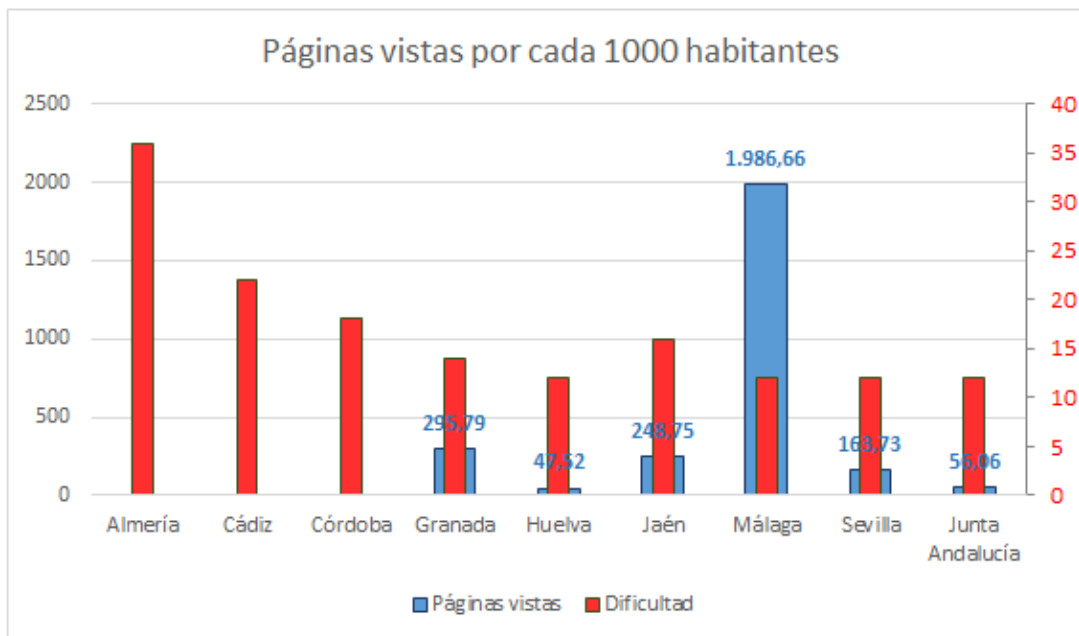


Gráfico 13. Páginas vistas de los distintos portales por cada 1.000 habitantes puestas en relación con el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia.

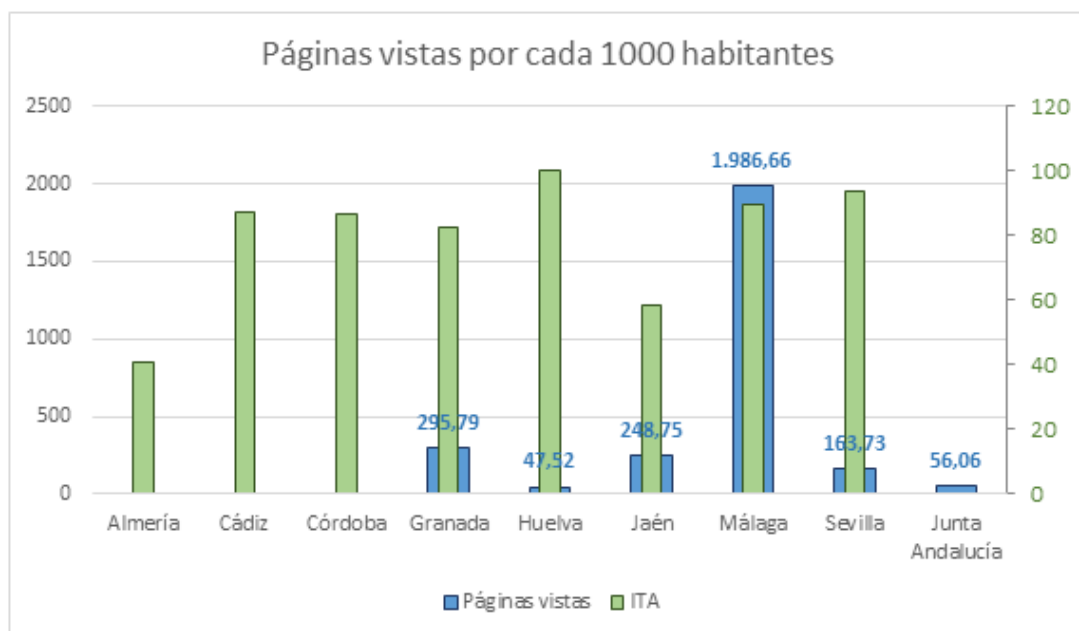


Gráfico 14. Páginas vistas de los distintos portales por cada 1.000 habitantes puestas en relación con el ITA. Fuente: elaboración propia.

