



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

463. Preguntas para respuesta escrita

PE/006937-03, PE/006938-03, PE/006939-03, PE/006940-03, PE/006941-03, PE/006942-03 y PE/006944-03

Contestación conjunta de la Junta de Castilla y León a las preguntas para respuesta escrita formuladas por las Procuradoras Dña. Natalia del Barrio Jiménez y Dña. María Josefa Rodríguez Tobal, relacionadas en el Anexo, publicadas en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 337, de 15 de noviembre de 2017.

PRESIDENCIA

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento de las Cortes de Castilla y León, se ordena la publicación de las Contestaciones de la Junta de Castilla y León a las preguntas para respuesta escrita, PE/006618, PE/006619, PE/006677, PE/006695, PE/006750, PE/006751, PE/006839, PE/006865, PE/006866, PE/006874, PE/006875, PE/006879, PE/006885, PE/006912, PE/006913, PE/006918, PE/006924 a PE/006927, PE/006929 a PE/006932, PE/006934 a PE/006950, PE/006960, PE/006964 a PE/006983, PE/006985, PE/006989, PE/006992, PE/007022, PE/007025 a PE/007031, PE/007036, PE/007038, PE/007042, PE/007043, PE/007045, PE/007046, PE/007050, PE/007052, PE/007053, PE/007055, PE/007058, PE/007061, PE/007066, PE/007068, PE/007069, PE/007072, PE/007074, PE/007081, PE/007082, PE/007084, PE/007086, PE/007087, PE/007090, PE/007092, PE/007098, PE/007102, PE/007103, PE/007108 a PE/007113, PE/007120, PE/007134, PE/007137 a PE/007139, PE/007142, PE/007148, PE/007152, PE/007155, PE/007158, PE/007160 a PE/007162, PE/007170 a PE/007176, PE/007179, PE/007180, PE/007184, PE/007188, PE/007199, PE/007200, PE/007203, PE/007226, PE/007227, PE/007229 a PE/007235, PE/007237 a PE/007240, PE/007243, PE/007246, PE/007251, PE/007254, PE/007255, PE/007259, PE/007268, PE/007273, PE/007278 a PE/007280, PE/007282, PE/007285, PE/007287, PE/007288, PE/007290 a PE/007292, PE/007321 a PE/007347, PE/007349, PE/007363 a PE/007365, PE/007368, PE/007370, PE/007373, PE/007386, PE/007393, PE/007399 a PE/007403, PE/007429, PE/007430 y PE/007473, publicadas en el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla y León.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 19 de enero de 2018.

LA PRESIDENTA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: Silvia Clemente Muncio

ANEXO

CONTESTACIÓN CONJUNTA DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN A LAS PREGUNTAS PARA RESPUESTA ESCRITA

PE/	RELATIVA A
006937	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2010.



006938	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2011.
006939	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2012.
006940	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2013.
006941	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2015.
006942	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2016.
006944	Ampliación de datos de la contestación recibida a la Pregunta Escrita PE/005824, sobre las campañas comerciales de la Consejería de la Presidencia en el año 2014.

Contestación conjunta a las Preguntas Escritas, P.E./0906937 a P.E./0906942 y P.E./0906944, formuladas por D.^a Natalia del Barrio Jiménez y D.^a M.^a Josefa Rodríguez Tobal, Procuradoras pertenecientes al Grupo Parlamentario Podemos, relativas a campañas comerciales y de comunicación durante los años 2010 a 2016.

Las campañas de promoción que ha desarrollado la Consejería de la Presidencia se desarrollaron de acuerdo con lo previsto en la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, y a partir de 2015, además, conforme a la planificación anual de publicidad institucional de la Administración de la Comunidad de Castilla y León.

Las campañas comerciales y de comunicación que la Consejería de la Presidencia realizó durante el ejercicio de 2010, tuvieron por objeto las siguientes finalidades:

- Promocionar a la comunidad de Castilla y León como destino turístico y espacio de encuentro dando difusión a las distintas celebraciones de la Semana Santa declaradas de interés internacional, nacional y regional, y de una manera expresa, promocionar la exposición de las Edades del Hombre que se celebraron en Soria.
- Promocionar igualmente, a nivel internacional nuestra Comunidad Autónoma dándola a conocer en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) y, promocionar a la capital burgalesa dando difusión de la celebración de la Feria de la Moda de Castilla y León que allí se celebró.
- Presentar a la sociedad castellana y leonesa y a la española, la excelencia del museo de la evolución humana, patrimonio de la humanidad.
- Promocionar la marca territorio de nuestra Comunidad, para darla más visibilidad y relevancia al resto del mundo, trascendiendo viejas barreras geográficas a través de la difusión del slogan “Tus ideas cobran vida”.
- Presentar a los castellanos leoneses las ventajas del Boletín Oficial de CyL electrónico.

