



## **Transparencia y Derecho de Acceso a la Información Pública**

Diciembre de 2014

## Introducción

---

### Antecedentes del principio de transparencia y acceso a la información pública.

El Consejo de Europa, considerando la importancia de la transparencia de las autoridades públicas en una sociedad pluralista y democrática, estableció unas pautas generales del derecho de acceso a los documentos públicos mediante la aprobación del Convenio sobre el Acceso a los Documentos Públicos, suscrito el 18 de junio del 2009.

En particular, el Consejo de Europa estimó necesario abordar este tema en la medida en que el acceso a documentos públicos permite que la ciudadanía se forme una opinión sobre la sociedad y sobre el funcionamiento de las autoridades públicas toda vez que se fomenta la integridad, la eficacia, la eficiencia y la responsabilidad de las mismas, ayudando así a que se afirme su legitimidad.

Las pautas generales previstas en el Convenio sobre el Acceso a los Documentos Públicos se han incorporado a nuestro ordenamiento interno a través de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno (en adelante, Ley 19/2013).

Mediante la Ley 19/2013, se pretende la remoción de los obstáculos que impiden o dificultan la transparencia de los poderes públicos así como la mayor participación de la ciudadanía en los asuntos públicos. Dicha participación se articula a través de dos grandes conceptos: la publicidad activa y el acceso a la información pública (publicidad pasiva).

# Introducción

---

## Publicidad activa

La publicidad activa implica la difusión de información pública a iniciativa de la Administración Pública y resto de entidades que integran el Sector Público referida a todos sus ámbitos de actuación.

De este modo, los poderes públicos ofrecen al ciudadano la información que obra en su poder mediante una actitud proactiva que dota de transparencia su actuación.

La publicidad activa implica poner a disposición del ciudadano información de diversa índole que no queda restringida a aspectos institucionales u organizativos sino que implica, además, la puesta a disposición de información relativa a la producción normativa, la planificación estratégica, contratación, gestión de subvenciones, etc.

## Publicidad pasiva

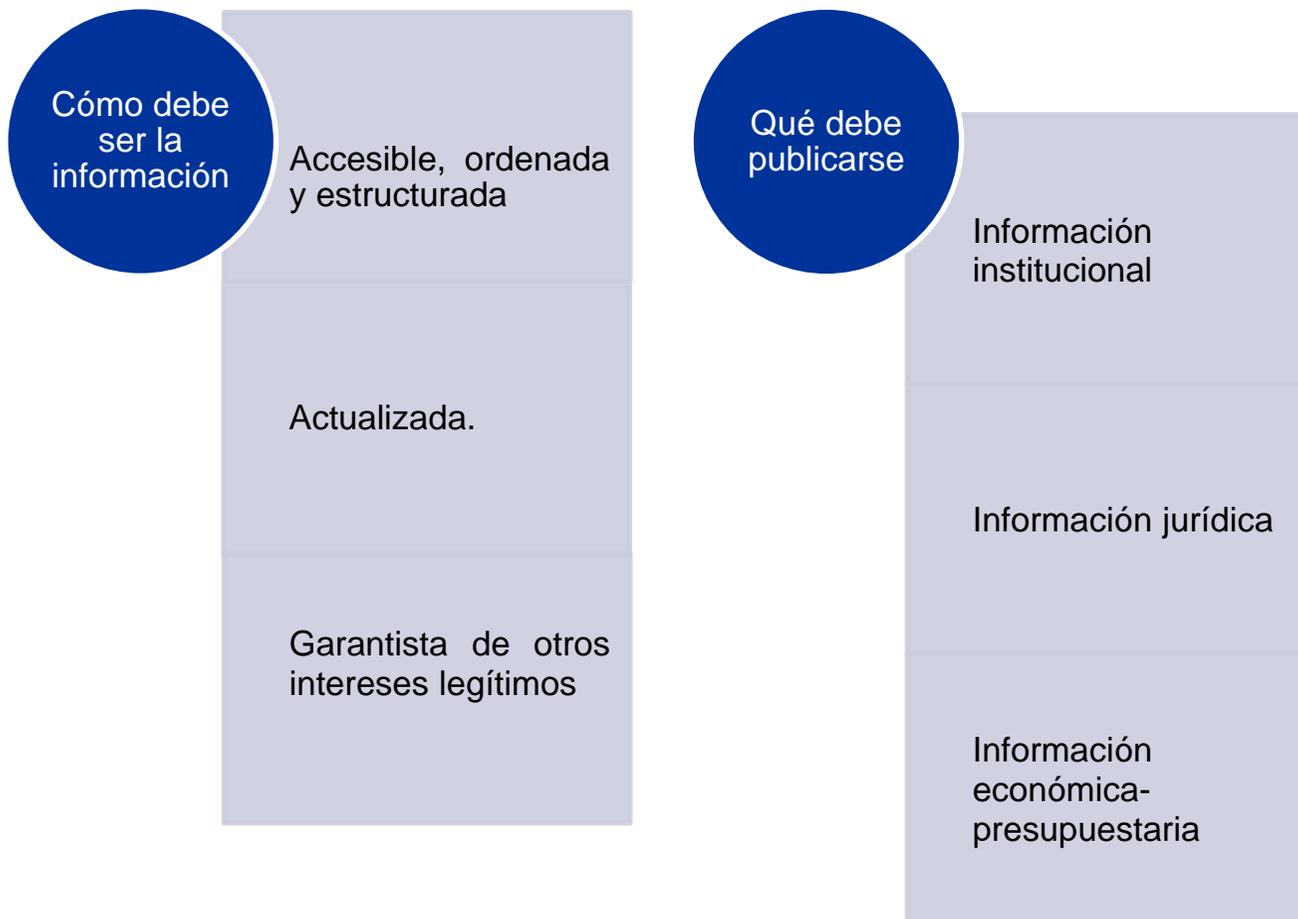
### (Acceso a la información)