## DERECHO DE ACCESO.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Junta Andalucía
Enero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1	0	No datos			159
Febrero	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1	1	No datos			116
Marzo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	1	2	No datos			167
Abril	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4	0	No datos	3		136
Mayo	Sin portal	No respuesta	No respuesta	9	1	No datos	1		182
Junio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	3	0	No datos	1		150
Julio	Sin portal	No respuesta	No respuesta	2	0	No datos	1	1	109
Agosto	Sin portal	No respuesta	No respuesta	3	0	No datos	1	2	126
Septiembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4	1	No datos	0	10	125
Octubre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	6	0	No datos	0	2	107
Noviembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	4	1	No datos	0	5	161
Diciembre	Sin portal	No respuesta	No respuesta	2	1	No datos	0	2	108
<b>TOTAL</b>				<b>40</b>	<b>7</b>		<b>7</b>	<b>22</b>	<b>1.646</b>

Tabla 8. Número de consultas realizadas, en ejercicio del derecho de acceso, a cada portal en 2017. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.

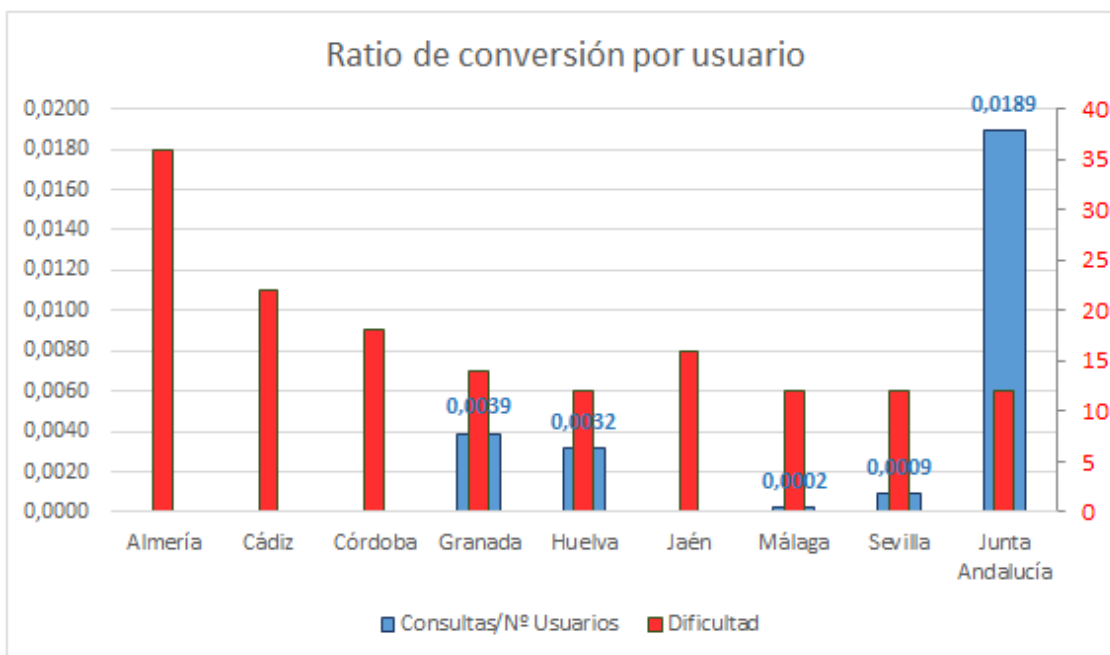


Gráfico 15. Consultas realizadas en el ejercicio del derecho de acceso a los distintos portales por cada usuario puestas en relación con el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia

