



## COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA FINANCIACIÓN Y LOS PLANES DE MEDIOS DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

### PRESIDENCIA

### DOÑA MARÍA MONTERO CARRASCO

Sesión extraordinaria celebrada el día 20 de julio de 2020, en Valladolid

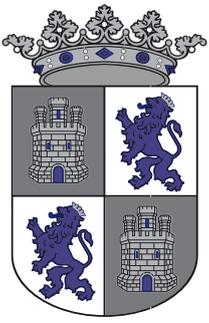
---

### ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de D. José Rodríguez Sanz-Pastor.

### SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las diez horas cinco minutos.	6472
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre la sesión.	6472
<b>Primer punto del orden del día. Comparecencia.</b>	
La letrada, Sra. Navarro Jiménez-Asenjo, da lectura el primer punto del orden del día.	6472
Intervención del compareciente, Sr. Rodríguez Sanz-Pastor, indicando que no utilizará su turno inicial.	6472
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	6472
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Rodríguez Sanz-Pastor.	6472
Intervenciones del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular) y del compareciente, Sr. Rodríguez Sanz-Pastor.	6482



Páginas

Intervenciones de la procuradora Sra. Rubio Martín (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Rodríguez Sanz-Pastor.	6489
Intervención del compareciente, Sr. Rodríguez Sanz-Pastor, indicando que no utilizará su turno final.	6500
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, levanta la sesión.	6500
Se levanta la sesión a las once horas treinta y cinco minutos.	6500



*[Se inicia la sesión a las diez horas cinco minutos].*

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Se abre la sesión. Buenos días, señorías. Por la señora letrado se dará lectura del orden del día.

### **Comparecencia**

**LA LETRADA (SEÑORA NAVARRO JIMÉNEZ-ASENJO):**

Gracias. Punto del orden del día: **Comparecencia del señor don José Rodríguez Sanz-Pastor.**

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Gracias. Tiene la palabra el señor don José Rodríguez Sanz-Pastor, secretario general de la Consejería de Cultura y Turismo en la anterior legislatura, por un tiempo máximo de diez minutos.

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Muchas gracias, presidenta. No voy a hacer uso de... de este tiempo. Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Gracias. En este caso, para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, se... se procede a la apertura de un turno de los portavoces de los distintos grupos parlamentarios. Durante las intervenciones se podrán formular preguntas que serán contestadas, en su caso, por el compareciente. En primer lugar, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Alba Bermejo.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Buenos días. Y muchas gracias, señora presidenta. Me gustaría dar la bienvenida al compareciente, al señor José Rodríguez Sanz-Pastor, y también agradecerle su... la aceptación a la... a la invitación para acudir a esta Comisión de... de Investigación.

En primer lugar, sí que me gustaría destacar que desde agosto de dos mil diecinueve existen titulares en prensa que dicen como que "La Junta publica por primera vez la inversión publicitaria en medios de comunicación", o otros como "Por primera vez la Junta de Castilla y León ha hecho público el detalle del gasto que la administración autonómica destina a publicidad institucional en los diferentes medios de comunicación". Como bien sabe, estas noticias son fruto del aterrizaje de Ciudadanos en la Junta de Castilla y León. Un cambio que fuera parte del... del acuerdo programático entre el Partido Popular y nuestro partido.

Y precisamente le comento esto porque esta Comisión nace, sobre todo, para arrojar luz sobre la financiación y los planes de medios de la Junta de Castilla y León en los últimos años. ¿Y cuál es la intención de este grupo, del Grupo de Ciudadanos?



Pues es crear un modelo que permita establecer una serie de indicadores para garantizar la transparencia de la Administración con respecto a la publicidad institucional y los medios, y así hacer un reparto objetivo de dichas partidas económicas.

Sin extenderme más, desde el Grupo Parlamentario de Ciudadanos, señor Sanz-Pastor, me gustaría saber cuál es la relación que tuvo usted en el proceso de adjudicación de estas partidas económicas.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Muchas gracias. Bueno, el procedimiento en el cual se intervenía se empezaba por hacer en el momento... más o menos en los meses de octubre-noviembre de cada año, una vez ya se iba configurando el Presupuesto, luego la previsión de presupuesto, y, por lo tanto, una previsión de disponibilidades económicas, pues a través del personal un poco especializado en estos temas en los distintos centros directivos, se iba recabando información en relación a las posibles campañas que fuese posible hacer.

Estas campañas, una vez reunificadas todas y unificadas, pues se trasladaban a la Consejería de Presidencia. En la Consejería de Presidencia se analizaban y, de acuerdo con sus competencias, en un determinado momento, pues se hacía una propuesta a la Comisión de Secretarios Generales, en la cual se aprobaban las campañas. Bueno, supongo que ustedes han tenido acceso a los ejemplares o a alguno de los ejemplares de ese... de esas referencias, ese plan de campañas, en el cual pues se establecía pues el tipo de campaña, si era comercial, si era institucional; si... la previsión temporal, en unos casos más amplia, en otros más corta, en función de los destinatarios; la previsión económica... la previsión económica y algunos datos a mayores.

A partir de ahí, en el momento que esa Comisión de Secretarios aprobaba las campañas, por parte de los órganos distintos competentes en los distintos centros directivos iban poniendo en marcha dichas... dichas campañas, bueno, para lo cual, lógicamente, pues se licitaba el... el sistema de adjudicación de los... de los contratos.

En nuestra Consejería era habitual el que todos los años se licitaba por concurso abierto las campañas con carácter general, y, por lo tanto, ese era el sistema establecido con carácter general, lo cual no significa que, en determinados casos, y seguro que por razones que luego pues se podrán analizar, también recurríamos en determinados supuestos al sistema del contrato... del contrato menor; pero, en términos generales, era a través de pliegos de contratación abiertos que se licitaban a... con carácter... con carácter general.

Y, a partir de ahí, como normalmente resultaba adjudicataria una agencia de publicidad, pues ella iba instrumentando todo el día a día del proceso de contratación, en permanente contacto, como es lógico, con los distintos técnicos de los distintos servicios económicos, administrativos o de promoción que teníamos en la... en la Consejería y en los distintos centros.

Más o menos, eso es una idea general que le puedo comentar.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Qué datos manejaban desde la Consejería? ¿Tenían a su disposición datos objetivos en cuanto a audiencias, número de lectores, visitas, suscriptores, etcétera, o cuál era el criterio de... de la Administración?



#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, a lo largo de los años, en la Consejería ya existía, hombre, una experiencia y una cierta idea consolidada de los sectores o las campañas que era más útil o conveniente hacer. Esto, evidentemente, no significaba que no pudiera haber excepciones en un sentido y en otro, pero existía una base, ¿eh?, que ya pues, número de campañas, lo establecía casi un poco mirando un poco las del año... las del año pasado.

Se producían cambios, porque, pues, por ejemplo, en determinados supuestos... recuerdo que las campañas, por ejemplo, de... de ferias al principio iban separadas, Intur por un lado, Fitur por el otro, y luego se juntaron en un solo... en una sola campaña. Bueno, cosas de este tipo que, en función de que los técnicos lo fuesen considerando pues más útil, más práctico o con mayor efectividad, pues se iban... se iban haciendo.

Hombre, también ahí, para nosotros, era muy importante un poco los análisis de los resultados de las campañas precedentes, lógicamente, ¿no? El ver pues dónde se ha podido tener mayor incidencia o menor incidencia, pues, lógicamente, eso también determinaba qué continuidad, en mayor o menor medida, tenían las campañas, partiendo de la base de que, con carácter general, considerábamos que los distintos sectores a los cuales queríamos trasladar la promoción de la Comunidad, pues, lógicamente, tenían una estabilidad y se deberían hacer, bueno, con carácter cuasipermanente, ¿no?

Entonces, esas... esas campañas, lógicamente, arbitraban unos sistemas de seguimiento y, en base a eso, pues las... las íbamos analizando y tomando las decisiones al respecto.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Me podría explicar cuál era la relación, en cuanto a la inversión, entre la Consejería y la Fundación Siglo? ¿Quién se encargaba de... de qué y para qué?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, en términos... en términos generales, la... la licitación y las campañas... ha habido algunos cambios, no... no siempre ha sido uniforme, pero, en términos generales, la licitación y las campañas las sacaba la Fundación Siglo, fundamentalmente porque, bueno, pues aunaba los especialistas o la gente que tenía más experiencia en promoción y *marketing*, y, al mismo... y al mismo tiempo, porque era ella la que solía organizar y encargarse de... pues muchas acciones promocionales de otro tipo. O sea, quiero decir, la organización de las ferias y de los festivales pues normalmente la llevaba ella, las oficinas de turismo también. Entonces, lógicamente, con independencia de recoger un poco las distintas sensibilidades de todo el mundo, la mayor parte y las licitaciones se hacían desde la... desde la fundación.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y qué competencias tenía la Consejería en cuanto a medios? ¿Solo las tenía la fundación?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Las competencias en cuanto a medios, lógicamente, no se trata de... de unas competencias estancas. La Fundación Siglo es un ente instrumental de la... de la Consejería de Cultura y Turismo y, por lo tanto, a través de ella y de los centros directivos y de las propias direcciones generales, se produce una relación constante en la propia actividad. Evidentemente, cuando se organiza -pongo un ejemplo- el Fàcyl o el Festival del Circo de... de Ávila, pues, lógicamente, la Dirección General de Promociones Culturales está en permanente contacto con los técnicos y los expertos de la Fundación Siglo en el área de actividades culturales para que eso dé el mejor resultado posible. De la misma manera, también establecen un poco con los técnicos de promoción y *marketing* cuál puede ser la mayor repercusión, y, para eso, también, pues, lógicamente, era de gran ayuda el adjudicatario de la licitación que se realizaba.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

En cuanto a la inversión a cada medio, ¿desde la Fundación Siglo contaban con un informe desde Presidencia que... que les indicaba a qué medios tenían que... que licitar o cuánta cuantía?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

La Consejería de Presidencia, de acuerdo con las competencias que le otorgaba su... su estructura orgánica de coordinar y autorizar toda la publicidad institucional de la Junta de Castilla y León, evidentemente, nos daba traslado de un documento en el cual se establecía unas estimaciones para cada uno de los medios, con carácter general. Y, lógicamente, eso pues tenía... era la... una cierta... la información y la base en base a la cual se actuaba.