La publicidad pasiva o el derecho de acceso a la información pública regula aquel supuesto en el que la ciudadanía, a iniciativa propia, recaba de los poderes públicos la información que obra en su poder.

La Ley 19/2013 regula la vertiente procedimental del derecho de acceso a la información pública para garantizar su correcto ejercicio por parte de los ciudadanos.

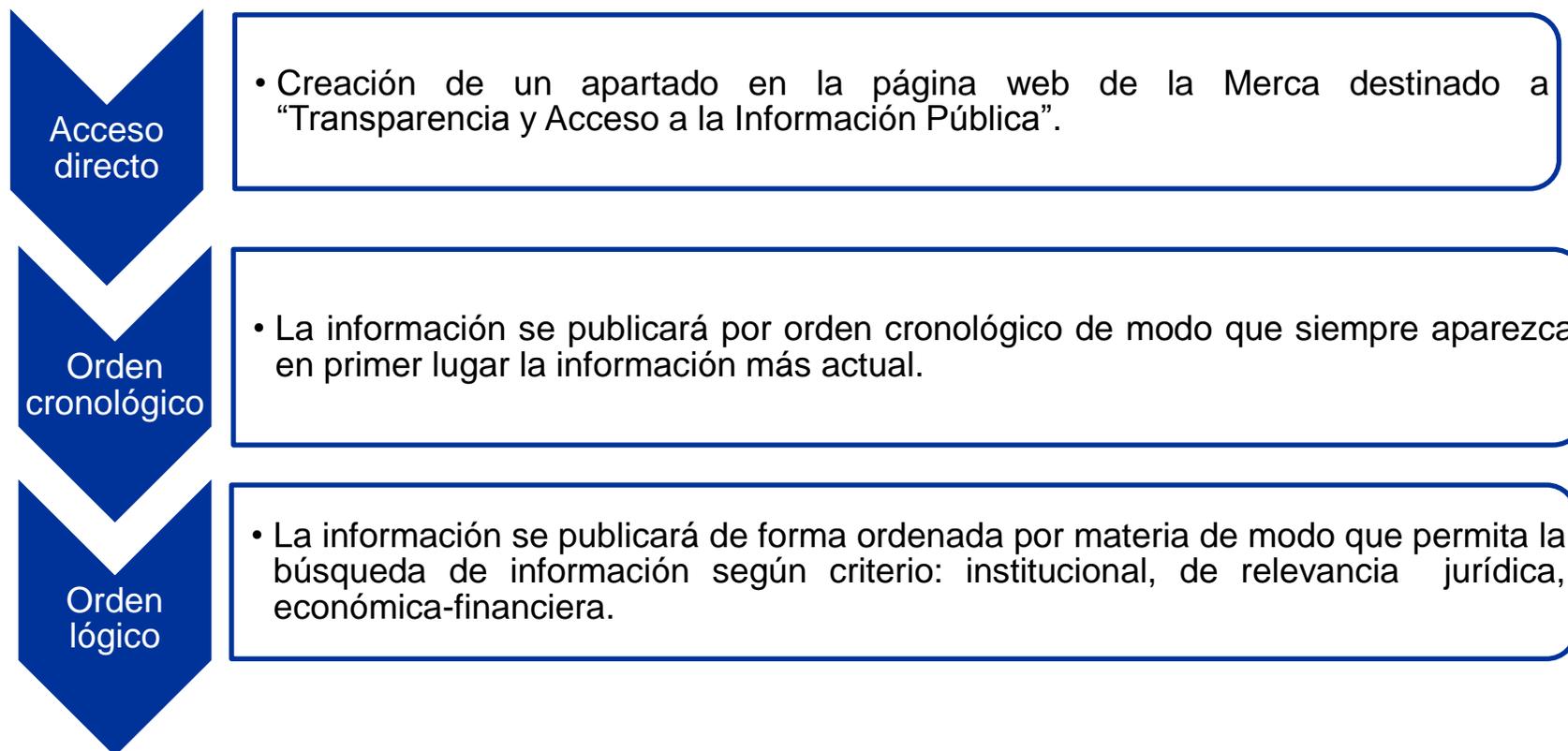
## Publicidad activa

---



### 1. Información accesible al ciudadano

Mercapalma debe publicar de forma periódica y actualizada la información relevante sobre su funcionamiento, de modo que permita a los ciudadanos hacer un seguimiento de su actuación. Para garantizar el requisito de la accesibilidad proponemos las siguientes recomendaciones:



