



TRIBUNAL DE CUENTAS

RESUMEN

FISCALIZACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA POR LOS PARTIDOS POLÍTICOS

**¿En qué grado prestan atención a la transparencia los partidos políticos?
¿Han cumplido con sus obligaciones de publicidad activa en 2024?**



[Informe n.º: 1.596](#)
[Aprobado por el Pleno el 28 de noviembre de 2024](#)

¿Han cumplido los partidos con sus obligaciones de publicidad activa en el ejercicio 2024?

FISCALIZACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA POR LOS PARTIDOS POLÍTICOS



¿Qué información tienen que publicar los partidos políticos?

ORGANIZATIVA: estructura organizativa, organigrama, miembros directivos y su perfil profesional

NORMATIVA: normativa aplicable, estatutos, instrucciones de contratación, normativa interna y canal ético

ECONÓMICA: balance, cuenta de resultados, créditos, subvenciones, donaciones > 25.000€, informe de fiscalización del Tribunal de Cuentas y retribuciones de directivos



¿Qué importancia tiene la transparencia informativa en los partidos políticos?

- Exposición de Motivos de la Ley Orgánica 8/2007: “hay un amplio sentir entre la sociedad y la opinión pública ciudadana” para la exigencia a los partidos políticos de “máximos niveles de transparencia y publicidad”
- Mayor transparencia y rendición de cuentas, lo que coadyuva a una gestión responsable y a restablecer la afección ciudadana, ya que los partidos constituyen el sistema de acceso al poder ejecutivo y legislativo



¿Qué se ha analizado?

Ámbito subjetivo

Partidos políticos con representación en las Cortes Generales (27), Parlamentos autonómicos y Asambleas de las Ciudades Autónomas (24) y Ayuntamientos de más de 100.000 habitantes (12)

Ámbito objetivo

Páginas web y sus portales de transparencia

Ámbito temporal

Ejercicio 2024



¿Con qué objetivos?

- 🎯 ¿Se refleja en la normativa interna el compromiso del partido en materia de transparencia?
- 🎯 ¿Qué estructura y diseño ofrecen los portales de transparencia (página web) para el acceso a la información anterior?
- 🎯 ¿Cumple la publicación de la información organizativa, normativa y económica con la normativa aplicable en términos de contenido y calidad?



Conclusiones

- **Consideraciones generales:** escaso reflejo del compromiso con la transparencia en su normativa interna.
- **Canal web:** En general, los partidos incluyen en la web un apartado para la transparencia y lo organizan bajo algún criterio lógico. Sin embargo, no todas las formaciones garantizan la posibilidad de acceso y consulta de la documentación en castellano.
- **Contenido. Obligaciones menos publicadas:** normativa aplicable, organigrama, retribuciones y perfil profesional de los directivos.
- **Calidad. Falta de actualización** o de referencias en las páginas web, que permitan al ciudadano conocer de forma directa si lo publicado está en vigor, siendo más frecuente en la información organizativa (90%).
- La mayoría de **los partidos de ámbito estatal presentan un nivel de cumplimiento alto o medio de las obligaciones de publicidad activa. En los partidos autonómicos y locales predomina el cumplimiento bajo o nulo de estas obligaciones.**



Recomendaciones

- ❑ A los **partidos políticos:**
 - Establecer un **apartado de transparencia** en la página de inicio de la web, de acceso directo y visible.
 - Identificar y definir claramente las publicaciones de información **organizativa, normativa y económica.**
 - **Dejar constancia en la web** de aquella información que, siendo de publicidad obligatoria para el partido, no resulte de aplicación por no haberse producido.
 - Tanto la denominación de la información publicada en el portal de Transparencia como el contenido de los documentos deberían figurar en **castellano**, al igual que en la otra lengua cooficial en el ámbito territorial del partido.
 - Realizar una **actualización** con periodicidad, al menos, anual, indicando la fecha de actualización de forma genérica en la web o en los apartados de información correspondientes, permitiendo verificar su vigencia.

[Informe n.º: 1.596](#)

[Enlace al informe...](#)



■ Introducción

Los partidos políticos son entes privados de base asociativa, que forman parte esencial de la arquitectura constitucional al expresar el pluralismo político, concurrir a la formación y manifestación de la voluntad popular y ser un instrumento fundamental para la participación política.