Dichas campañas se realizaron en diversos medios de comunicación entre los que se encuentran prensa diaria escrita ámbito provincial, autonómico y nacional, emisoras de radio de ámbito nacional autonómico y nacional de información general, y con medios digitales de información general.



Las campañas comerciales y de comunicación que la Consejería de la Presidencia realizó durante el ejercicio de 2011, tuvieron por objeto las siguientes finalidades:

- Promocionar a la comunidad de Castilla y León como destino turístico y espacio de encuentro por medio de las distintas celebraciones de la Semana Santa declaradas de interés internacional, nacional y regional, y de una manera expresa, promocionar la exposición de las Edades del Hombre que tuvo lugar en las dos Medinas, del Campo y Rioseco.
- Promocionar a la capital burgalesa a través de la difusión de la Feria de la Moda de Castilla y León que allí tuvo lugar.
- Presentar a la sociedad castellano leonesa y española, la excelencia del museo de la evolución humana, patrimonio de la humanidad.
- Promocionar la marca territorio de nuestra Comunidad, para darla más visibilidad y relevancia al resto del mundo, trascendiendo viejas barreras geográficas a través de la difusión del slogan “Tus ideas cobran vida”.

Dichas campañas se realizaron en diversos medios de comunicación entre los que se encuentran prensa diaria escrita ámbito provincial, autonómico y nacional, emisoras de radio de ámbito nacional autonómico y nacional de información general, y con medios digitales de información general.

Las campañas comerciales y de comunicación que la Consejería de la Presidencia realizó durante el ejercicio de 2012, tuvieron por objeto las siguientes finalidades:

- Promocionar a la Comunidad de Castilla y León como destino turístico haciendo difusión de las excelencias de nuestras ciudades patrimonio de la humanidad, resaltando especialmente los siglos de cultura, de historia, y las costumbres que permanecen vivas en la actualidad en cada una de las provincias de Castilla y León y, además hacerlo a través de la promoción de la exposición de las Edades del Hombre desarrollada en la localidad de Oña (Burgos).
- Promocionar, en definitiva, Castilla y León como lugar privilegiado de turismo de interior a través de la difusión de la amplia oferta existente de turismo rural y enológico y, en particular a la provincia de Soria, dando a conocer su gastronomía y su cultura micológica.
- Informar a los ciudadanos del a los ciudadanos de la posibilidad que tienen de conocer la acción del Gobierno autonómico la Administración a través del Portal de Gobierno Abierto de la Comunidad.

Dichas campañas se realizaron en diversos medios de comunicación entre los que se encuentran prensa diaria escrita ámbito provincial, autonómico y nacional, de radio de ámbito nacional autonómico y nacional de información general, y con medios digitales de información general.

Las campañas comerciales y de comunicación que la Consejería de la Presidencia realizó durante el ejercicio de 2013, tuvieron por objeto las siguientes finalidades:

- Promocionar a la comunidad de Castilla y León como destino turístico por medio de las distintas celebraciones de la Semana Santa declaradas de interés internacional, nacional y regional, y de una manera expresa, promocionar la



localidad de Arévalo (Ávila) dando difusión a la exposición de las Edades del Hombre que allí tuvo lugar.

- Igualmente promocionar a la capital salmantina dando a conocer el Festival de las Artes de CyL (FACYL).
- Promocionar el Camino de Santiago en su recorrido por nuestra Comunidad Autónoma, a Ciudad Rodrigo por medio de la difusión del certamen nacional de Teatro de Ciudad Rodrigo, a la capital abulense poniendo de relieve la celebración del Festival internacional del Circo de Castilla y León, y dar promoción a los distintos lugares en dónde se Isabel I tuvo presencia en nuestra comunidad.
- Promocionar, en definitiva, Castilla y León como lugar privilegiado de turismo de interior a través de la difusión de la amplia oferta existente de turismo rural y enológico y, en particular a la provincia de Soria, dando a conocer su gastronomía micológica.
- Dar difusión de la celebración del Día de la nuestra Comunidad, como forma de hacerla visible, presente y cercana a la sociedad.
- Informar de determinados servicios de la Comunidad, como el que presta el 112 como teléfono de emergencias, de la necesidad de cubrir la carencia de donantes de sangre en situaciones extremas a través de la campaña de captación de donantes de sangre, de la puesta en marcha del sistema de solicitud de cita previa (sanitaria) a través del móvil, de la acción cultural del Centro Cultural Miguel Delibes y de su captación de abonados. Hacer de común conocimiento para la ciudadanía los cuidados a tener en cuenta con objeto de prevenir la gripe.
- Informar a los ciudadanos de la posibilidad que tienen de conocer la acción del Gobierno autonómico a través del Portal de Gobierno Abierto de la Comunidad y de sus redes sociales, así como dar difusión al portal de datos abiertos, que permite la reutilización de datos generados por la Administración.