### 1. Información accesible al ciudadano

Mercapalma debe publicar de forma periódica y actualizada la información relevante sobre su funcionamiento de modo que permita a los ciudadanos hacer un seguimiento de su actuación. Para garantizar el requisito de la accesibilidad proponemos las siguientes recomendaciones:

#### Facilidades

- Implantación de un buscador que permita localizar información atendiendo a diversos criterios de búsqueda (materia, fecha, dirección encargada de producir el documento).

#### Documentos manejables

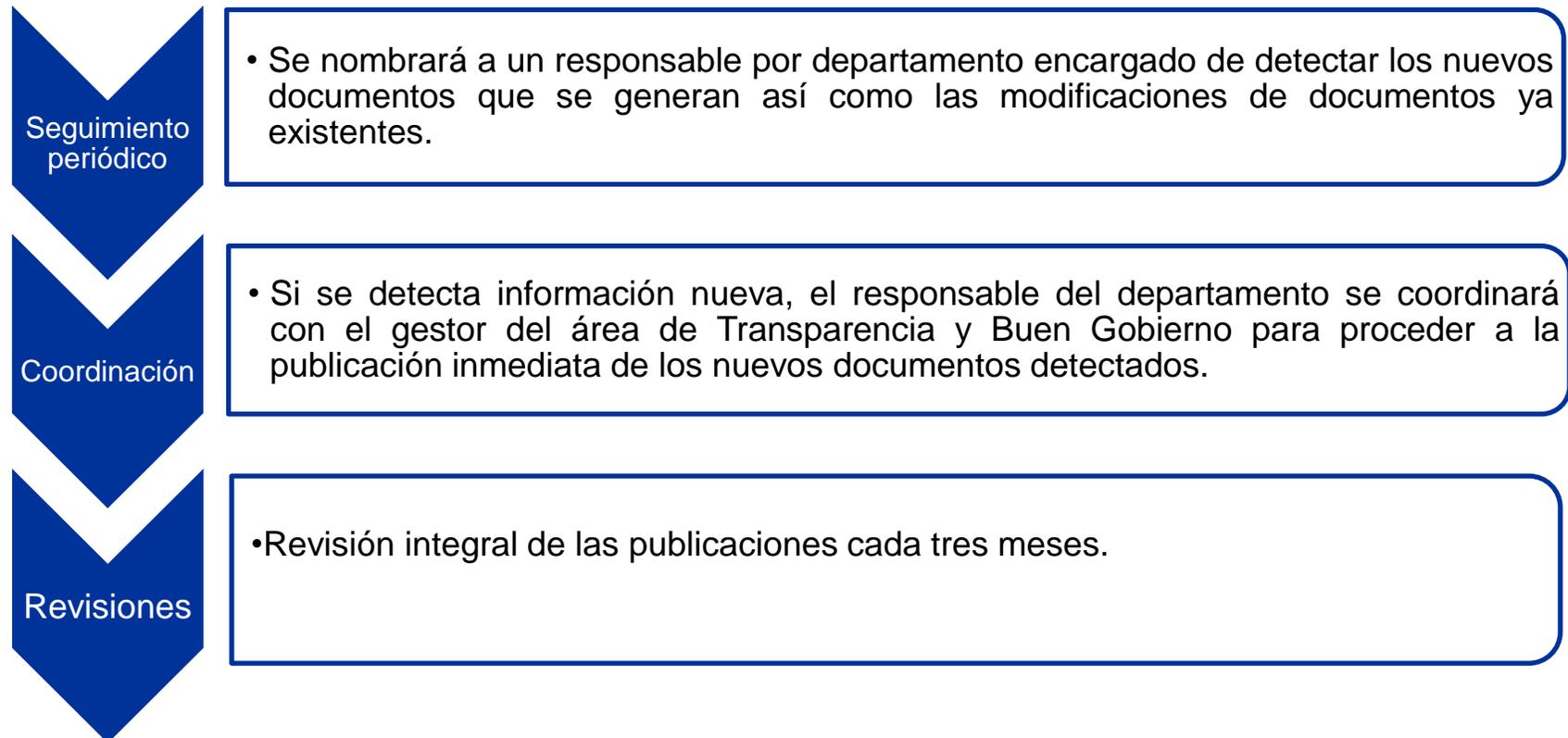
- Siempre que sea posible, los documentos se publicarán en formato pdf que permita realizar búsquedas de palabras específicas en el documento, guardar el archivo o imprimirlo.