¿Por qué el Tribunal de Cuentas realiza esta fiscalización?

Esta fiscalización se lleva a cabo a iniciativa del propio Tribunal de Cuentas al amparo de lo previsto en el artículo 45 de la Ley Orgánica 2/1982, de 12 de mayo, del Tribunal de Cuentas (LOTCu), por considerar relevante el análisis del cumplimiento de las obligaciones de transparencia en las formaciones políticas en un contexto de procesos electorales continuados (2023-2024).

El artículo 16.Tres de la Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, sobre financiación de los partidos políticos (LOFPP), atribuye al Tribunal de Cuentas para fiscalizar a los partidos políticos respecto a “la adecuación de su actividad económico-financiera a los principios de gestión financiera que sean exigibles conforme a su naturaleza”. El Tribunal de Cuentas entiende que el principio de transparencia constituye uno de los principios rectores de la gestión financiera.

Asimismo, la supervisión y control de la transparencia es una cuestión declarada de interés preferente por el Pleno del Tribunal en el Plan estratégico 2024-2027 y un objetivo transversal en el Programa Anual de Fiscalizaciones de 2024, en línea con el mandato de las Cortes Generales que en 2015 modificaron el artículo 9 de la LOTCu para introducir el sometimiento al principio de transparencia de los perceptores de fondos públicos.

Esta fiscalización se lleva a cabo con el fin de evaluar el **cumplimiento** de las obligaciones de las formaciones fiscalizadas en publicidad activa, en rendición de cuentas, así como **los procedimientos de control interno** de los partidos para coadyuvar a este cumplimiento.

¿Cuál es la relevancia de la materia fiscalizada?

Los principales **impactos** que se atribuyen a las políticas de transparencia y rendición de cuentas son:

-  Límites al poder y a la arbitrariedad.
-  Reducción de la corrupción.
-  Creciente interés de la ciudadanía en la gestión pública.

En síntesis, estos desafíos exigen una **mayor transparencia y rendición de cuentas**, particularmente en los partidos que reciben financiación pública, con el fin de garantizar una gestión responsable y restablecer tanto la participación como la confianza ciudadana. En este sentido, los partidos políticos constituyen el principal medio de acceso a la toma de decisiones más relevantes para el país.

¿Cuántos partidos políticos han sido fiscalizados?

En el ejercicio 2024 se han fiscalizado un total de 63 formaciones políticas que han obtenido representación institucional como resultado de los procesos electorales celebrados en 2023 y 2024:

-  **27 partidos con representación en las Cortes Generales** (22.556.990 votos ).
-  **24 partidos en Parlamentos autonómicos y Asambleas de las Ciudades Autónomas** (1.172.509 votos ).
-  **12 partidos con representación en los Ayuntamientos de más de 100.000 habitantes** (117.200 votos ).

■ Principales resultados y conclusiones

1. Consideraciones generales.

En relación con **la referencia en los estatutos de los partidos al compromiso en materia de transparencia** en su actividad, de las 63 formaciones fiscalizadas, sólo 21 formaciones (el 33,33%) recogen en sus estatutos este compromiso. Por ámbitos de representación, el mayor porcentaje de cumplimiento se observa en los partidos de ámbito estatal (16 formaciones, lo que supone un 59,26% de su ámbito), seguidas del ámbito autonómico (3 formaciones -el 12,50% de su ámbito-) y el ámbito local (2 formaciones -16,67% de dicho ámbito-).

Asimismo, se ha observado que sólo 11 de los 63 partidos (el 17,46%) han aprobado **un protocolo o guía de actuación para el cumplimiento en materia de publicidad activa**. En este aspecto, de esas 11 formaciones, el mayor porcentaje de cumplimiento se observa en el ámbito autonómico, que cuenta con 5 partidos (el 21% de este ámbito), seguido de las 5 formaciones del ámbito estatal (el 18% de este ámbito) y de una formación en el ámbito local (8%).

Por otra parte, tan sólo 23 de las 63 formaciones (el 36%) han designado expresamente **un representante o unidad encargada de la publicación de la información en el portal de Transparencia del partido**. De estas 23 formaciones, 15 se encuadran en el ámbito estatal (55% de este ámbito), 6 formaciones en el ámbito autonómico (el 25% de este ámbito) y 2 de los 12 partidos en el ámbito local (17%).