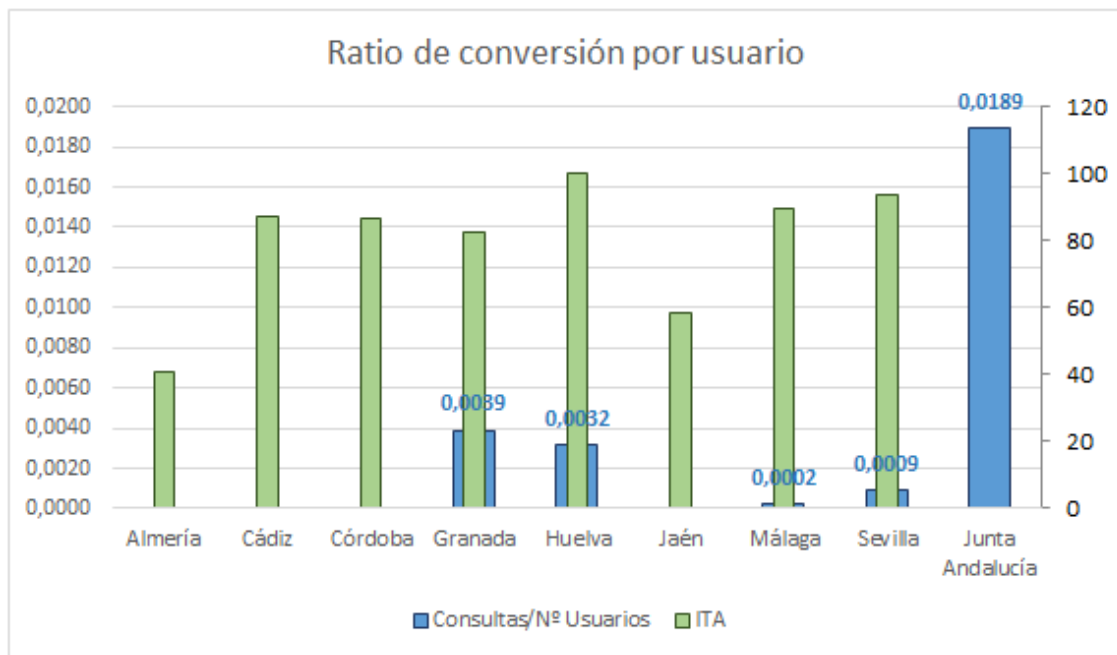


Gráfico 16. Consultas realizadas en el ejercicio del derecho de acceso a los distintos portales por cada usuario puestas en relación con el ITA. Fuente: elaboración propia.

## DESCARGAS.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Junta Andalucía
<b>Enero</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.044	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Febrero</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.355	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Marzo</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.442	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Abril</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.201	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Mayo</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.238	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Junio</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	952	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Julio</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	979	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Agosto</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	870	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Septiembre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.036	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Octubre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	2.108	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Noviembre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	974	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>Diciembre</b>	Sin portal	No respuesta	No respuesta	No datos	1.133	No datos	No datos	No datos	No datos
<b>TOTAL</b>					14.332				

Tabla 9. Número de documentos consultados o descargados en cada portal en 2017.. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.