Perdone si a veces... *[Continúa su intervención sin micrófono]*.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Me puede explicar cómo... cómo era ese documento?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Pues la verdad que un escrito. No... no tengo más... No, no. Un escrito en el que se establecían las cantidades y los medios.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y en algún momento desde la Consejería valoraron tener su propio reparto, no impuesto desde Presidencia?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, no es que valorásemos o no valorásemos y tampoco es que se impusiera o no se impusiera, es que cada uno tiene las competencias que tiene. Quiero decir que el decreto de estructura orgánica de la Consejería de Presidencia establece que es la Consejería la que... a la que le corresponde coordinar toda la publicidad institucional, y, dentro de eso, autorizar también toda la publicidad institucional. Con lo cual, lógicamente, pues quien tiene las competencias es quien las tiene. Esto no... no se trata de que uno quiera o no quiera hacer unas cosas u otras; cada uno debe actuar en el marco legal que tiene previsto.



**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y considera que había equidad en el reparto?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, yo considero que, lógicamente, teniendo en cuenta las competencias y que la Consejería de Presidencia nos trasladaba unos datos, entiendo que... -y creo que, además, así se ha comentado aquí- que la Consejería de Presidencia, de acuerdo con las directrices vinculantes del acuerdo del dos mil catorce y con los datos que creo que también se han expresado, pues establecería la distribución que, evidentemente, más se ajustase a... a los términos considerados idóneos en función de esos requisitos o datos objetivos.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Y, desde su punto de vista, ¿cómo cree usted que debería haberse hecho ese reparto? ¿Lo hubiera cambiado? ¿Le hubiera gustado tener más competencias?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, no... no es una cuestión de que me hubiera gustado o no, no. Quiero decir, a nosotros lo que nos correspondía era instrumentar esas decisiones de la manera más eficaz posible para llegar a los... para llegar a los ciudadanos. Por lo tanto, lo que intentábamos, lógicamente, era, partiendo de esa... de esa base, ser lo más eficientes... ser lo más eficientes posible en esa ejecución.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Me gustaría que se pronunciara si desde la Administración se llevaba a cabo seguimientos o evaluaciones tras cada campaña, si había un dossier final.

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Sí. Sí, mire, en el propio pliego que se sacaba de licitación abierta, una de las condiciones o uno de los objetos del pliego era que el adjudicatario tenía que hacer una labor de seguimiento, control y un informe final de resultados acerca de toda la campaña, de toda la adjudicación. Entonces, esos informes finales de resultados, lógicamente, obraban en... en el expediente y, al mismo tiempo, servían tanto de control y seguimiento de las actuaciones realizadas como pues de información respecto del futuro. Pero, sí, había un informe final detallado.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

O sea, ¿ese informe se hacía anualmente?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Voy a serle preciso: por cada una de las licitaciones. Quiero decir, normalmente las licitaciones eran anuales, pero a veces pues cabía una prórroga de seis meses, entonces el informe, en ese caso, sería de todo el contrato, de toda la licitación. Pero de todo el tiempo transcurrido, de todo... de todo el contrato, lo cual, sí, era... era completo y era... se refería a toda la duración del contrato.



**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Conoce usted si desde otras Consejerías se hacía ese seguimiento?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Pues la verdad es que no le puedo decir, no le puedo decir.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Anualmente, en datos generales, varían mucho las partidas entre un ejercicio y otro a un medio o a otro. En cambio, con otros medios de comunicación la asignación es más... es más estática. ¿Me puede explicar los motivos de esas variaciones?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, la verdad es que yo creo recordar que, en términos generales, de manera global, las cuantías eran muy similares de año a año. Podía haber alguna excepción, no... no digo que no, pero, en términos generales, yo creo que las cuantías eran muy estables en... entre los distintos casos. Hablo de manera global, ya no de la contratación de una campaña concreta.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Bueno, ahora me voy a centrar en unos medios concretos, unas partidas concretas. Me gustaría destacar, por ejemplo, el gasto en... en agencias... en agencias de noticias se mantiene fijo para dos de las agencias, como es Europa Press, EFE, o... mientras que Ical lo incrementa en un 106 %, y la agencia Castilla y León Comunicación solo tiene gastos en dos mil dieciocho. ¿Hay alguna explicación con respecto a esto?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, los sistemas de contratación de las agencias de noticias se basaban un poco en las necesidades de información y de datos de la... de la Consejería y de las... y de las entidades instrumentales, y dependían un poco de cada circunstancia en un determinado momento. No tengo en la cabeza la diferencia esta que usted me dice, pero, probablemente, obedecería... a veces puede obedecer a los cambios de anualidades o de... de una anualidad a otra, dependiendo de que a lo mejor se haya contratado la anualidad o no. Es decir, no es lo mismo... Normalmente los contratos se hacían por un año, pero a veces ese año no era un año natural, sino que podía ir de abril a abril. Entonces, no sé muy bien exactamente si a lo mejor eso ha podido producir alguna distorsión en la información.

Yo creo recordar que la... la contratación de las agencias de noticias era en unos términos similares todos los años para cada una de ellas; lógicamente, había diferencias entre ellas. Pero no soy capaz de decirle la diferencia o esas diferencias que usted me ha dicho a qué pueden deberse.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

El resto de secretarios generales que han pasado por aquí les he hecho la misma pregunta, y se la voy a hacer a usted también. ¿No le parece un poco chocante



que la Agencia Ical tuviera un importe de 142.000 euros, frente a... a las otras, que rondaban los 30.000? Porque, al final, era una herramienta de trabajo de los técnicos... de los técnicos de comunicación. Entonces, no sé qué servicios a mayores podía prestar la Agencia Ical como para... para justificar ese aumento en la cuantía.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, lógicamente, la contratación de agencias de noticias era... es una cuestión de oferta y demanda. En el caso de las distintas agencias, cada una ofrecía una serie de servicios; algunos eran evidentemente similares, pero había otros que se... que podían ser a mayores. No tengo... no me acuerdo exactamente el detalle de la enumeración de estas... de los servicios de prestación por parte de la Agencia Ical, pero, evidentemente, supongo que existían unos servicios adicionales, que, además, podían no solamente darse para... Hay que tener en cuenta que en nuestra Consejería la parte de promoción era un poco amplia en el sentido que había bastantes técnicos y personas que, lógicamente, en tema de *marketing* y de publicidad se ocupaban de estos temas y, a lo mejor, pues tenían una serie de servicios adicionales. Pero ya le digo que es una idea que... que tengo en la cabeza pero que no soy capaz de concretarle en detalle.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entiendo que en ningún momento le llamó la atención esa... esa cifra más elevada que el resto, ¿no?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

No en el sentido de que, si era el precio que nos ponían y se consideraba necesario tener esos servicios, pues es el coste que tienes que pagar, te guste o no te guste. Es decir, no hay mayor... no hay una discusión al efecto.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

En cuanto a la prensa escrita, me gustaría destacar que, por ejemplo, *Diario de Ávila*, *Burgos* o *Diario Palentino* hasta dos mil dieciocho no tuvieron ningún contrato, pero en estos últimos años sus contratos han superado los 100.000 euros al año. ¿Hay algún motivo por... por el cual no tuvieron y ahora tienen una inversión tan elevada?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Yo creo que eso no puede ser así. O sea, no... no... A ver, se me hace difícil tener todos los datos en la cabeza que usted me dice, pero yo estoy casi convencido que esos tres periódicos, igual que el resto, tuvieron asignaciones a lo largo de los años anteriores. Es... vamos, tiene que haber algún... algún error, o yo tengo... o yo tengo muy mala memoria, pero estoy casi seguro de que sí que lo tenían.