2. Análisis del canal web



En 14 de las 63 formaciones fiscalizadas (el 22% del total) **no se incluye un apartado específico para la transparencia en su página web** e incluso hay una formación política que no dispone de página web. Asimismo, cabe señalar que de las 49 formaciones (el 78% del total) que sí prevén un apartado específico para la transparencia, en sólo 24 partidos (el 38%) dicho acceso es directo y visible, correspondiendo, por ámbito de representación, 12 partidos al ámbito estatal (44% de dicho ámbito), 8 partidos al ámbito autonómico (33% de este ámbito) y 4 partidos al ámbito local (el 33%).

Respecto de la **estructura del canal web de la formación**, 36 formaciones (el 57% del total) estructuran la información publicada, en su mayoría distinguiendo por áreas temáticas (31 partidos) y, en menor medida, combinando la organización por áreas para algunos bloques y utilizando un criterio temporal por ejercicios para otra información (5 partidos). Según el ámbito de representación, las formaciones que estructuran el apartado de transparencia suponen 21 partidos del ámbito estatal (el 78%), 11 en el ámbito autonómico (46%) y 4 en el ámbito local (33%).

En relación con la posibilidad de **acceder al apartado de transparencia y consultar la documentación en castellano**, se ha comprobado que 8 partidos (44%) no prevén en su página web ninguno de estos dos aspectos (acceso y consulta).

3. Contenido. ¿Cuáles son las obligaciones de información menos publicadas?

En 2024 para los 63 partidos fiscalizados, la falta de publicación de las obligaciones de publicidad activa se concentra en las siguientes materias: **normativa de aplicación** (un 89% de formaciones), **retribuciones a los máximos responsables** (86%), **organigrama** (84%) y **perfil profesional de los directivos** (73%). En relación con esta última, llama la atención el bajo grado de publicación de dicha información en comparación con la identificación de los miembros directivos, ya que, una vez identificados, bastaría con incluir su perfil profesional.

Déficit de publicación en los 63 partidos políticos



Déficit de publicación por ámbitos de representación



4. Calidad. ¿Cuáles son las principales deficiencias de calidad en las publicaciones?

De los 4 atributos de calidad previstos en el artículo 5 de la LTAIBG (actualización, accesibilidad, estructura y reutilización), las principales deficiencias se encuentran en:



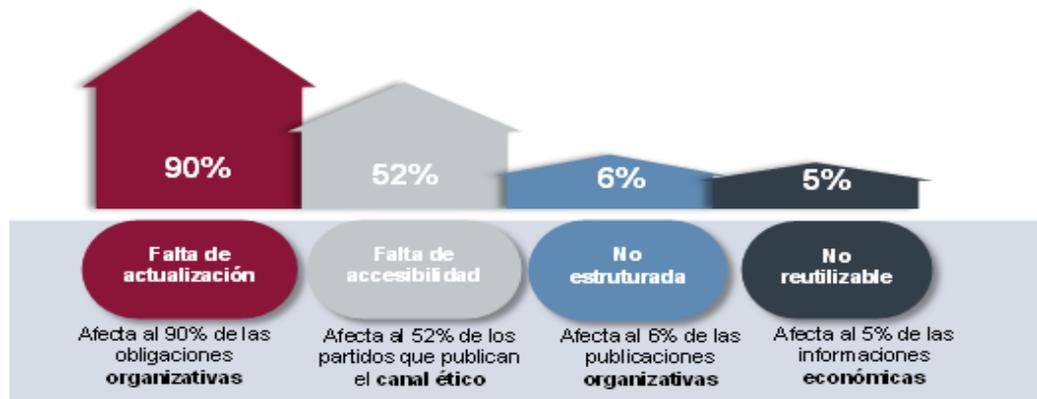
1

Actualización. El 90% de las informaciones organizativas no están actualizadas al carecer de referencias directas mediante indicación en la web de una fecha de actualización. El 50% de las publicaciones normativas está parcialmente actualizada, ya que, por regla general, estos documentos tienen fecha de aprobación, pero no se incluyen la fecha de la última revisión en la web. En contraste, el 100% de las publicaciones económicas están actualizadas mediante la expresión en la web de los ejercicios anuales correspondientes.

