



## 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.<sup>a</sup> 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 interactive 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.**

<b>AÑO 2015</b>	
<b>NOMBRE DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>CANTIDAD DESTINADA</b>	
<b>NOMBRE DEL MEDIO DIGITAL</b>	

Valladolid, 27 de septiembre de 2017.

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