No le puedo ya... no le puedo asegurar las cantidades esas que usted me ha dicho, eso ya no se lo puedo asegurar, porque no las tengo en la cabeza, pero que... que se trabajaba con ellos yo creo que sí.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Pues puede que haya un error. Y también existe, como ya es norma, una importante diferencia entre medios, desde incrementos del 521 %, hablo de *El Adelantado de Segovia*; 489 %, Unidad Editorial; 289, *La Gaceta de Salamanca*; 245 %, *El País*, mientras otros quedan prácticamente sin cambios, o, por ejemplo, *ABC*, se reduce en un 11 %. ¿Hay algún motivo?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

[Inicio de la intervención sin micrófono]. ... a la distribución general que se hacía, pero, evidentemente, si hubo medios que aumentaron en los términos que usted dice, que no lo pondo en duda, pues, para nosotros, todo lo que se aumentase en la posibilidad de dar a conocer nuestra Comunidad Autónoma fuera, pues nos parecía... vamos, y en la propia Comunidad Autónoma, nos parecía... nos parecería muy bien. O sea, que yo, evidentemente, no voy a... no voy a poner ninguna pega, siempre que mis previsiones presupuestarias me lo permitan, a si se producían aumentos en determinados medios de comunicación. No... no tengo nada más.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y considera que en esas distintas acciones en los medios había igualdad en el reparto por provincias?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, la... la idea... la idea que yo tengo es que el reparto nunca fue por provincias, ¿eh? No... no había reparto por provincias.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Entonces, ¿el reparto era por audiencias, por datos?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Sí, como le he dicho, yo creo que los datos que se distribuían entre los distintos medios se basaban en las directrices vinculantes del dos mil catorce y los datos objetivos que manejaba la Consejería de Presidencia.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

También me gustaría destacar que tanto *El Mundo* como *El Norte de Castilla* tenían contratos medios anuales de más 500.000 euros, con unos totales de 2.393.000, 2.992.000, muy por encima del resto, que ninguno supera los 500.000.

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Pues no le pongo en duda, pero, vamos, supongo que se base en lo mismo que le acabo de decir en la pregunta... en la pregunta anterior. No tengo más confianza.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Ahora, si vamos a la prensa gratuita, por ejemplo, *Gente*, hay un gasto medio de unos 66.700 euros, con un total de 400.000 en inversión. Parece mucho en



comparación con otros medios escritos que, inicialmente, tienen mayor repercusión que un... que un medio de prensa gratuito, como es *Gente*.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, yo debo reconocerle que yo no soy un experto en eso, pero la verdad es que, por comentarios que he oído a lo largo de estos años, ahí la gente de promoción, en determinados medios gratuitos, no en todos, porque había que ver un poco pues su distribución, su penetración, las facilidades de distribución, pero apreciaban mucho también los medios gratuitos por la facilidad de llegar a mucha gente y, sobre todo, por... bueno, hay gente a la que a lo mejor no puede llegar o no tiene costumbre de adquirir prensa en otros... por otros sistemas, y, entonces, pues esa es una manera de hacerles llegar también la información o la promoción que se considera adecuada.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Con cuántos técnicos en... de comunicación contaba la Consejería y la fundación?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Vamos a ver. Yo creo que había unos cuatro periodistas entre ambas... cuatro o cinco entre ambas entidades, ¿no?, pero también hay que tener en cuenta que en... teníamos técnicos o gente con experiencia en materia de promoción y de *marketing* turístico que, evidentemente, también tenían una importante labor que desempeñar en estos casos por su... por su experiencia al efecto. No le soy capaz de decir esta gente cuánto era, pero... porque sí teníamos en... en distintos centros... en los distintos centros, en función de la importancia, había gente que se ocupaba más sectorialmente de una determinada materia o de otra y se especializaba más en un determinado sector. Quiero decir, no es lo mismo la Oscyl que el Museo de la Evolución Humana o que el Fàcyl, por ejemplo, pongo por caso. Entonces, en función de esas circunstancias, pues se iban... la gente tenía... iba adquiriendo experiencia y con todos ellos se contaba.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Tenían en cuenta, a la hora de adjudicar directamente a algún medio en concreto, que algunos de ellos pertenecían al mismo grupo?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

No, en absoluto.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y en algún momento el reparto estuvo relacionado con la línea editorial del medio de comunicación?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

No.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Recibió llamadas o avisos de directores de medios insistiendo en el criterio de proporcionalidad a la hora de hacer un reparto equitativo?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

No, la verdad es que nadie me ha planteado el criterio este de la proporcionalidad.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Tenía usted relación con... con directores de... director o directora de algún medio?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, de alguna manera esporádica sí que puedo haber tenido relación para alguna cuestión puntual que... que pudiera surgir. Bueno, además, en esos casos, pues, normalmente, cuando te llamaban para preguntar alguna cosa de si se iba a hacer una campaña o si se retrasaba algún pago, que son las cosas... pues un comercial o esto, normalmente, claro, se tenía que remitir a los... a los órganos... a los órganos competentes o a los servicios económicos o a la agencia, que son los que llevaban el seguimiento de todo esto, para que analizaran o resolvieran la... la cuestión.

Mi Consejería, en ese sentido, con... con los directores de los medios tenía... y por eso le digo que se me hace difícil distinguir los contactos, en materia de publicidad teníamos muy pocos contactos, pero, evidentemente, con los medios teníamos más porque, pues, por ejemplo, en los Premios Castilla y León siempre había directores de... de medios de comunicación en los jurados, y, lógicamente, pues se les recibía, se les llamaba para que vinieran, para que no vinieran. Por eso digo que... que sí tenía una cierta relación, aunque en esta materia concreta de los medios, pues, ya le he dicho, puramente puntual, ¿no?, nada habitual.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Quién proponía las campañas, los medios o la Consejería?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Vamos a ver, las campañas las proponía siempre la Consejería, y, en concreto, los... los técnicos y los especialistas en promoción y *marketing*. Ya le he dicho que, hombre, existía una continuidad a lo largo del tiempo y ya, pues se había ido depurando a lo largo de los años y, por lo tanto, con independencia de que esas campañas se fuesen agrupando en unos casos o quitando, o perfilando determinadas cosas, las materias, sustantivamente, eran bastante... seguían una misma línea de... seguían una misma línea de trabajo. Pero, evidentemente, quien proponía y analizaba esas campañas ya en el detalle eran los técnicos de la Consejería, sí.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Y a lo largo de estos años, ¿hubo algún problema en cuanto a algún contrato o conflicto en cuanto a campañas de publicidad en algún medio?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, la verdad es que no... no me suena... no me suena. No sé. Pero tampoco... Quiero decir que, a lo mejor, si ha habido en algún momento algún retraso



o alguna cosa, pues supongo que los técnicos o la propia agencia de publicidad se pondría en contacto con el medio correspondiente para decirle que le faltaba un faldón o algo por el estilo. Pero, vamos, así, temas de trascendencia o importantes, o que dieran lugar a una tramitación, no, no me suena.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y le voy a repetir, para cerrar este ciclo de preguntas, una pregunta que le he hecho al principio, que me gustaría que expusiera su opinión con respecto al tipo de fórmula de adjudicación de estas distintas partidas económicas de un medio a otro, y me gustaría, de verdad, que si usted, por ejemplo, estuviera en Presidencia, cómo hubiera hecho ese reparto.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, la verdad es que yo supongo que todos... cada persona podemos tener opiniones subjetivas acerca de qué haríamos en un puesto o en otro, pero también yo creo que tampoco aporta mucho, por lo menos en mi caso, porque yo no soy... Lógicamente, uno cuando... No es lo mismo ver los toros desde la barrera que tener que estar en... en el ruedo. Entonces, lógicamente, yo carezco de los datos y de toda la información necesaria para dar una respuesta completa a ese tema, ¿no? Y, por lo tanto, creo que, desde un punto de vista de seriedad, pues no debo hacerlo. Otra cosa distinta es que yo pudiera disponer de todos los datos, de toda una previsión y de todo un análisis al respecto para poder pronunciarme.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Bueno, no me ha aclarado usted mucho, ¿eh?, pero, bueno. Sin más, que muchísimas gracias y gracias por haber... por haber venido a esta Comisión de Investigación. Eso es todo, presidenta.

#### LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. En segundo lugar, por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, el procurador don Miguel Ángel García.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Muy bien. Muy buenos días. Gracias, presidenta. Buenos días, señor Sanz-Pastor. Bienvenido. Muy agradecido porque esté usted aquí y porque además esté contestando con la claridad que lo está haciendo, aun sabiendo que está en su derecho de contestar o no a lo que le podamos preguntar.

Mire, previamente, y antes de hacerle unas preguntas que quiero hacerle, le tengo que reiterar, porque ya lo ha hecho mi compañera, la compañera del Grupo Ciudadanos, la procuradora del Grupo Ciudadanos que ha intervenido antes que yo, pero quiero aclararlo, porque quiero además que conste, siempre que intervengo en cualquier comparecencia de esta Comisión. Está usted aquí... bueno, esta Comisión es fruto de un acuerdo, como ya ha dicho la compañera, del acuerdo de Gobierno Partido Popular-Ciudadanos, exactamente en cumplimiento del punto decimotercero, con el fin de conocer y, sobre todo, de demostrar que las cosas se hacían bien y se



siguen haciendo bien en materia de contratación de publicidad institucional. Nosotros, desde luego, no tenemos nada que ocultar, y por eso estamos aquí, estamos participando de esta Comisión.

En segundo lugar, también quiero que le quede claro a usted que está usted aquí porque su comparecencia la ha pedido el Grupo Socialista. Nosotros no le hemos pedido su comparecencia porque entendemos que... y además ahora con mucha más fuerza, porque, una vez que están pasando sus compañeros, nos estamos convenciendo cada día más de que con que hubiera venido la Consejería de Presidencia seguramente habría sido suficiente. Pero, no obstante, insisto que nos parece bien, y quiero, eso sí, aclararle por qué está usted aquí.

Mire, desde el Grupo Popular no solo no tenemos ninguna sospecha del buen funcionamiento del sistema, es decir, del sistema de contratación de planes de medios ni de contratación de campañas, sino que estamos plenamente convencidos de que las cosas se hacían bien, lo estamos constatando, además, a medida que van pasando ustedes por aquí, pero, desde luego, no nos negamos a investigar -lo he dicho antes y lo repito-. Facilitamos el trabajo para que no quede ninguna sombra de duda sobre el sistema.