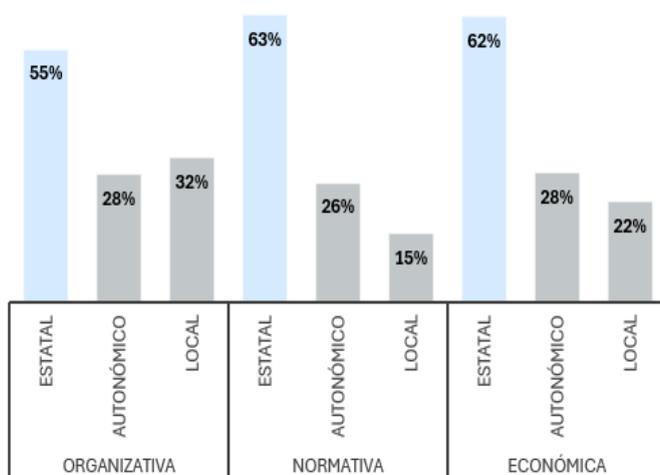


2

Accesibilidad. El 52% de los partidos políticos publica el “canal ético o de denuncias” de forma parcialmente accesible, colocándolo en un lugar poco visible de la página de inicio (en el pie de página, en letra pequeña, junto a la “política de cookies”), incumpliendo el artículo 25 de la Ley 2/2023, que exige que esta información esté en una sección separada y fácilmente identificable de la página de inicio.



5. ¿En qué bloque de información se concentran los incumplimientos de publicidad activa?