#### Accesible para todos

- La información será facilitada a través de medios y formatos que sean accesibles para personas con discapacidad.

## 2. Información actualizada

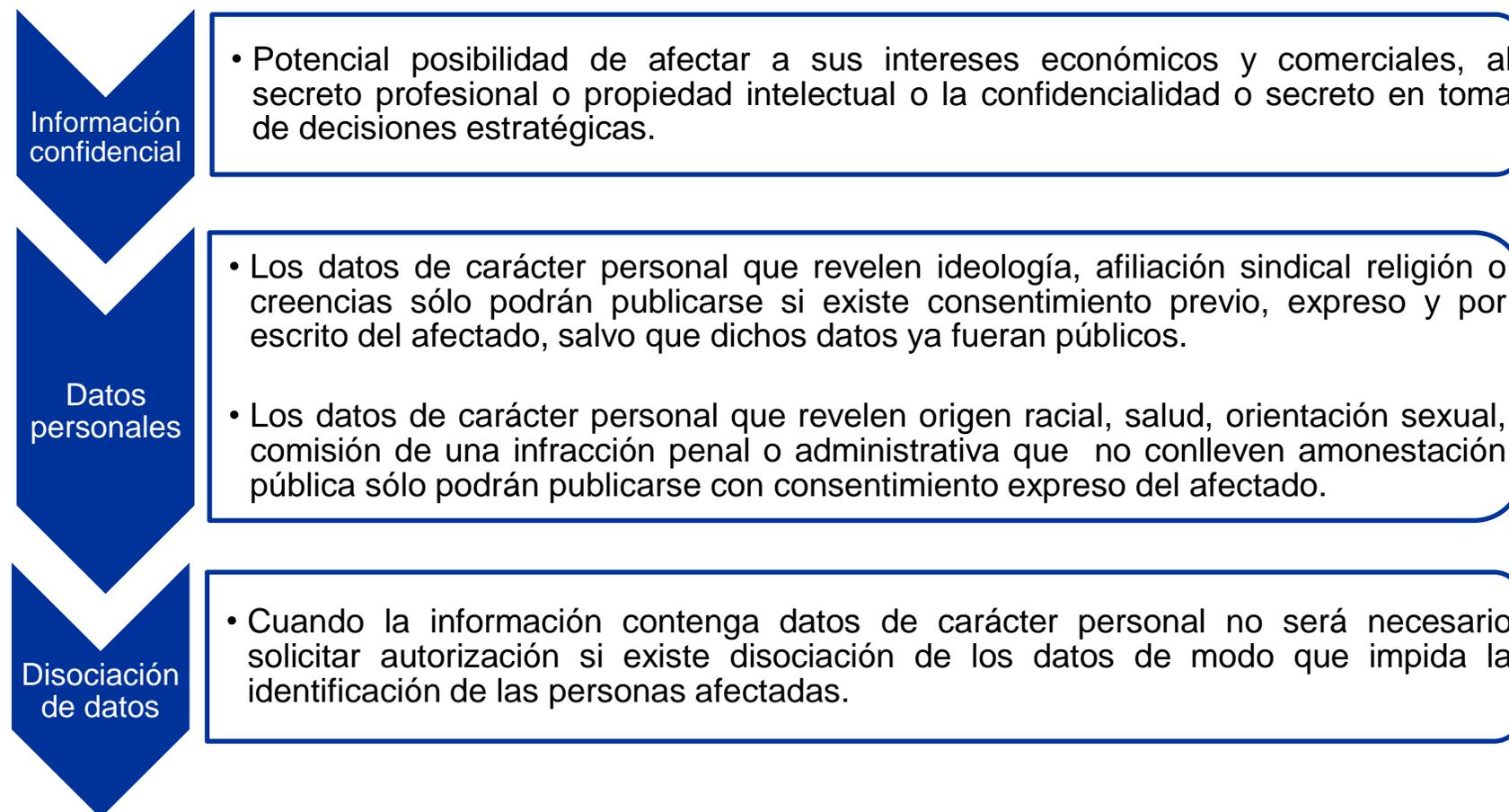
Mercapalma tiene la obligación de actualizar periódicamente la información publicada. Para garantizar este requisito:



## Publicidad activa

---

**3. La información publicada debe garantizar que se respetan y protegen otros intereses legítimos del ordenamiento jurídico**, por ello, Mercapalma se reservará el derecho de publicar aquella información en la que concurra alguno de los siguientes supuestos:



## Publicidad activa

---

### Información de carácter institucional

- Funciones y ámbito de actuación de Mercapalma.

- Normativa que le es de aplicación, por ejemplo:

- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, de Contratos del Sector Público.
- En materia de personal, Ley 7/2007, de 11 de abril, de Estatuto Básico del Empleado Público, Real Decreto Legislativo 1/1995, de 25 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

Estructura organizativa: organigrama actualizado que identifique a los responsables de las diferentes direcciones indicando su perfil, principales funciones y trayectoria profesional.

Referencia a proyectos siempre que no perjudique a su estrategia empresarial, describiendo actividades, medios y tiempo empleado así como grado de cumplimiento.

Sedes de atención al público, horarios de apertura y datos de contacto.

Convenio Colectivo, oferta pública de empleo o instrumento similar de provisión de puestos, procesos de selección, etc.

## Publicidad activa

---

### Información de relevancia jurídica

Respuestas a consultas planteadas por los particulares u otros órganos que puedan tener efectos jurídicos: resolución de consultas planteadas por los licitadores, por aspirantes a cubrir puestos de trabajo, por proveedores, por clientes, etc.

En materia de **contratación pública**, se publicará la siguiente información:

**a) Todos los contratos** celebrados, indicando:

- Objeto: tipo de contrato y descripción de las prestaciones.
- Duración: duración del contrato y previsión de prórroga.
- Importes de adjudicación y de licitación.
- Procedimiento de licitación empleado.
- Enumeración y, en su caso, enlace de los instrumentos en los que se ha publicitado la licitación.
- Número de licitadores que han participado en el procedimiento.
- En relación con la ejecución del contrato, se hará constar las modificaciones, decisiones de desistimiento y renunciaciones.

b) La información relativa a los contratos menores podrá publicarse de forma trimestral

c) Datos estadísticos sobre el porcentaje en volumen presupuestario de contratos adjudicados a través de cada uno de los procedimientos previstos.

En materia de **convenios de colaboración** se dará publicidad a la siguiente información:

a) Convenios suscritos.

- Partes del convenio de colaboración.
- Objeto: tipo y descripción de las prestaciones.
- Duración: duración y previsión de prórroga.
- Obligaciones de cada una de las parte incluidas las obligaciones económicas.
- Modificaciones.

b) Encomiendas de gestión

- Objeto: Tipo y descripción de las prestaciones
- Presupuesto.
- Duración: duración y previsión de prórroga.
- Obligaciones dimanantes para las partes, incluidas las económicas.
- Subcontrataciones que se realicen indicando el procedimiento seguido para la adjudicación e importe de la misma.