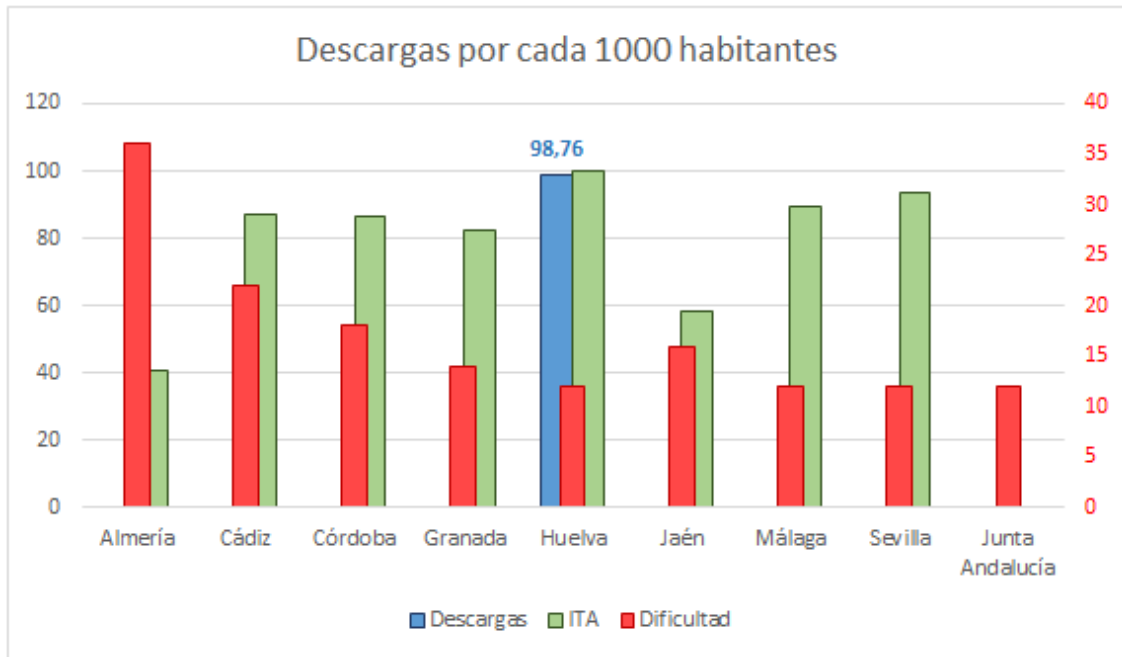


Gráfico 17. Descargas y consulta de documentos en los distintos portales por cada 1.000 habitantes puesto en relación con el ITA y el nivel de dificultad de uso obtenido. Fuente: elaboración propia.

## RESUMEN.

Finalmente, a partir de los datos anteriores, obtenemos la tabla resumen con los coeficientes de correlación entre los distintos valores medidos y el ITA, por un lado, y por otro la facilidad de uso y la experiencia de usuario baremada anteriormente.

PORTAL	VALOR (POR 1000 hab)	ITA	DIFICULTAD	COEF.CORR CON ITA	COEF.CORR CON DIFICULTAD
USUARIOS (POR 1000 HABITANTES)				<b>-0,16</b>	<b>0,12</b>
GRANADA	43,59	82,5	14		
HUELVA	13,76	100	12		
JAÉN	39,02	58,1	16		
MÁLAGA	75,08	89,4	12		
SEVILLA	38,66	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	10,59		12		
PORCENTAJE NUEVOS				<b>-0,87</b>	<b>0,79</b>
GRANADA	86,93	82,5	14		
HUELVA	13,36	100	12		
JAÉN	92,53	58,1	16		
SEVILLA	27,99	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	65,55		12		
RATIO DE CIRCULACIÓN (USUARIOS NUEVOS/RECURRENTES)				<b>-0,98</b>	<b>0,99</b>
GRANADA	6,65	82,5	14		
HUELVA	0,15	100	12		
JAÉN	12,39	58,1	16		
SEVILLA	0,39	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	1,90		12		
SESIONES POR 1000 HAB.				<b>0,08</b>	<b>-0,16</b>
GRANADA	56,05	82,5	14		
HUELVA	4,85	100	12		
JAÉN	46,59	58,1	16		
MÁLAGA	137,98	89,4	12		
SEVILLA	102,48	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	16,88		12		
SESIONES POR USUARIO				<b>0,07</b>	<b>-0,26</b>
GRANADA	1,28	82,5	14		
HUELVA	0,36	100	12		
JAÉN	1,18	58,1	16		
MÁLAGA	1,85	89,4	12		
SEVILLA	2,66	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	1,59		12		
PÁGINAS VISTAS POR 1000 HAB.				<b>0,08</b>	<b>-0,19</b>
GRANADA	295,79	82,5	14		
HUELVA	47,52	100	12		
JAÉN	248,75	58,1	16		
MÁLAGA	1.986,66	89,4	12		
SEVILLA	163,73	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	56,06		12		
CONSULTAS				<b>-0,70</b>	<b>0,54</b>
GRANADA	0,17	82,5	14		
HUELVA	0,04	100	12		
MÁLAGA	0,01	89,4	12		
SEVILLA	0,03	93,8	12		
J.ANDALUCÍA	0,19		12		

Tabla 10. Tabla resumen con los coeficientes de correlación trabajados. Los datos están referidos a 2017. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.

Igualmente obtenemos la tabla que se muestra a continuación con las tasas de crecimiento mensuales y media de los distintos portales, junto con la desviación.

	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	J.ANDALUCÍA
feb-17	-5,10%	22,22%	50,72%	8,58%	-12,79%	7,33%
mar-17	17,03%	27,27%	-7,64%	10,44%	40,63%	18,83%
abr-17	-1,53%	-25,45%	-33,85%	-2,83%	-7,07%	-22,78%
may-17	22,78%	34,13%	32,42%	50,17%	10,18%	12,06%
jun-17	-2,62%	-25,45%	-10,91%	-26,50%	-18,33%	2,14%
jul-17	-35,13%	-25,75%	2,32%	-0,97%	10,69%	0,24%
ago-17	-11,17%	-20,16%	-12,94%	-19,93%	-44,17%	-24,75%
sep-17	33,71%	55,56%	61,34%	15,85%	55,91%	47,87%
oct-17	-5,55%	29,22%	29,49%	22,15%	3,74%	11,50%
nov-17	12,26%	-13,57%	-8,90%	6,12%	4,50%	-13,32%
dic-17	-15,81%	-14,53%	-23,63%	-12,44%	-25,53%	-31,70%
CRECIMIENTO MEDIO	0,80%	3,95%	7,13%	4,60%	1,61%	0,67%
DESVIACIÓN	19,40%	29,88%	31,35%	21,24%	28,55%	23,00%