Tenemos la tranquilidad y tenemos la seguridad de que se actuaba con arreglo a la legislación vigente, a la legalidad vigente, con transparencia y con equidad. No tenemos ninguna duda.

Y, dicho esto, ahora sí, voy a pasar a preguntarle algunas cosas, algunas cosas que ya le he preguntado a sus compañeros, pero me... quiero repetirlas y reiterarlas para que también consten en acta, y, además, alguna nueva, porque usted sí que ha empleado... ha abierto algo nuevo que hasta ahora era diferente.

En primer lugar, le quiero preguntar: ¿seguían ustedes las instrucciones...? Nos ha dicho, y además nos lo han dicho también todos sus compañeros, que se enmarcaban, de alguna manera, todas esas campañas, se aglutinaban desde esa Comisión de Secretarios que se hacía a principios de año... bueno, se empezaba a hacer a finales del año anterior, cuando se empezaban a preparar los Presupuestos, y se concretaba a principios del año en curso. Vale. Dicho esto, y sabiendo esto, ¿seguían ustedes las instrucciones marcadas por la Consejería de Presidencia para la contratación de las campañas de publicidad que previamente se aprobaban y se publicaban por parte de la Consejería de Presidencia? ¿Se han ceñido ustedes siempre a lo que aprobaban previamente?

#### **EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, evidentemente, lógicamente, la... la planificación que se... que se aprobaba y que nos indicaban se cumplía, entre otras cosas porque, aunque tenía un carácter de previsión y podía haber pequeñas diferencias o tal, si se producía una alteración sustantiva, era necesario volver a tomar los acuerdos pertinentes, y, por lo tanto, quiero decir, mínimas diferencias o algunas cuestiones así no tenían problemas porque era todo una previsión, lógicamente, pero, si se cambiaba cosas importantes o si a veces surgían algunas cosas nuevas y daban lugar a una campaña, evidentemente, se producía la misma tramitación.

Además, como la Consejería de Presidencia autorizaba expresamente cada una de las campañas, posteriormente, incluso en nuestro caso, autorizaba también



los pliegos... vamos, la licitación, no los pliegos, me he expresado mal, la... el que sacásemos la licitación en concurso abierto todos los años, pues, lógicamente, bueno, pues habría... había que cumplirlo, lógicamente.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Le he querido entender, entonces, que, si había alguna cuestión que se saliera del guion inicial o incluso alguna cosa a mayores que había que contratar porque surgiera cualquier campaña a lo largo del año, había que volver a la Consejería de Presidencia a aprobar, supongo que en consejo de... de secretarios también, en la Comisión de Secretarios, se presentaba esa nueva oferta, esa nueva campaña, y era aprobada por la Consejería de Presidencia.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Sí, bueno, era aprobada por la Comisión de Secretarios, pero, lógicamente, se tramitaba por la Consejería de... de Presidencia. Pero sí, sí era así. Cualquier campaña nueva o modificación importante era necesario hacerlo.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Muy bien. Gracias. ¿Hacían ustedes un seguimiento de la ejecución de cada campaña? Y, si es así, ¿hubo en alguna ocasión...? Le ha hecho una pregunta parecida la compañera, pero yo quiero específicamente que me diga si usted recuerda si pusieron ustedes algún reparo en algún momento a algún medio o a alguna campaña que, evidentemente, no se estuviera cumpliendo con las directrices que ustedes hubieran marcado inicialmente.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Empezando un poco por el final, porque está relacionado con lo que le voy a decir luego, no, no se produjo ningún acontecimiento de este tipo, pero, hombre, no digo que no hubiera podido pasar, pero era difícil que pasaba por... que pasase por el sistema que teníamos. Lógicamente, la agencia de publicidad que contratábamos en la licitación una de sus obligaciones era el seguimiento de todas las inserciones de todas las campañas. Con lo cual, vuelvo a decir, si puntualmente en algún momento se pudo producir -que lo desconozco, sinceramente, pero que, bueno, me supongo que alguna incidencia pudo haber de algún retraso o algún olvido o algo por el estilo-, pues la propia agencia entiendo que se pondría en contacto con el medio en cuestión y lo solucionarían, bueno, en el mismo... en el mismo momento.

Y esto enlaza con lo que me ha preguntado usted al principio. Nosotros sí que hacíamos un seguimiento de todas las campañas. Como he dicho, se hacía una memoria final de todo el... de toda la licitación, de toda la licitación en abierto, en el cual, lógicamente, se detallaba, pues, bueno, todos los medios, todas las inserciones que se habían hecho, todos los... los resultados de mediciones, etcétera, etcétera, porque, como los pliegos establecían una serie de criterios objetivos para la adjudicación, derivados pues de ya no solamente la oferta económica, sino también pues las medidas de impacto y de cobertura que hay en medios publicitarios, los posicionamientos por bloques, porque, lógicamente, no es lo mismo la página par que la página impar, o las... los primeros tramos en radio, o las mañanas o las tardes o las noches en televisión, pues, lógicamente, todo eso tenía un seguimiento y se reflejaba en ese informe final.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Sí. Luego hablaremos del... de las agencias, que precisamente es el detalle que les diferencia a ustedes de otras Consejerías. Pero antes, a usted le consta, supongo, porque ya lo ha mencionado también, que con los acuerdos de dos mil catorce y dos mil quince se reguló el reparto de publicidad institucional: se marcaron unos criterios objetivos asociados a los sistemas de control de audiencias; evidentemente, se exigían las licencias previas a los medios que... que, digamos, cumplieran esos... esos criterios y los diferentes períodos que tenían que estar funcionando antes de... de adjudicarles nada. ¿Le consta que todo esto era así?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Sí, evidentemente, sobre todo es que tenía que ser así, porque las directrices vinculantes responden a un acuerdo de Junta. Además, hay otros acuerdos en la misma... en el mismo sentido que objetivizan todo este tema de distribución, y entiendo, y además así se ha dicho aquí por mi compañero, el secretario de la Presidencia, que a eso respondían las distribuciones.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Gracias. Sí, a mí también me consta, pero quería oírlo de... de su boca.

Además del presupuesto que se aprobaba por la Comisión de Secretarios a principios de año, ¿contaban ustedes con algún presupuesto a mayores que no... en teoría, no habría ido a la Comisión de Secretarios para poder gastar o se ceñían en gasto en publicidad al presupuesto aprobado anualmente?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, lógicamente, nosotros el presupuesto que... que se mandaba a aprobar de las campañas era el presupuesto que, lógicamente, cumplíamos, porque, si no, pues, lógicamente, ni la Consejería de Presidencia nos lo hubiera autorizado en la ejecución y tampoco se hubiera... se hubiera, a la hora de hacer el control posterior, se hubiera podido aprobar.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

*[Intervención sin micrófono].*

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Vamos a ver. Todas las... era imprescindible que todo el dinero que se gastase en publicidad institucional respondía a unas campañas que estaban autorizadas y que estaban aprobadas en la Comisión de Secretarios. No era... no era posible el hacerlo de otra manera. Hay algunas cuestiones que están fuera, pero porque están fuera del sistema. Quiero decir, los anuncios de licitaciones oficiales, pongo por caso, en medios de comunicación, esos están fuera del sistema de la publicidad institucional, ¿no? Los anuncios que se ponen en actividades mercantiles o comerciales también están fuera del sistema de publicidad institucional. Son cuestiones puramente residuales o más pequeñas, pero... pero ahí están, ¿no? Eso no está... no entra dentro, pero, vamos, no entra porque lo dicen los propios acuerdos,



lógicamente, de publicidad. Pero, vamos, exceptuando esas excepciones establecidas en la normativa, lo demás, lógicamente, respondía a las... a las campañas aprobadas. Y podía haber también alguna acción puntual de publicidad, que también está previsto en el... en los acuerdos, pero esas acciones puntuales también se aprobaban por la Consejería de Presidencia.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Claro, ya entiendo. Entonces, vamos a ver, sus compañeros del resto de Consejerías nos han venido diciendo que usaban como instrumento de contratación y seguimiento, como norma general, el contrato menor, contratando directamente con todos los medios que cumplieran con esos criterios objetivos a los que hemos hecho antes referencia, que... marcados por los acuerdos del... del dos mil catorce y del dos mil quince.

En su Consejería utilizaban ustedes como instrumento, como norma general, ha dicho usted, el pliego de contratación abierta. Quiero entender que estas cosas que acaba usted de decir de los anuncios institucionales, esas cosas quedaban fuera de ese pliego y recurrían ustedes al otro método, al método de... de contratación directa, digamos.

Usar el método de contratación abierta supone adjudicar a una agencia, que después, lógicamente, contrataba con los medios que estaban acreditados y que cumplían esos criterios objetivos que marcaban los acuerdos. Quiero suponer que esto era así. ¿Cómo se hacía ese contrato con la agencia?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, en primer lugar, precisarle que, evidentemente, nosotros los contratos... quiero decir, que ambas formas de contratación son absolutamente legítimas y operativas, depende a veces de las circunstancias o de las... o de las cuestiones que puedan ser más útiles en cada momento, porque todo tiene ventajas e inconvenientes.

Nosotros nos inclinábamos a tener siempre un contrato con una agencia para basarnos en ella porque nos era muy útil, primero, en la planificación de detalle. Hay que tener en cuenta que cada una de las campañas que teníamos luego había que distribuir el dinero que teníamos en cada una de las campañas en la mayor parte de los medios posibles, y, al mismo tiempo, en función del tipo de campaña que era, pues a veces había que ver dónde se podía tener más repercusión o llegar a más gente.