## Publicidad activa

---

Las **subvenciones y ayudas públicas** con indicación de su importe, objetivo o finalidad y beneficiarios tanto si Mercapalma actúa como entidad concedente o como beneficiario.

Los **presupuestos**, con descripción de las principales partidas presupuestarias e información actualizada y comprensible sobre su estado de ejecución y sobre el cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.

Las **cuentas anuales e informes** de auditoría de cuentas y de fiscalización por parte de los órganos de control externo (Tribunal de Cuentas, IGAE, SEPI, etc.).

Las **retribuciones percibidas anualmente por el Presidente de Mercapalma**. Asimismo se publicarán las indemnizaciones percibidas, en su caso, con ocasión del abandono del cargo.

Las **resoluciones de autorización o reconocimiento de compatibilidad** que afecten a los empleados públicos así como las que autoricen el ejercicio de actividad privada al cese de los altos cargos.

Las resoluciones dictadas sobre autorización o reconocimiento sobre compatibilidad de actividades privadas.

### Información económica-presupuestaria

## Publicidad pasiva

---

La Ley 19/2013 regula el derecho de los ciudadanos a acceder a la información producida por la Administración Pública y otras entidades integrantes del sector público. De este modo, en la actualidad, los ciudadanos pueden, a iniciativa propia, recabar aquella información que obre en manos de los poderes público y que estimen que es útil para fiscalizar y garantizar la transparencia de las instituciones públicas.

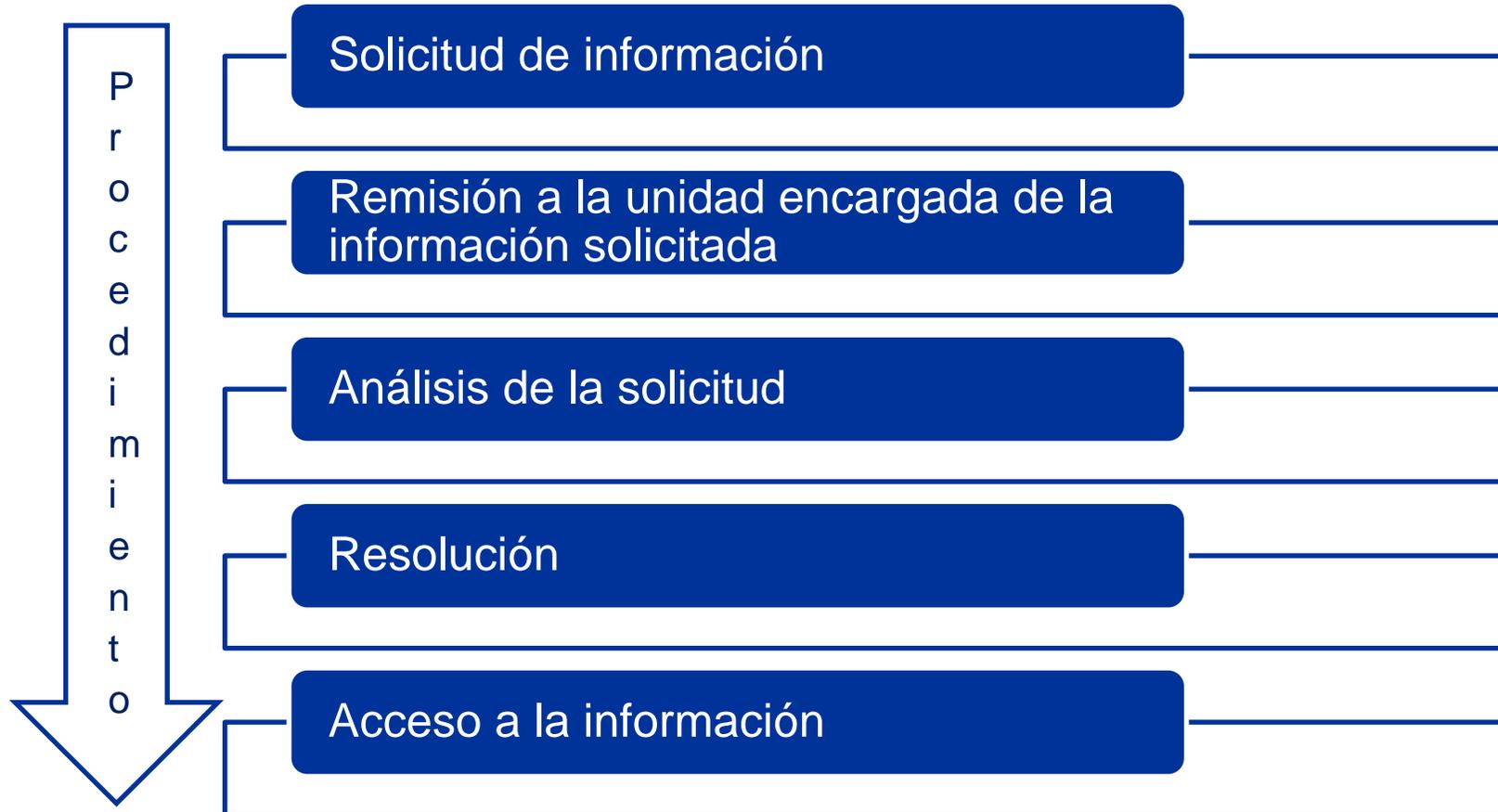
Con esta finalidad, la Ley 19/2013 esboza un procedimiento de tramitación de solicitudes que deberá ser implantado en Mercapalma, desarrollando el mismo atendiendo a la finalidad de la ley: facilitar a los ciudadanos aquella información necesaria para garantizar el ejercicio responsable de los derechos inherentes a un sistema democrático, que se asienta sobre instituciones que gozan de legitimidad pública.

