



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

463. Preguntas para respuesta escrita

PE/006941-01

Pregunta para respuesta escrita formulada a la Junta de Castilla y León por las Procuradoras Dña. Natalia del Barrio Jiménez y Dña. María Josefa Rodríguez Tobal, relativa a 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.

PRESIDENCIA

La Mesa de las Cortes de Castilla y León, en su reunión de 2 de noviembre de 2017, ha admitido a trámite las Preguntas para respuesta escrita PE/006865 a PE/007153.

Con esta misma fecha se remiten a la Junta de Castilla y León.

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento se ordena su publicación en el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla y León.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 2 de noviembre de 2017.

EL SECRETARIO DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: Óscar Reguera Acevedo

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

A LA MESA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN

Natalia del Barrio Jiménez y M.^a Josefa Rodríguez Tobal, procuradoras pertenecientes al Grupo Parlamentario Podemos Castilla y León, al amparo de lo establecido en los artículos 155 y siguientes del Reglamento de la Cámara, formulan a la Junta de Castilla y León la siguiente pregunta para su contestación por escrito:

ANTECEDENTES

En respuesta parlamentaria PE 0905824 se indica que durante el año 2015 la Consejería de Presidencia realizó 18 campañas comerciales con el objetivo de dar a conocer y promocionar lugares, productos, eventos, bienes o servicios propios de la Comunidad. 18 campañas que tuvieron un coste de 241.479,20 € en medios digitales de información general sometidos al sistema de auditoría de medios OJD interactivo al sistema de medición de cuentas de comScore y 7.986 € en medios especializados. También se indica que se realizaron 32 campañas de comunicación con el objeto de transmitir informaciones útiles para los ciudadanos por un valor de 615.326,59 € para medios de prensa escrita diaria de ámbito provincial o autonómico o de ámbito nacional con edición o sección de Castilla y León y sometidas al sistema de auditoría de medios OJD, 96.999 € para emisoras de radio de información general y ámbito autonómico o de ámbito nacional con programación autonómica, con licencia administrativa y auditadas por el Estudio General de Medios (EGM) y 345.388,30 € para medios digitales



de información general con sección específica de Castilla y León y sometidos al sistema de auditoría de medios OJD interactivo o al sistema de medición de audiencias comScore.

PREGUNTA

¿Cuáles fueron estas 18 campañas comerciales? Nombre de la campaña.

¿Cuáles fueron las 32 campañas de comunicación? Nombre de la campaña.

¿Cómo se distribuyeron estos 241.479,20 € en los medios digitales de información general utilizados en las campañas comerciales? Especificar cantidad destinada a cada medio digital por cada una de las campañas.

AÑO 2015	
NOMBRE DE LA CAMPAÑA COMERCIAL	
CANTIDAD DESTINADA	
NOMBRE DEL MEDIO DIGITAL	

¿Cómo se distribuyeron estos 7.986 € en los medios especializados utilizados en las campañas comerciales? Especificar cantidad destinada a cada medio especializado por cada una de las campañas.

AÑO 2015	
NOMBRE DE LA CAMPAÑA COMERCIAL	
CANTIDAD DESTINADA	
NOMBRE DEL MEDIO ESPECIALIZADO	

¿Cómo se distribuyeron estos 615.326,59 € en los medios escritos diarios utilizados en la campaña de comunicación? Especificar cantidad destinada a cada cabecera de prensa escrita en la campaña de comunicación.

AÑO 2015	
NOMBRE DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	
CANTIDAD DESTINADA	
NOMBRE DEL PERIÓDICO	

¿Cómo se distribuyeron estos 96.999 € en las emisoras de radio utilizadas en las campañas de comunicación? Especificar cantidad destinada a cada emisora en cada campaña de comunicación.

AÑO 2015	
NOMBRE DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	
CANTIDAD DESTINADA	
NOMBRE DE LA EMISORA DE RADIO	



¿Cómo se distribuyeron estos 345.388,30 € en los medios digitales de información utilizados en las campañas de comunicación? Especificar cantidad destinada a cada medio digital.

AÑO 2015	
NOMBRE DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	
CANTIDAD DESTINADA	
NOMBRE DEL MEDIO DIGITAL	

Valladolid, 27 de septiembre de 2017.

LAS PROCURADORAS,
Fdo.: Natalia del Barrio Jiménez y
María Josefa Rodríguez Tobal