Al mismo tiempo, también a veces, en algunos casos, no siempre, también introducíamos en esa licitación la creatividad. Claro, lógicamente, la creatividad era importante en nuestras... en nuestras campañas, y a veces lo introducimos. En un determinado momento dejamos de hacerlo, porque la verdad es que la importancia que tenía la parte de inserción publicitaria hacía que el tipo de empresas que acudían a la licitación fuesen más especialistas, por así decirlo, en eso que en creatividad y, entonces, preferimos separarlo para que la parte de la creatividad tuviera también una importancia que considerábamos de trascendencia.

Al mismo tiempo, esa... esa agencia pues se encargaba también de en algo que se nos daba mucho, pues en toda la gestión de los derechos de propiedad intelectual, de los derechos de propiedad de imagen de todas las campañas. Esto es una labor muy farragosa y a veces pues ocasiona o puede ocasionar problemas porque se tengan bien... no sé, bien cogidos, por decirlo de alguna forma, los derechos o las imágenes, y, lógicamente, pues también era muy útil el que ellos se encargasen de eso.



Hacían la labor, que también he dicho, de seguimiento, con independencia de que, evidentemente, nuestros técnicos y nuestros especialistas en promoción también tenían esa labor y estaban al tanto, pero, lógicamente, el seguimiento que hacía la agencia de publicidad se lo facilitaba.

Y, por último, claro, era muy útil ese informe final de resultados, que nos daba una imagen de todo lo hecho hasta ese momento.

Entonces, por eso, en global, lo utilizábamos. También es verdad que en algún caso utilizábamos el contrato menor, como usted ha dicho, para, bueno, pues algunas acciones puntuales, alguna cuestión concreta, y también en alguna ocasión porque la... la complejidad que tiene la tramitación administrativa de las licitaciones abiertas, que dura varios meses, que tiene incidencias, que puede incluso ocurrir que se produzcan pues renunciaciones por parte de un licitador, pasar a otro. Quiero decir, hay muchas incidencias en eso y normalmente son varios meses de licitación. A veces pues se retrasaba el inicio de las campañas por parte de la agencia porque no se le había adjudicado, lógicamente, todavía el contrato y no se podía hacer, y entonces recurríamos a los contratos menores, dado que, evidentemente, como ha establecido la Junta Consultiva, es un sistema plenamente operativo dentro de cada una de las campañas.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí. Según nos han contado en intervenciones anteriores, el Consejo de Cuentas incluso aconsejaba como mejor método de contratación para este tipo de servicio el contrato menor, directo, lógicamente, con los medios acreditados. Ustedes usaban el pliego de contratación. Yo quiero pensar que era porque las campañas se repetían en el tiempo, es decir, pues venían... usted ha nombrado alguno de los festivales que se repiten en el tiempo y que están, digamos, todos los años, que eran, por decirlo de alguna manera, estándar, vamos a decir esto, y, lógicamente, se podían prever desde el principio de año. Supongo que esto les facilitaba a ustedes la contratación a través de esa agencia, además de todos esos... bueno, pues... pues detalles a los que usted se ha... a los que usted se ha referido, que les permitía más versatilidad, por decirlo de alguna manera, en el uso de la... de la agencia. ¿Es así?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Hombre, sí, evidentemente, para... para nosotros, la... en la Consejería, la posibilidad de... siendo legales todos los sistemas utilizados, como no puede ser menos, pero la... como le he dicho, el análisis que hacíamos era que todo ese trabajo que tenía que hacer la agencia de publicidad facilitaba mucho a nuestros técnicos de promoción y de *marketing* el no tener que estar, bueno, pues haciendo un seguimiento exhaustivo, que a través de los contratos menores lo hubieran tenido que hacer ellos. De esta manera, se les facilitaba ese... ese trabajo.

Los contratos menores, por otro lado, pues también tienen sus ventajas. Quiero decir que los contratos menores también... si tú tienes una campaña, dado que la Junta Consultiva de Contratación Administrativa considera que cada uno de los contratos adjudicados a cada uno de los medios a través de contrato menor es un expediente independiente, de manera que no se puede considerar que hay ningún tipo de fraccionamiento, y también hace incidencia en que, a esos efectos, es totalmente irrelevante incluso las vinculaciones que puedan existir entre las sociedades propietarias de



los distintos medios... Es decir, que lo que trata la Junta Consultiva en ese dictamen es el dejar claro que las campañas de publicidad tienen un objetivo final, que es llegar a la mayor parte de los ciudadanos, y eso es lo que hay que intentar de manera prioritaria. Esa es la finalidad primordial. Si para eso, en muchos casos, en los cuales no es necesario, a lo mejor, recurrir a un contrato o a una licitación general, porque a lo mejor hay Consejerías que tienen dos o tres campañas al año y no les merece la... la pena o con sus propios medios pueden atender a esas necesidades, pues... pues lo lógico y lo normal es utilizar contratos menores, y para eso la Junta Consultiva entiende que la finalidad última, que es llegar a todo el mundo, se permite entendiendo que cada contrato es un contrato distinto y que, por eso, es muy útil. Por lo tanto, pues nosotros también en ocasiones las hemos utilizado en esos supuestos que le decía.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí. Por lo que usted dice, entonces, lo que yo entiendo es que ustedes tenían un mayor control, al tener un solo contratista, evidentemente, sobre toda la materia a contratar, que no el haber tenido muchos contratistas, los diferentes medios, que, evidentemente, habría que... exigido un esfuerzo mayor en el control, por decirlo de alguna manera.

Bien. ¿Usted conoce que la Junta de Castilla y León dispone de algún sistema informático que dé soporte a la tramitación de los expedientes de contratación de la publicidad institucional? Y, si es así, ¿qué garantías aporta ese sistema?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, evidentemente, en la... en la Junta de Castilla y León las plataformas de contratación, que, además, pues son un sistema absolutamente operativo e imprescindible en el momento actual para la tramitación de las contrataciones, primero, porque facilitan enormemente del cumplimiento de toda la tramitación administrativa al ir saltando los distintos procedimientos; en segundo lugar, porque de esa manera también se consigue el que, a través de los correspondientes sistemas informáticos, la traslación de esos datos a los portales de transparencia y a los perfiles del contratante en los distintos casos sea con enorme... se haga con mucha mayor facilidad y de manera más automática, lo que, además, evita... evita errores, y, por lo tanto, pues es... es lógico que es que se haga a través de los sistemas y las plataformas de contratación.

#### EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Gracias. Bueno, yo no le voy a hacer más... más preguntas. Insisto que, a medida que pasan ustedes por aquí, y con el paso de... del tiempo, me reafirmo más y constato más que la contratación de la publicidad institucional, en este caso, en su Consejería, se hacía bien. Creo que en la de toda la Junta se hacía bien, se ajustaba a derecho y al reparto aprobado previamente, a principios de año, por la Comisión de Secretarios de la Junta de Castilla y León.

Yo solo quiero terminar diciéndole gracias por su trabajo, gracias, además de tantos años. Yo he trabajado con usted mucho tiempo y me consta de... de su pulcritud en el trabajo. Y, por lo tanto, le agradezco todos esos años que usted le ha dedicado a la Función Pública a... a hacer que las políticas de la Junta hayan sido lo más efectivas posible para los ciudadanos. Así que, muchas gracias, y gracias también por estar aquí esta mañana.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Gracias. Por último lugar, por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Rosa Rubio.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Buenos días. Bueno, muchas gracias, señora presidenta. Buenos días a todas y a todos. Bienvenido, señor José Rodríguez Sanz-Pastor.

La primera pregunta que le quiero hacer, para que vea el sentido de lo que viene, es: ¿usted ahora mismo no... no... está totalmente desligado de la Consejería de Cultura? A su puesto... su puesto actual ¿cuál es? No tiene nada que ver con... con la Consejería. Absolutamente.

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Sí. Sí, sí. No tengo nada que ver. Estoy de letrado en otro puesto.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Dicho eso, las preguntas que yo le voy a formular esta mañana van a llegar solamente... se van a limitar al año dos mil diecinueve, porque la documentación que nos ha enviado desde la Consejería de Cultura su sucesor, que por eso le preguntaba, pues no ha cumplido el requerimiento formulado por esta Comisión y se ha limitado exclusivamente al año dos mil diecinueve. No sé si es que, con este cambio de... de sillón de Partido Popular a Ciudadanos, no se les ha dado acceso a la información del dos mil diecinueve para atrás, o bien que han desoído y no han acatado el requerimiento que se le ha efectuado por estas Cortes. Lo que sí que me parece es una falta de respeto a la presidenta, la primera, y a esta Comisión y a los miembros que la formamos, que somos los representantes de los... de los ciudadanos. Así que nosotros vamos a solicitar que usted vuelva a comparecer cuando ya tengamos en nuestro poder la documentación correspondiente del dos mil catorce al dos mil dieciocho. También... entonces que conste que lo vamos a... a solicitar.

También quiero añadir que los órganos gestores de la Consejería de Cultura han tenido la desfachatez de tomarnos o por tontos o de marear al... al empleado de turno, obligándole a suministrar la información en papel, volcando de un excel a un pdf, a un word. Pues nada. Como no la han querido hacer a la primera, pues ya lo harán a la segunda, cuando las Cortes les... les obliguen, o bien que usted dejó una impronta muy fuerte en su paso por la Secretaría General, porque una de sus virtudes era esa, mandarle al funcionario que volcara los excel a pdf.