Dichas campañas se realizaron en diversos medios de comunicación entre los que se encuentran prensa diaria escrita ámbito provincial, autonómico y nacional, emisoras de radio de ámbito nacional autonómico y nacional de información general, y con medio digitales de información general.

Las campañas comerciales y de comunicación que la Consejería de la Presidencia realizó durante el ejercicio de 2014, tuvieron por objeto las siguientes finalidades:

- Promocionar a nivel internacional nuestra Comunidad Autónoma con su presencia en la Feria Internacional de Turismo (Fitur), promocionar a la comunidad de Castilla y León como destino turístico por medio de las distintas celebraciones de la Semana Santa declaradas de interés internacional, nacional y regional y, de una manera expresa, promocionar la localidad de Aranda de Duero (Burgos) dando público conocimiento de la celebración y



acciones que se llevan a cabo con motivo de la exposición las “Edades del Hombre” en aquella localidad.

- Igualmente se da promoción a la capital salmantina a través de la difusión del Festival de las Artes de CyL (FACYL), a la capital abulense por medio de la difusión del Festival internacional del Circo de CyL, a la capital palentina dando divulgación del Festival “Ñam”, a la provincia de Soria, promocionando su gastronomía y su cultura mitológica.
- Dotar al tejido empresarial de Castilla y León de profesionales especializados en el ámbito de la innovación para lo cual se informa de la formación gratuita para gestores I+D+i que se imparte desde el Sector Público.
- Hacer presente a la Comunidad y acercarla a la ciudadanía para lo que se hace difusión de la celebración del Día de la Comunidad como nexo de encuentro de todos los castellanos y leoneses.
- Concienciar de la necesidad de establecer la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y la eliminación de la violencia de género.
- Transmitir la necesidad de hacer uso responsable de la sanidad y las urgencias pediátricas para contribuir a un mejor sistema sanitario.
- Promocionar la marca Tierra de Sabor, así como específicamente alguno de sus productos, como la leche, buscando darla visibilidad y difusión en ámbito nacional.
- Informar a los ciudadanos del a los ciudadanos de la posibilidad que tienen de conocer la acción del Gobierno autonómico a través del Portal de Gobierno Abierto de la Comunidad y a través de las previsiones de la “Ley de Transparencia”.

Dichas campañas se realizaron en diversos medios de comunicación entre los que se encuentran prensa diaria escrita ámbito provincial, autonómico y nacional, emisoras de radio de ámbito nacional autonómico y nacional de información general, y con medio digitales de información general.

Las campañas comerciales y de comunicación que la Consejería de la Presidencia realizó durante el ejercicio de 2015, tuvieron por objeto las siguientes finalidades:

- Promocionar a nivel internacional nuestra Comunidad Autónoma dando difusión a su presencia en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) y presentando a nuestra Comunidad Autónoma como destino de turismo de interior mediante la promoción de la Feria “Intur”.
- Promocionar a la comunidad de Castilla y León como destino turístico por medio de las distintas celebraciones de la Semana Santa declaradas de interés internacional, nacional y regional y, de una manera expresa, promocionar las localidades de Ávila y Alba de Tormes (Burgos) con motivo de la celebración de la exposición de las “Edades del Hombre” en aquellas localidades y de la celebración del “Vº centenario de Santa Teresa” de íntima conexión con aquellas ciudades.