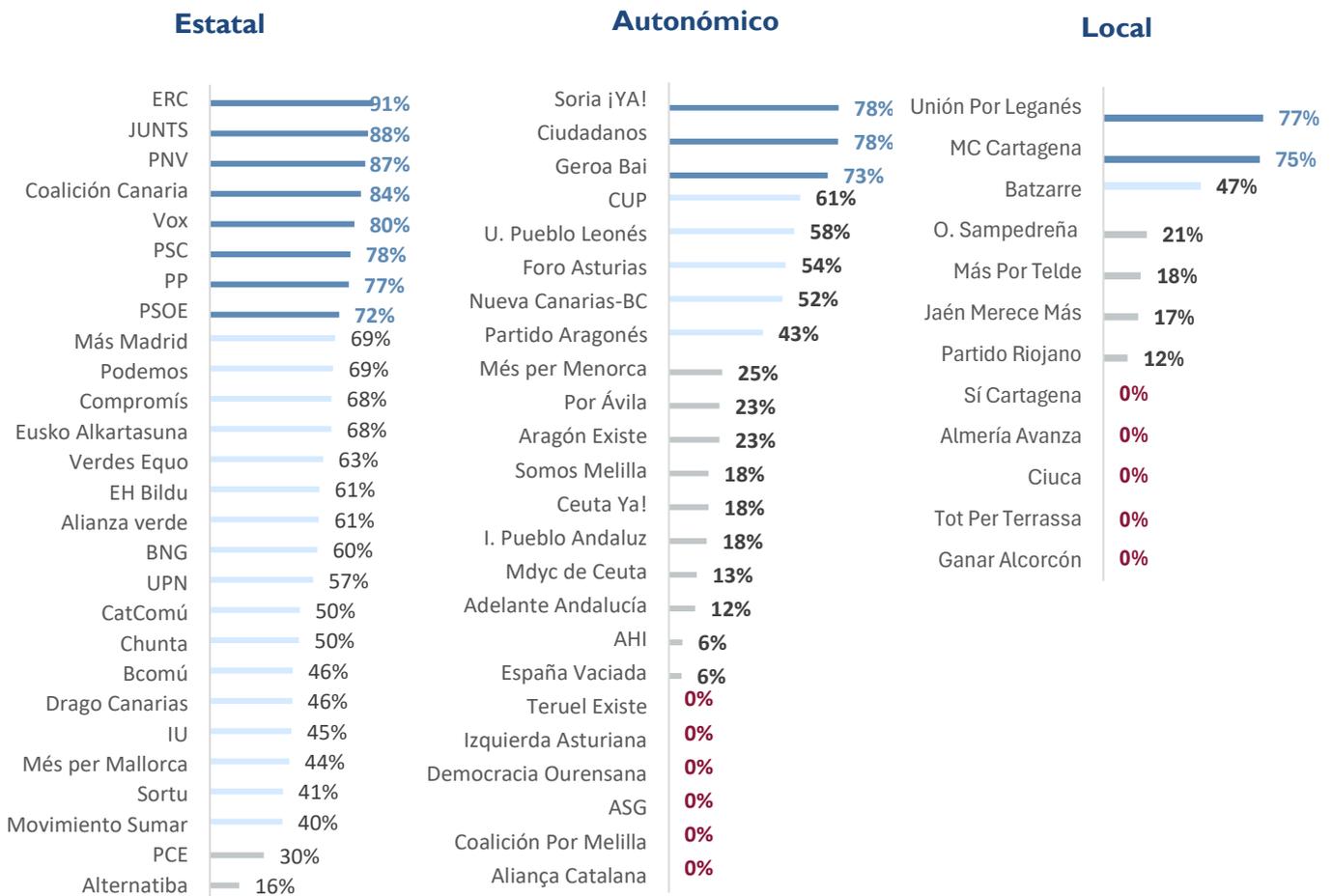


■ Cumplimiento medio ■ Cumplimiento bajo

El grado de cumplimiento medio de las obligaciones de información varía significativamente entre los bloques evaluados. El bloque de “Información normativa” tiene un mejor desempeño en contenido y calidad, especialmente en partidos con representación estatal (63%), en comparación con la “Información económica” (62%) y la “Información organizativa” (55%), debido a la falta de actualización de estas últimas. A nivel autonómico y local, los porcentajes son considerablemente más bajos en todos los bloques, con el bloque de información organizativa mostrando un mayor grado de cumplimiento que los demás.

6. ¿Qué partidos son los más cumplidores y en qué ámbitos de representación se encuentran?

Para un tratamiento homogéneo de todos los partidos fiscalizados, se ha calculado el Índice de Publicidad Activa global (una media ponderada del índice de contenido y calidad para cada componente de información -organizativa, normativa y económica-). La importancia relativa de cada bloque varía según el número de indicadores obligatorios que contiene. Estos rangos de puntuación o índices se corresponden con valoraciones cualitativas o estados de cumplimiento (alto, medio, bajo y nulo) previamente definidos. Se observan diferencias en el nivel de cumplimiento global de las obligaciones de publicidad activa entre los partidos y su ámbito:



Rangos de puntuación y su correspondencia con valoraciones cualitativas o estados de cumplimiento:

0%	NULO	No publica información obligatoria
0,01-39,99%	BAJO	Información obligatoria publicada con carencias significativas de contenido o de calidad
40-69,99%	MEDIO	Información obligatoria publicada con contenido parcial y calidad aceptable
70-100%	ALTO	Información obligatoria publicada con contenido completo y calidad óptima

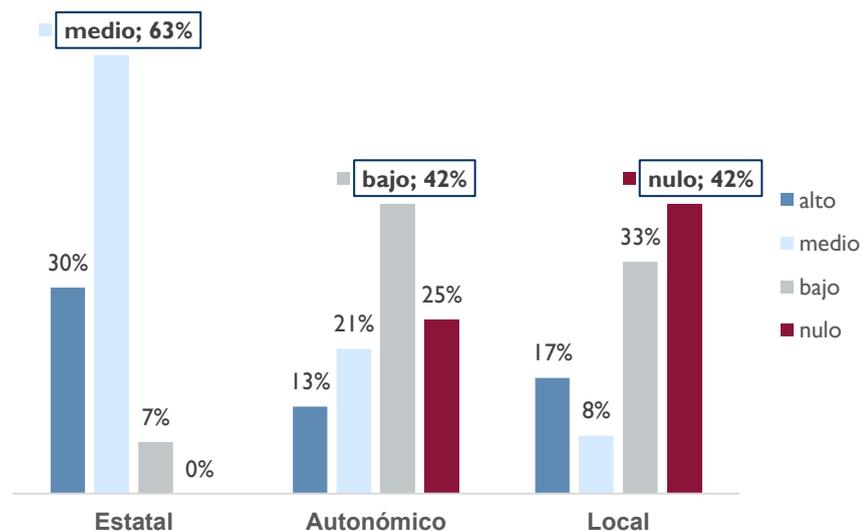
7. Publicidad activa no obligatoria

Algunos partidos políticos publican voluntariamente información que se destaca como buenas prácticas en el fomento de una gestión más transparente. Entre los datos más publicados se encuentran el código ético (49%), la memoria (38%), los informes de fiscalización de elecciones (24%), las entidades dependientes e informes de control interno (21%) y las coaliciones electorales (16%).