La implantación de un procedimiento de solicitud de información pública requiere:

- ✓ Designación de un órgano o responsable de la tramitación de solicitudes de información pública.
- ✓ Información en la página web sobre la forma de presentar estas solicitudes, formulario y explicación breve del procedimiento.

## Publicidad pasiva

---



## Publicidad pasiva

---



Solicitud de acceso

- La solicitud de acceso a la información pública debe realizarse a través de un medio fehaciente. Para hacer extensible este derecho, es recomendable que:
  - Se disponga de formularios en papel en las dependencias de Mercapalma para su presentación en registro.
  - Se habilite un formulario en la página web para enviar las solicitudes de forma telemática.
  - Se posibilite la descarga de un documento para su cumplimentación y presentación por registro o correo postal.

Requisitos de la solicitud

- Los formularios que se pongan a disposición de los solicitantes deberán requerir la siguiente información:
  - Identidad del solicitante y dirección a efectos de comunicaciones.
  - Información que se solicita.
  - Modalidad preferente de acceso a la información solicita.
  - Campo de información opcional sobre los motivos de la solicitud. Los solicitantes no tiene la obligación de indicar el motivo por el cual solicitan la información. La falta de indicación del motivo no puede ser causa de inadmisión de la solicitud.



Análisis preliminar

- Registro de la solicitud por área que gestione este procedimiento, que deberá hacer un análisis preliminar de la información solicitada y remitirla al área encargada de la producción de la información solicitada.
- Si a la vista de la solicitud, no está claro el contenido la información solicitada, se requerirá al solicitante por plazo de diez días para que aclare el objeto de la solicitud. En este caso se informará de que:
  - Si transcurre el plazo sin presentar la aclaración solicitada, la solicitud se considerará desestimada.
  - Durante el plazo de subsanación se suspende el plazo de resolución del procedimiento.



Análisis preliminar  
(causas de inadmisión)

- Mercapalma sólo podrá inadmitir la solicitud motivadamente cuando se dé alguno de los requisitos legalmente previstos:
  - Si la información está en proceso de elaboración. En este caso, sería aconsejable indicar el tiempo estimado a partir del cual será posible el acceso.
  - Si la información solicitada tiene carácter auxiliar o es de apoyo. En este caso, sugerimos que se haga referencia al documento definitivo al que sirvió de soporte la información auxiliar peticionada.
  - Si se requiere una actuación previa de reelaboración. Consideramos que no podrá inadmitirse la solicitud si la reelaboración consiste en un tratamiento informatizado de uso corriente.
- La Merca no dispone de la información solicitada:
  - Si no conoce qué órgano es el competente, debe inadmitir la solicitud indicando, a su juicio, quién es el competente.
  - En caso de conocer quién es el órgano encargado de la información solicitada, debe remitir la solicitud al competente informando al solicitante.
- La solicitud es repetitiva o abusiva atendiendo a la finalidad de la Ley 19/2013.