Tabla 11. Tabla con la tasa de crecimiento mensual y media de los distintos portales. Los datos están referidos a 2017.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por los propios portales de transparencia.



## 5. CONCLUSIONES.

Estudiando todo lo anterior, y teniendo en cuenta que los datos que tenemos son un poco exigüos para aseverar grandes conclusiones, sí podemos encontrar algunas explicaciones a corroborar en futuros estudios.

- Un mayor contenido publicado no significa necesariamente más interés en el público. Habría que introducir aquí, probablemente, otras variables como la cultura política de la sociedad en la que se encuadra el portal en cuestión. Recordemos que al no desglosarnos la Junta de Andalucía, en su respuesta, los datos por ciudad o provincia, **no hemos tenido posibilidad de aislar el impacto “antecedente” que puede tener la cultura política de un lugar**. Los resultados parecen indicar, aunque sin que exista correlación clara, que a más facilidad de uso más páginas consumidas.
- A la hora de analizar los usuarios nuevos, nos centramos en el crecimiento medio de los portales durante el año 2017. Podemos ver que el uso de los mismos es aún bajo y que la media de crecimiento es positiva para todos ellos aunque dispar. Todos crecieron, pero a distinto ritmo, desde el 7,13% de crecimiento mensual medio de Jaén al 0,67% del portal de la Junta de Andalucía. Hay que tener en cuenta que, al tener tan bajo nivel de uso aún, cualquier variación en el número de visitas, tanto si se gana como si se pierde usuarios, puede provocar grandes variaciones en los porcentajes. Nos encontramos aquí correlaciones fuertes. A más puntuación ITA menos porcentajes de nuevos, de lo cual podemos deducir que **si hay buen contenido la gente vuelve**, el portal se va haciendo con un nicho de usuarios. Por otro lado, a más dificultad encontrada en el portal (medida por la UX) más porcentaje de nuevos tenemos, es decir, **quien encuentra dificultades en el uso es más propenso a no volver a entrar al portal**. La misma correlación encontrada entre el porcentaje de nuevos y el ITA y la UX lo tenemos para el ratio de circulación, siendo aquí, esa correlación, aún más fuerte. A más ITA menos ratio de circulación (la gente encuentra útil la página por su información y vuelve) y a más dificultad menos ratio de circulación.
- Con los datos que tenemos, la relación entre el número de sesiones y el ITA o la experiencia de usuario no puede quedar establecida con rotundidad. **La tendencia parece apuntar a que un mayor ITA o una menor dificultad puede aumentar el número de sesiones**. Esto puede indicar que hay una mayor retentiva de usuarios ante la utilidad que la gente encuentra en el portal y ante su facilidad de uso. Un caso idéntico ocurre con el número de páginas vistas por cada 1.000 habitantes.
- En cuanto al número de consultas en el ejercicio del derecho de acceso vemos que hay una correlación inversa y fuerte entre consultas e ITA. **Un mayor ITA implica menor número de consultas**, muy probablemente porque al haber más información disponible en el portal, el usuario encuentra lo que busca y lo descarga o consulta sin tener que ejercitar su derecho de petición de información. Lamentablemente hay que recordar en este punto que los portales, con la honrosa excepción de Huelva, no nos han ofrecido los datos de documentos descargados o consultados, por lo que no tenemos a nuestra disposición uno de los elementos claves para conocer el consumo de un portal de transparencia.

Por otro lado **a menor calidad en la experiencia de usuario de uso mayor número de consultas**. Esto puede indicar que el usuario, ante las dificultades encontradas en el portal para localizar la información que necesita, se ve obligado a lanzar una nueva pregunta para obtener lo que busca.