Dicho esto, y con la documentación que tenemos encima de la mesa, ¿cuál es la razón de por qué el 90 % de todos los contratos de publicidad se... se adjudicaban por la fórmula del contrato menor?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, como creo haber expresado, en la Consejería la mayor parte del dinero asignado a publicidad institucional se licitaba a través de un contrato abierto. Eso se hacía todos los años, y con independencia de que podía haber veces en que se prorrogaba de un año a un año y seis meses, pero siempre, todos los años, desde el



dos mil catorce hasta el dos mil diecinueve, ha existido una licitación en abierto para adjudicar la publicidad institucional, donde iba la mayor parte de la cuantía presupuestaria asignada.

En algún año, como también he dicho, ha podido ocurrir que, por haber acabado un contrato de estos... de las licitaciones y no haberse iniciado o no haberse adjudicado todavía el siguiente... la siguiente licitación, se haya recurrido a la figura del contrato menor para, entre comillas -perdóneme la expresión-, “rellenar los huecos” entre ese... entre esos dos períodos. Pero, con carácter general, el sistema de todos los años era la licitación en concurso abierto.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Bueno, pues permítame, es que como los regeneradores de la política lo que nos han mandado ha sido un estadillo del año dos mil diecinueve y aquí lo que figura es contrato menor, si me habla usted del catorce, quince, dieciséis, diecisiete y dieciocho, pues tendré que creerme su palabra, que, en principio, no, hasta que no tengamos la documentación y lo venga usted aquí a contar en un... en breves semanas.

Varios de los secretarios generales que han declarado en esta Comisión de Investigación han afirmado sin ningún género de dudas que el secretario general de la Consejería de Presidencia era quien decidía qué cantidad se adjudicaba a cada medio de comunicación y luego la Consejería correspondiente cada una dividía y repartía entre las campañas propias. ¿En su Consejería era esa también la forma de proceder?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Sí. A nosotros la Consejería de Presidencia nos daba una cifra estimativa de la asignación por medios y nosotros, lógicamente, la ejecutábamos.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

¿Cómo le comunicaba la Secretaría General de Presidencia la cantidad que le correspondía a cada... a cada medio, verbalmente o por escrito? Si es por escrito, ¿en qué tipo de documento?, ¿por qué no lo tenemos?, y, como no lo tenemos y si es verdad que existe, solicitamos su petición.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Por escrito.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues nada, reitero que solicitamos que se adjunte al expediente.

¿Recibía usted algún tipo de orden de adjudicar un contrato publicitario en favor de una empresa determinada? Si es afirmativa, ¿de quién?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

No. Nunca.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Por esta Comisión se ha solicitado expresamente copia de los informes de evaluación de retorno de la inversión en medios de comunicación desde el año dos



mil catorce al diecinueve. Por parte de la Consejería en la que usted trabajaba, se ha contestado que no existen los informes solicitados. Taxativamente, ¿eh?, lo han dicho así. ¿Qué explicación da usted a esto? ¿No lo consideraba conveniente ni oportuno? ¿No cree usted que era necesario saber si la cantidad que se invertía en publicidad tenía un retorno en los ciudadanos?

Y le voy a poner un ejemplo. La campaña "Buscasetas". En el año dos mil diecinueve nos gastamos 105.000 euros en promocionarla. ¿No consideraba usted adecuado, conveniente, saber si funcionaba o no la promoción?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Pues mire, en este caso, tiene que haber algún malentendido o... no sé, a veces la utilización de los términos pues nos puede conducir a error, pero sí le puedo decir que en los pliegos que salían todos los años de licitación de los concursos se hacía... una de las obligaciones del adjudicatario era no solamente hacer el seguimiento y control de las inserciones publicitarias en los distintos medios, sino también hacer una memoria final con una evaluación de resultados y, al mismo tiempo, con la inclusión de todas las inserciones que se hubieran hecho a lo largo de todo el contrato.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues nada, parece que los regeneradores nos han vuelto a engañar. Así que, como hay un informe final de resultados de cada campaña, solicitamos que se adjunte al expediente y se... se nos dé.

Hablando del tema de las agencias, todos hemos visto, y se lo han dicho los... los procuradores que han hablado antes que yo, que había una diferencia muy abismal entre Ical y EFE o Europa Press, o Castilla y León Comunicación. Cada secretario general que ha pasado por aquí siempre alegaba que, bueno, es que la disposición adicional novena de la ley de contratos sí que permite utilizar la fórmula de contrato menor para las agencias, pero tiene una limitación, que es si no supera la cantidad de la legislación armonizada. Y nosotros nos preguntamos: claro, si ustedes lo fraccionaban por cada Consejería, pues claro, no superaba el total, y lo podían adjudicar mediante contrato menor. El porqué de esa decisión y por qué nunca se hizo una negociación, un contrato, para toda la Junta de Castilla y León, que a lo mejor nos habíamos ahorrado dinerito público de... de los bolsillos de todos los ciudadanos, se hubiera obtenido el mismo servicio y se hubiera cumplido la legalidad si hubiera utilizado otra... otra fórmula.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, yo entiendo que la legalidad se cumplió, ¿eh?, por lo menos en lo que afecta a la Consejería de Cultura. En cuanto a la pregunta que me hace, hay que tener en cuenta que cada Consejería es un órgano de contratación diferente y, por lo tanto, en ese sentido y teniendo en cuenta... y teniendo en cuenta también que la Junta Consultiva de Contratación Administrativa estableció la posibilidad de que cada expediente de contratación de cada contrato menor sea distinto y diferente del de al lado, sin necesidad de que haya ningún tipo de fraccionamiento, pues, bueno, entiendo que... que era correcto.



#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues, para ser órganos de contratación diferentes, contrataban ustedes los mismos servicios y por la misma cantidad. ¡Qué casualidad!, ¿no?

Conoce usted a Óscar Blanco Esteban y a su empresa Cultura y Comunicación, ¿verdad? Usted daba la orden en su Consejería y en la Fundación Siglo de que esta persona y esta empresa fueran los encargados de contactar con los medios de comunicación y adjudicar las campañas de publicidad. ¿Esto es cierto, verdad? Le recuerdo, ahora eso sí, que está usted obligado a decir la verdad a esta Comisión. ¿La decisión de utilizar a esta empresa era una decisión suya, de su consejera, de las consejeras que tuvo, o era indicación de alguien? Y, si es así, ¿de quién?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Pues mire, la verdad es que la empresa me suena, el nombre del director supongo que será el mismo, puedo haber hablado con él en alguna ocasión. Lo que sí le puedo... porque, además, yo creo nos ha organizado... o por lo menos participamos en el Foro de la Cultura de Burgos, me parece que puede ser. Yo... me baila el... el dato. Y yo creo que también esa empresa ha hecho alguna actividad para... ya no sé si era la Oscyl o algo por el estilo.

Pero lo que sí le debo precisar es que yo no daba ninguna orden de que se contratase absolutamente a ninguna empresa concreta. Lógicamente, los técnicos y los especialistas que teníamos en la Consejería en relación a cada uno de las materias o distintas actividades que se realizaban se podían proponer lo que querían o consideraban más adecuado en cada momento. Si usted analiza, que supongo que lo tendrá, la... los medios especializados a los que nosotros nos dirigíamos, pues hay multitud, lógicamente, también un poco en base a las competencias de la Consejería. Y, de la misma manera que hay medios especializados en materia de arte contemporáneo, en materia de distintos tipos de turismo, porque hay distintos tipos de revistas, en materia de música, porque hay revistas especializadas en materia de música, pues también, a la hora de realizar otras actividades, pues, evidentemente, propondrían los técnicos y se realizarían las contrataciones de acuerdo con la normativa al... al efecto.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues, realmente, no creo que la explicación sea esa ni la pregunta era esa. Cuando nos den la documentación, veremos como esta empresa era quien se encarga de contactar con todos los medios; no hacer una campaña concreta, sino contactar con todos los medios, y usted era concedor y sabedor... sabedor de ello.

Le vuelvo a preguntar por los criterios de distribución de las cuantías entre los medios de comunicación, porque, claro, cuando nos ponemos a mirar el cuadro que se nos ha suministrado por años y por empresas, parece que hubiera algunas que se abonaran a una cantidad como a un número de lotería, porque cobraban lo mismo independientemente que fuera el catorce, el diecisiete o el diecinueve. Y nosotros entendemos que tiene que haber unos criterios objetivos de reparto. Le puedo decir... nombrar algún medio, pero, vamos, que me da igual: *El Mundo Castilla y León*, 390.000 euros, llueva o nieve; *ABC*, 78.000, aunque acabara en tres; *La Razón*, 65.000, venda o no venda, lo lean o no lean. Si esto dependía de usted y de su Consejería, ¿cuál era la razón?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Las... como ya creo que he comentado, las distribuciones... las distribuciones generales se hacían a principio de año y eran autorizadas por la Consejería de Presidencia en base a los criterios de las directrices vinculantes y los otros datos objetivos que ha comentado el secretario de Presidencia.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

O sea, que era el secretario general de Presidencia el que decidía tal cantidad para tal medio y por eso coinciden como si fuera un calco, ¿no?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, yo ya no sé si era exactamente el secretario general de Presidencia; la Consejería de Presidencia es la competente en esta materia y, por lo tanto, es la que nos daba traslado y nos autorizaba la publicidad institucional.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Usted se mueve entre el secretario general de Presidencia y consejero de Presidencia. Ahí estaba el... el quid de la cuestión. Ustedes, unos mandaos.