- Promocionar la marca Tierra de Sabor, así como específicamente alguno de sus productos, como la leche, buscando darla visibilidad y difusión en ámbito nacional.
- Promocionar a la Comunidad autónoma de CyL dando a conocer la amplia variedad de museos en CyL.
- Dar difusión a la acción de “Apertura de monumentos”, que buscaba facilitar su acceso durante el periodo estival.
- Poner en valor los Espacios Naturales de Castilla y León y, en definitiva, señalar a Castilla y León como destino turístico de primera magnitud, como lugar privilegiado de turismo de interior a través de la amplia oferta existente de turismo rural.
- Promocionar a la capital salmantina dando a conocer su Festival de las Artes de CyL (FACYL), a Ciudad Rodrigo dando difusión del certamen nacional de Teatro de Ciudad Rodrigo, a la capital abulense dando público conocimiento de su Festival internacional del Circo de Castilla y León, a la capital burgalesa a través de la difusión de la Feria de la Moda de Castilla y León que allí tuvo lugar, a la provincia de Soria, dando difusión de su gastronomía mitológica.
- Incentivar el consumo en nuestra Comunidad entre los castellanos y leoneses con motivo de la Navidad, como lugar de encuentro familiar.
- Informar sobre las acciones y servicios que se prestan en materia de inmigración, emigración y de cooperación al desarrollo.
- Hacer presente a la Comunidad y acercarla a la ciudadanía para lo que se hace difusión de la celebración del Día de la Comunidad como nexo de encuentro de todos los castellanos y leoneses.
- Informar del servicio que se presta a la ciudadanía a través del teléfono 012, que facilita la información y la gestión de multitud de trámites a los ciudadanos de Castilla y León.
- Transmitir la necesidad de hacer un uso responsable y eficaz de los recursos sanitarios, las posibilidades de uso de las urgencias pediátricas y la importancia de la prevención del cáncer colorectal.
- En el ámbito educativo se ha informado de las fechas del inicio del curso escolar, de las ventajas y oportunidades que ofrece la formación profesional como una posible salida al mundo laboral de nuestros jóvenes. Igualmente se ha presentado a la sociedad las posibilidades que ofrece el portal de educación y el programa de transferencia del conocimiento entre la Universidad y las empresas.
- Transmitir y concienciar de la necesidad de establecer la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y la eliminación de la violencia de género.
- Difundir e informar de servicios que pueden prestarse a la juventud.



- Divulgar las novedades de la campaña de la renta y presentar los servicios que ofrece el Servicio Público de Empleo. Promocionar el trabajo por cuenta propia como vía de acceso al mundo laboral en la sociedad actual.
- Se informa de los derechos que tienen los ciudadanos como consumidores, de las ventajas del comercio de proximidad, de la necesidad de tener actualizado en todo momento un buen servicio de prevención de riesgos laborales, de las diversas medidas de autoprotección que debemos tener siempre presentes en las distintas estaciones del año.
- Informar de los servicios que de forma novedosa presta el ADE rural a la ciudadanía, de las ventajas del 112 como teléfono de emergencias, del valor de la economía social.
- Dar a conocer las novedades y facilidades de comunicación con la Administración a través de la administración electrónica, lo que resulta de interés para el ciudadano.
- Transmitir la importancia de llevar a cabo medidas de ahorro y eficiencia energética, así como la importancia de revisar las calderas domésticas.
- Divulgar la necesidad de establecer un plan de residuos, cada vez más arraigado en nuestra sociedad. Igualmente, se informa de la importancia de llevar a cabo acciones dirigidas al aprovechamiento de los recursos forestales.
- Dar difusión a los derechos que pueden ejercer los ciudadanos de conocer la acción del Gobierno Autónomo a través del Portal de gobierno abierto de la Comunidad Autónoma.

Dichas campañas se realizaron, de acuerdo con lo previsto en el Acuerdo 72/2014, de 9 de octubre, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueban las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional, en prensa diaria escrita ámbito provincial, autonómico y nacional, sometidos al sistema de auditoría OJD; con emisoras de radio de ámbito nacional autonómico o nacional de información general que cuenten con licencia administrativa y estén auditadas por el Estudio General de Medios (EGM); y con medios digitales de información general sometidos al sistema de auditoría de medios OJD interactivo o al sistema de medición de audiencias de comScore.

Asimismo, también se llevaron a cabo con medios especializados en el sector turístico, la promoción de la Semana Santa.

Y por último, las campañas realizadas durante 2016 y todos sus datos están disponibles en el portal de gobierno abierto.

Valladolid, 18 de enero de 2018.

EL CONSEJERO DE LA PRESIDENCIA,
Fdo.: José Antonio de Santiago-Juárez López.