## 6. REFERENCIAS Y BILIOGRAFÍA.

**Access InfoEurope; Open KnowledgeFoundation** (2010). Beyondaccess: Open government data and theright to reuse. [online]

[https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Beyond\\_Access\\_7\\_January\\_2011\\_web.pdf](https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Beyond_Access_7_January_2011_web.pdf) [última consulta: 6 de Marzo de 2018]

**Amorós Dorda, F.J.** (2017): "Utilidades particulares de la transparencia y respuesta ciudadana a la nueva cultura". *RET (Revista Española de Transparencia)*, Nº 3, pp. 45-53.

**Arízmeñdi, E.** (2017): "Metodología de Evaluación y Seguimiento de la Transparencia de la Actividad Pública (MESTA)". *RET (Revista Española de Transparencia)*, Nº 4, pp. 40-44.

**Campos Acuña, Concepción** (2016). "Derecho a saber ¿Por qué no preguntamos? 4 razones para explicar lo inexplicable" [online] <https://novagob.org/quotderecho-a-saberquotiapor-qua-no-preguntamos-4-razones-para-explicar-lo-inexplicable/> [última consulta: 28 de Abril de 2018]

**Campos Acuña, Concepción** (2016). "David contra Goliat. El valor de los Índices mediáticos frente a las Leyes de transparencia" [online] <https://novagob.org/david-contra-goliat-el-valor-de-los-andices-mediaticos-frente-a-las-leyes-de-transparencia/> [última consulta: 28 de Abril de 2018]

**Conejero Paz, E.** (2014): "Rendimiento, evaluación y rendición de cuentas de las administraciones públicas en España". *RIPS*, Vol. 13, nº 2, pp. 77-101. Disponible en: <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/2239/2450> [ultima consulta: 29 de Abril de 2018]

**Curto-Rodríguez, R.** (2017): "Los portales autonómicos de datos abiertos y la información relacionada con la rendición de cuentas. Punto de partida y situación tras la entrada en vigor de la Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno". *RET (Revista Española de Transparencia)*, Nº 5, pp. 80-94.

**Cotino-Hueso, Lorenzo** (2014). "La nueva Ley de transparencia y acceso a la información". *Anuario de la Facultad de Derecho*, n. 7, pp. 241-256. <https://goo.gl/2naT1G>

**El arte de medir y Analítica Pública** . "Análisis de los portales de transparencia. Guía metodológica".

**Eisenberg, Bryan; Eisenberg Jeffrey y Davis, Lisa T.** (2005). "Call to action. Secret formulas to improve online results". Nelson business.

**Elósegui, Tristán y Muñoz, Gemma** (2015). "Marketing analytics: cómo definir y medir una estrategia online". Anaya Multimedia.

**Gonzalo, Miguel Angel** (2018). "Lo que de verdad piensa la ciudadanía sobre la transparencia". [online] [http://miguelgonzalo.net/conocimiento\\_ciudadania\\_Y\\_Transparencia/](http://miguelgonzalo.net/conocimiento_ciudadania_Y_Transparencia/) [última consulta: 30 de Abril de 2018]

**Jiménez Meroño, Sergio** (2016), "Investigación sobre los Portales de Transparencia" [online] <http://blog.publilitica.es/investigacion-sobre-la-transparencia> [última consulta: 10 de Marzo de 2018]

**Jiménez Meroño, Sergio** (2017), "Portales de Transparencia de grandes ciudades" [online] <http://publilitica.es/publilitica.es/Investigacion-transparencia-17.pdf> [última consulta: 10 de Marzo de 2018]

**Jiménez Meroño, Sergio** (2017): "El uso de los portales de transparencia. Definición de un modelo explicativo de su uso". *RET (Revista Española de Transparencia)*, N° 5, pp. 66-70.

**Piñar Mañas, J.L.** (2010): "Transparencia y protección de datos: las claves de un equilibrio necesario", en Ruiz Ojeda, A. L., (coord.): *El gobierno local. Estudios en homenaje al profesor Luis Morell Ocaña*, Iustel, Madrid, pp. 1023-1044.

**Pérez Gordillo, Belén; Valle Cuevas, Jose Antonio** (2017) "Portales de transparencia y ciudadanía. Análisis de utilidad y usabilidad del Portal de Transparencia del Parlamento de Andalucía" [online] <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/64359/TFG%20-%20Transparencia%202016-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [última consulta: 6 de Marzo de 2018]

**Sandoval Almazán, Rodrigo** (2017). "Reporte del Ranking de portales de Transparencias 2017" [online] <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/67409/Reporte-RankingPortalesTransparencia%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [última consulta: 28 de Abril de 2018]