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Nosotros, como es lógico, respetamos, como creo que debe hacer todo el mundo, las competencias de cada órgano. Y si la... el decreto de estructura de la Consejería de Presidencia dice que quien es competente para establecer la coordinación y autorizar la publicidad institucional, pues, lógicamente, es ella la que tiene que hacerlo.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Pues mire que yo he buscado y no he encontrado todavía el artículo de la ley que diga que la Consejería de Presidencia, bien sea vía consejero o vía secretario general, tiene que decidir exactamente qué cantidad se le da a cada medio. Seguiremos buscando.

¿Cuánto pagó su Consejería y por qué concepto concreto a la empresa Over Marketing?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Pues, mire, no... no recuerdo... no recuerdo por qué concepto, porque yo no era secretario general. Me suena que, como consecuencia de una iniciativa parlamentaria que, por las... vamos, por la época, debió ser... porque es hace bastantes años, no le sé decir si es ocho años o siete, o los que fuesen, debió ser de su grupo parlamentario, se contestó una pregunta parlamentaria, y yo creo que había una exposición, pero era anterior a que yo fuese secretario general. Entonces, no... no tengo más datos que esos que le digo.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Bueno, pues vamos a hablar de algo cuando usted sí era secretario general, de la Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo. Hasta la pasada legislatura, la partida



presupuestaria para publicidad de la Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo se tramitaba, utilizaba y distribuía por la asociación organizadora del plan de medios, que era Civitas, pero pasó a realizarlo la Consejería. ¿Por qué?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Pues, mire, la verdad es que no le sé dar una razón. Supongo que los técnicos y los responsables en materia de promoción consideraron más operativo, más idóneo, y, entre ambas partes, pues se pusieron de acuerdo en que a lo mejor el sistema más idóneo era que lo cogiéramos nosotros. No... no le puedo dar una idea concreta.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Bueno, pues ante su falta de memoria, como ha alegado a los técnicos, nosotros solicitamos que si hay un informe de los técnicos que lo aconsejaba, lo dirigía o lo... o lo informó, que se adjunte al expediente y a esta Comisión.

Continúo con la feria de Ciudad Rodrigo. Se firma un convenio con el ayuntamiento en el que se establece que hay un gasto total de 20.000 euros para gastos en publicidad, pero, viendo los únicos datos que nos han suministrado del año diecinueve, supera en 50.000 euros la cantidad que se gasta en publicidad. ¿Cómo es posible?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Vamos a ver, supongo que una cosa era la actividad de promoción directa que a través del convenio se asignaba y otra cosa era la publicidad exterior que se hacía de actuaciones relacionadas con la feria de Ciudad Rodrigo, porque entiendo que la cantidad que se destinaría año a año a la feria sería siempre muy similar. El dato concreto no se lo sé dar, pero estoy seguro que era muy muy similar.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues, cuando tengamos acceso al contrato con Media Partner, pues ya veremos a ver qué publicitaba y qué no publicitaba, porque sí que se obligaba a incluir en la justificación de la feria un ingreso y un gasto de 20.000 euros en publicidad por convenio, pero luego resulta que no se utilizaba. ¿Qué explicación da a esto?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, de lo que estoy seguro es que, si se incluía en el convenio, se utilizaba y se justificaba. Eso no tengo ninguna duda.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues, cuando tengamos acceso a ello, lo veremos. Y como usted va a volver a vernos, ya nos los... nos lo va a contar.

¿Qué tipo de relación tenía usted o su consejera, las que ha tenido, con los medios de comunicación y publicidad, como, por ejemplo, *El Norte de Castilla*, Televisión Castilla y León o Promecal?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, pues, como le he dicho, y sin ser capaz de decirle uno u otro, estos que me ha nombrado, la... la relación que se tenía era, por lo menos, puramente ocasional;



quiero decir, algunas circunstancias puramente concretas que... que a lo largo del año pudiera haber surgido alguna cuestión, pero pura puramente muy ocasional.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

¿Tiene usted constancia de que su consejera alguna vez haya recibido algún tipo de regalo de algún medio publicitario, de alguna agencia? ¿Y usted mismo?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

En mi caso, no. Y estoy prácticamente seguro, pero, claro, yo... de que mi consejera tampoco.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

¿Inflúan ustedes en la línea editorial o en la... en la... en el estilo del medio que recibía el dinero de la Consejería? ¿O ha influido usted o su consejera alguna vez directa o indirectamente en el nombramiento o cese de algún trabajador de los medios de comunicación que recibían dinero por parte de su Consejería?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

No a ninguna de las dos cosas.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Bueno, pues hablemos de la Fundación Siglo, que, además, en el pírrico escrito que nos han mandado desde la Consejería con los datos y que se hace referencia al informe que sí que ha fiscalizado el... el Consejo de Cuentas en los ejercicios dos mil dieciséis-dos mil diecisiete, que estaba usted como secretario general de... de la Consejería de Cultura y que... que tendrá conocimiento de... de él.

En este informe se dicen cosas como "en las instrucciones internas de contratación no se garantizaba suficientemente el principio de concurrencia, ni tampoco la adjudicación a la oferta más ventajosa". ¿Qué opinión tiene usted de esto?

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Pues, como en todos los informes del Consejo de Cuentas, es habitual este tipo de expresiones. Basta que usted se mire... Sí, basta con que usted... basta que usted mire los... los informes de fiscalización de contratación de las... de la Administración general, como a mí me ha tocado leerles durante muchos años, pues es bastante habitual que la discrepancia en relación a un criterio de adjudicación o la discrepancia en relación a una determinada cuestión conlleva a que el Consejo, que, lógicamente, tiene unas normas y unos criterios de actuación y de sacar conclusiones, determina una... esa... esa referencia. Pero, si usted se da cuenta, es... basta... basta discrepar o basta no tener, llamémoslo así, no coincidir con el Consejo de Cuentas en la utilización de uno de los criterios a la hora de aplicarlos para que eso determine que no se considere adecuado.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Pues mire que me he leído informes del Consejo de Cuentas, y va a ser que la casualidad solamente me ha llevado a toparme con esto, que es demoledor.



Sigo. Dice: la fundación está sometida a un control de eficacia de la Consejería, pero no ha sido aportado al Consejo de Cuentas ningún documento que lo acredite ni ningún informe que valore el cumplimiento de sus objetivos. ¿Qué le parece a usted esto?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, yo no me he leído... porque ya estaba en otros... en otras cuestiones, y no he tenido ocasión, no me leído el informe del... del Consejo de Cuentas, pero sí que debe haber o puede haber discrepancias de matiz. Por ejemplo, esto que me cuenta usted me llama bastante la atención, porque, si usted coge las cuentas anuales de la Fundación Siglo, año a año, cuentas anuales que están auditadas, y que cuya auditoría se remite a la Intervención General todos los años, en esas cuentas, una parte importante, casi diría que más de la mitad de las cuentas anuales es un detallado análisis de los objetivos que se han marcado, línea por línea, a las actividades de la fundación y, posteriormente, un análisis y una memoria de resultados de lo que se ha hecho en relación a los objetivos marcados en los años anteriores.

Por lo tanto, que se pueda no entender que eso es un control de eficacia, bueno, no lo sé. Es evidente que está en las propias cuentas de la fundación. Yo... nosotros siempre hemos entendido que ese análisis que se hacía detalladamente en las cuentas por un protectorado... por un patronado que se aprobaba y que estaba, lógicamente, compuesto por las direcciones generales competentes en la... en la materia, tanto de promoción como de turismo, acreditaba suficientemente el seguimiento y el análisis de la labor de eficacia que la fundación tenía para la Consejería y, por lo tanto, para la Junta en su actuación.

¿El Consejo de Cuentas puede pensar que a lo mejor es conveniente hacer ese documento de una manera separada por parte de la Consejería? Pues... pues a lo mejor sí. Pero, en todo caso, sí le puedo asegurar que será, o por lo menos puede serlo, esto ya depende de los criterios de cada uno, puede serlo perfectamente ese mismo documento, porque analiza todos y cada uno de los objetivos de la fundación.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Pues, mire, si bien es cierto que el... el informe del Consejo de Cuentas se presentó en las Cortes el veintitrés de diciembre del dos mil diecinueve -se tarda meses en hacer-, estaba usted, se presentaron alegaciones. Pero, no sé, se ve que no lo consideraron conveniente que, aunque el Consejo de Cuentas hacía esta afirmación, la Fundación Siglo, mientras tanto, miraba para Cuenca, y no enviaba la documentación.

Hablamos de contratos de la fundación, contratos como los que estamos investigando aquí. Se dice que incumple la obligación de comunicar al registro del Ministerio de Hacienda los datos básicos de los contratos adjudicados. ¿Le parece a esto usted correcto?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, yo no sé si eso es mucho el objeto de esta Comisión, pero tampoco tengo inconveniente en contestarle. El... en todo caso, evidentemente, los... las consideraciones que pueda hacer el Consejo de Cuentas, que yo no discuto, porque, lógicamente, él está en su labor de fiscalizar y de intentar mejorar toda la actividad de la Administración, con carácter general, desde su punto de vista de fiscalización,



pero a veces se producen discrepancias, discrepancias que a veces se basan en la propia normativa. No tengo ahora en la cabeza el dato que usted me cuenta, pero, por ejemplo, en el Registro de Contratos de la Comunidad Autónoma, la Fundación Siglo no mandaba sus contratos al registro porque la regulación legal y normativa que establece la obligación excluía expresamente a las fundaciones del sector público.