■ Valoración Global

- La falta de publicación de las obligaciones de publicidad activa se concentra en las siguientes materias: normativa de aplicación (un 89% de formaciones), retribuciones a los máximos responsables (un 86%), organigrama (un 84%) y perfil profesional de los directivos (un 73%).
- La principal carencia de calidad de las publicaciones tiene que ver con la falta de actualización o falta de referencias en la web que permitan al ciudadano conocer de forma directa si lo publicado está en vigor. El incumplimiento en la actualización de la información (prevista en el artículo 5 de la LTAIBG) varía según los bloques, siendo más frecuente en la información organizativa.
- La comparación global de los niveles de cumplimiento muestra una clara diferencia entre, por un lado, los partidos estatales y, por otro, los autonómicos y locales. La gran mayoría de los partidos estatales tiene un nivel de cumplimiento alto o medio, mientras que en los partidos autonómicos predomina el cumplimiento bajo. En el caso de los partidos locales, un 42% no cumple con ninguna de las obligaciones, lo que pone de manifiesto un amplio margen de mejora en estos niveles donde los partidos son de menor dimensión y reciben menos fondos públicos.

Estado de cumplimiento por ámbito territorial



■ Recomendaciones

A los partidos políticos

Consideraciones generales

1. Resultaría aconsejable que se **incluyese en los estatutos** una mención expresa al compromiso con el principio de transparencia en su actividad.
2. Sería conveniente que se aprobase, como parte de su normativa interna, un **protocolo o guía de actuación** a seguir para el cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa que, en todo caso, especificase la **unidad responsable** de su actualización y control.

Canal web

3. Convendría la creación de **un apartado de transparencia en la página web**, ubicado en un lugar **visible y de acceso directo**, que permita a los ciudadanos acceder a la información del partido de manera inmediata y sencilla.
4. Sería conveniente que la información en materia de publicidad activa se presente en la página web bajo un **criterio de ordenación lógico**, que permita una mejor visualización de la materia y una consulta más rápida.
5. Resulta necesario que tanto la denominación de la información publicada en el portal de Transparencia como el contenido de los documentos permita su consulta en **castellano**, al ser la lengua oficial del Estado y una lengua cooficial en el ámbito territorial del partido.

Contenido

6. En particular a los partidos con grado de cumplimiento nulo o bajo, se recomienda **identificar y definir claramente las publicaciones** de información organizativa, normativa y económica.
7. Sería oportuno **dejar constancia en la web** de aquella información que, siendo de publicidad obligatoria para el partido, sin embargo, no resulte de aplicación al ejercicio por no haberse producido (tales como donaciones privadas superiores a 25.000 euros o préstamos con entidades de crédito).

Actualización

8. **Se recomienda una actualización con periodicidad, al menos, anual**, indicando la fecha de actualización de forma genérica en la web o en los apartados de información organizativa, normativa y económica, permitiendo verificar su vigencia. A efectos de transparencia, lo sustancial es si el ciudadano podría conocer que la información está vigente consultando la web, sin necesidad de consultar otros documentos.
9. **Para acreditar el cumplimiento de los plazos legales de publicación previstos en los artículos 14.8 y 14.9 de la LOFPP**, resulta pertinente informar en la web de la fecha de publicación de las cuentas anuales del último ejercicio y del último informe de fiscalización aprobado por el Tribunal de Cuentas.

Accesibilidad

10. **Se sugiere ubicar el canal de denuncias en un sitio más visible en la página de inicio**, de forma que la información no quede relegada al final de la página o junto a elementos de menor relevancia, como la "política de cookies", ya que esto dificulta su acceso público.
11. **Sería oportuno informar sobre préstamos, subvenciones públicas y donaciones en apartados web independientes** de la memoria, facilitando su acceso y evitando que los ciudadanos deban buscar esta información de manera exhaustiva a lo largo de la memoria.