### Análisis de límites

- Mercapalma no podrá facilitar información o deberá limitar su acceso si la misma puede entrar en colisión con otros derechos e intereses legítimos. Ello exige una aplicación justificada y proporcionada de los siguientes límites:
  - Existencia de intereses económicos o comerciales.
  - Secreto profesional y propiedad intelectual e industrial.
- Mercapalma no podrá facilitar información que afecte a derechos especialmente protegidos (ideología, afiliación sindical, religión, creencias, origen racial, vida sexual, salud o comisión de infracciones penales o administrativas que no conlleven amonestación pública) sin contar con el consentimiento previo y expreso del afectado del afectado.
- Si la información solicitada contiene datos personales no especialmente protegidos, debe ponderarse el interés público en el acceso a la información y los derechos de los afectados. Dicha ponderación tendrá en cuenta:
  - Condición de investigadores y fines históricos, científicos o estadísticos.
  - El menor perjuicio de los derechos afectados si solo se contienen datos identificativos.
  - La mayor garantía de los derechos afectados si los datos afectan a la intimidad o la seguridad personal.
- En cualquier caso, siempre que sea posible se procederá a la disociación de los datos. En ese supuesto, no será necesario atender a los límites expuestos.



Terceros

- Si la información pudiera afectar a derechos o intereses de terceros, será necesario conceder al tercero un plazo de quince días para que formule alegaciones al respecto.
- La apertura de plazo de alegaciones al tercero debe ser comunicada al solicitante y suspende el plazo de resolución.
- Si el tercero manifestase su oposición al acceso a la información, la resolución que acuerde la estimación o desestimación de la solicitud deberá motivar sucintamente qué derecho o interés legítimo prevalece (el del solicitante o el del tercero)
- La resolución deberá ser notificada tanto al solicitante como al tercero.
- Si la resolución estimase la solicitud de acceso a la información, no se podrá formalizar el acceso a la misma hasta que haya transcurrido el plazo de la interposición de recurso ante la jurisdicción contencioso-administrativa (2 meses).
- Dado que existe la posibilidad de que se interponga un recurso contencioso-administrativo del que Mercapalma no tenga conocimiento hasta un tiempo posterior a dos meses, recomendamos que se incluya en la resolución una mención por la que se requiera al tercero afecto a informar sobre esta circunstancia.

## Publicidad pasiva

---

### Resolución

- Mercapalma debe resolver la solicitud de acceso a la información pública en el plazo de un mes. Dicho plazo podrá ser ampliado un mes más atendiendo al volumen o dificultad de la solicitud, previa notificación al interesado.
- Deberá notificarse tanto al solicitante como a terceros afectados.
- La solicitud se entenderá desestimada por silencio si no se resuelve expresamente.
- Las resoluciones se pueden recurrir potestativamente ante el órgano que designe la Comunidad Autónoma a estos efectos o ante la jurisdicción contencioso-administrativa directamente.
- El incumplimiento reiterado de la obligación de resolver tiene la consideración de infracción grave.

### Motivación

- Mercapalma tiene la obligación de motivar todas aquellas resoluciones que denieguen el acceso o lo permitan sólo de forma parcial así como las que permitan el acceso a través de una modalidad distinta a la solicitada.
- Cuando se resuelvan solicitudes en las que se haya formalizado la oposición de un tercero será necesario motivar por qué se estima o desestima el acceso.

## Publicidad pasiva

---



### Acceso

- El acceso a la información se realizará, preferentemente por vía electrónica, salvo cuando no sea posible o el solicitante haya solicitado otro medio.
- Si no fuera posible remitir la información junto con la estimación de la solicitud, se debe remitir/emplazar al interesado dentro del plazo de diez días.
- Si ha existido oposición de un tercero, el acceso no puede materializarse hasta que transcurra el plazo para la interposición recurso contencioso-administrativo por el tercero (dos meses).
- Si la información se encuentra publicada, la resolución podrá limitarse a indicar cómo acceder a ella.
- Si sólo se permite el acceso parcial, deberá indicarse qué parte de la información ha sido omitida.

---

## Disclaimer

El presente informe/documento es estrictamente confidencial y de uso interno de Mercapalma y, no podrá ser entregado, ni permitir el acceso a terceros o hacer referencia al mismo en comunicaciones sin nuestro consentimiento previo por escrito.

En caso de contradicción o conflicto entre la versión electrónica y el documento físico, prevalecerá el documento físico.

## Sobre Deloitte

*Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (private company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.*

---

**Deloitte.**