En todo caso, sí le puedo decir que al registro... perdón, al Consejo de Cuentas y en el portal de transparencia están todos los contratos de la Fundación Siglo. Con lo cual, si ha podido haber alguna discrepancia administrativa en cuanto a la remisión, evidentemente, no habrá sido por ningún afán de ocultación, sino por, tal vez, una discrepancia normativa al efecto.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

No me vaya a malinterpretar, pero el objeto y la finalidad de esta Comisión lo decidirá esta Comisión, solo faltaría.

Pues seguimos. De los 63 contratos, de este tipo de contratos, períodos dos mil quince-dos mil dieciséis, que estaba usted de secretario general de la Consejería de Cultura, 42 de ellos superaron los 50.000 euros, pero no se publicaban en el perfil del contratante. Bien, ¿no? Igual ahora, a lo mejor, empezamos a entender por qué no se nos ha enviado la documentación.

Contratación menor. Uso y abuso del contrato menor. Dice el Consejo de Cuentas: en la contratación menor se incrementan los umbrales de las cuantías máximas que rigen para la Administración pública. ¿Nos puede usted explicar esto, por favor? Y máxime que, además, el 90 % de los contratos que se hacían eran bajo la modalidad de contratación menor.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, con la precisión que ya le he dicho antes de que no es el 90 % de los contratos, nosotros la mayor cuantía que hacíamos de contratos era a través de una licitación en abierto para... con concurso público y bajo las normas de la Unión Europea en cuanto a los contratos SARA. Hecha esa precisión, sí le puedo decir una cosa: hasta el año dos mil diecisiete, que entró en vigor la nueva ley de contratos, las... los poderes adjudicadores que no eran Administración pública, como era la Fundación Siglo, se sujetaban a una normativa especial, por así decirlo, que regulaba la propia ley. La ley establecía que todos esos... esas entidades, esos poderes adjudicadores, tenían que tener unas instrucciones de contratación que regulaban sus sistemas. Y una de las cuestiones que se regulaba era el importe máximo del contrato menor. En este caso, ello se hacía de acuerdo con lo previsto en la normativa, que no exigía para este caso el cumplir los requisitos. Creo recordar que, en esa época, en el texto refundido anterior del dos mil once era... no me acuerdo si era el 218 o es el de ahora, pero, bueno, que los contratos menores cada instrucción podía fijarlos en un importe superior.

Tanto es así que el Consejo... el propio Consejo de Cuentas, en la fiscalización que hizo de la contratación de las fundaciones públicas en el año dos mil once, me parece que el informe fue en el dos mil trece, salió ya este tema, y, ante la... el Consejo de Cuentas simplemente se limitó a mencionarlo. No lo recuerdo con literalidad, pero se limitó a mencionarlo. [Murmulló]. Y es lo que me ha... Estoy... estoy... Yo le cuento lo que usted me ha preguntado, pero también creo que debo tener la posibilidad de explicarme.



Y entonces... y entonces, el Consejo de Cuentas lo que nos dijo, cuando se le alegó que no había ninguna irregularidad en utilizar límites superiores a los que establecía ese artículo, nos dijo que sí, que, evidentemente, que teníamos razón, que era perfectamente legal utilizarlo.

Si actualmente el Consejo de Cuentas, en la evolución de la legislación y en la evolución de sus criterios, considera que hay que aplicar esos criterios, me parece muy bien, pero durante todos estos años la Fundación Siglo se ha ajustado al informe de fiscalización del Consejo de Cuentas del dos mil trece, que establecía esa posibilidad, y a la cual, evidentemente, se ha acogido.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Hablemos del procedimiento abierto, que lo ha nombrado usted. Pues dicen que resulta que en todos, en todos, los casos fiscalizados los informes son sumamente genéricos: en ninguno se aportan los antecedentes, las estimaciones, los datos, los cálculos realizados para la cuantificación de los presupuestos base de licitación. ¿Qué opinión tiene de esto?

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Pues que, evidentemente, si el Consejo de Cuentas piensa que es necesario complementar esos informes o hacerles más extensos o más detallados, pues habrá que mejorarlo. Por supuesto, todo se puede mejorar.

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Hombre, aparte de mejorar, que sea legal.

Si nos vamos al procedimiento negociado, el Consejo de Cuentas analiza cinco, y en tres de ellos no se motivan suficientemente las razones para considerar a los adjudicatarios como los únicos posibles. Lo ve todo esto muy correcto, ¿no?, muy ajustado a ley. O es que justo, ¡qué casualidad! que, de cinco, tres se desvían.

#### EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:

Bueno, sí le puedo precisar que, con independencia de que el Consejo de Cuentas tenga una opinión de eficacia y de mejora al respecto, en relación al final de su anterior pregunta, todo es legal. Si no lo fuese así, el Consejo de Cuentas lo hubiera dicho; incluso, a lo mejor, hubiera determinado que hay responsabilidad contable. Si no lo dice es porque es legal, con independencia que todo sea mejorable, ¿eh?

#### LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:

Bueno, mezclar el... el delito contable con que no se ajuste al procedimiento de contratación creo ahí que se ha deslizado, ¿eh?, usted se ha deslizado. Pero, bueno, en el fondo lo que hemos visto es que ha sido la forma de contratación, y no que lo digamos nosotros, sino que lo dice el órgano fiscalizador, que es el Consejo de Cuentas. También es cierto que la Fundación Siglo... claro, si su madre era Sotur, que ya actuaba como actuaba, pues igual todo le viene de familia y por eso practicaban esta forma de contratar.



El Consejo de Cuentas también fiscalizó Sotur, hace ya una década, siendo por entonces su presidente -el de Cuentas, digo- Pedro Martín Fernández, que le sonará, ¿no? Pues bien, ya en ese informe se decían cosas como: de la documentación obrante en el expediente no se deduce de forma objetiva que lo que prevalece en este contrato es el interés publicitario y no el ánimo de financiar a una determinada actividad de interés general; que, de varios expedientes, no se puede concluir que se hayan adjudicado previa solicitud de tres presupuestos; en virtud de la documentación obrante en ellos, se han adjudicado de forma directa, sin motivación alguna que justificara esta forma de selección, incumpliendo los principios de publicidad y concurrencia. Siglo sigue por el mismo camino que Sotur, que para eso empezaban por ese.

En los contratos de adjudicación directa, los informes técnicos para promover la concurrencia no están suficientemente justificados, es decir, no están fundados, aunque sea de forma sucinta, en razones sólidas, por lo que no se cumplirían los principios de publicidad y concurrencia. Ley de contratos, ley de contratos.

En la gestión del contrato formalizado entre Sotur y *El Adelantado de Segovia*, por ejemplo, que... de este tipo de contratos a los que se ciñe esta Comisión de Investigación, dice: "Además de no haberse respetado los principios de publicidad y concurrencia, se han producido otras irregularidades, como la falta de determinación de las prestaciones objeto del contrato, la ausencia de fijación del precio a cada servicio o actividad contratada, así como la ausencia de correlación específica entre los abonos efectuados y las contraprestaciones realizadas".

Pues mire, no sé qué opinión tiene usted de esto, pero esta novata y modesta procuradora, como representante de todos los ciudadanos de Castilla y León, aspira y espera que de esta Comisión se saquen las conclusiones que provoquen las actuaciones necesarias que sean para que los gestores cambien el *modus operandi* que han lastrado y esquilado nuestras arcas durante más de treinta años. Y supongo que coincidirá usted conmigo que debe imperar la legalidad, la moralidad y la corrección en todos y cada uno de los contratos que se realicen por parte de la Administración pública, ¿no?

#### **EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Evidentemente, en lo que coincido es que la legalidad, la moralidad y el respeto a la legalidad vigente deben presidir toda la actuación de la Administración pública, y lo que pienso, además, es que lo ha hecho.

#### **LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Pues qué pena que no coincida con los informes del Consejo de Cuentas, por ejemplo. Bueno, pena y algo más, pero, bueno, el tiempo lo dirá.

Y ya termino. ¿Por qué cree usted que el Grupo Parlamentario Ciudadanos y el Grupo Parlamentario Popular han solicitado la creación y puesta en marcha de esta Comisión de Investigación y si les sorprendió cuando tuvo conocimiento?

#### **EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Bueno, creo que se ha dicho que es con motivo de un acuerdo de... de pacto de Gobierno, y no tengo opinión acerca de si me sorprende o no.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

Pues, claro, igual mucha sorpresa no, porque hoy... el estar aquí esta mañana le ha servido un poco de ensayo por lo que queda a usted por venir, porque también va a pasar por la otra Comisión de Investigación, la de las eólicas, porque...

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Señora Rubio...

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

... es lo que tiene...

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

... se ha terminado el tiempo.

**LA SEÑORA RUBIO MARTÍN:**

(Le voy a despedir). ... estar en todos los saraos de poder del Partido Popular, el haber pertenecido a órganos de decisión de los chiringuitos más... *[Se apaga el micrófono momentáneamente]*.

Le doy las gracias por haber venido, y, bueno, primera recepción, porque volverá usted a darnos explicación cuando nos den el resto de la documentación que están obligados. De momento, aquí se queda usted como citado a comparecer. Muchas gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Gracias. Para cerrar la sesión, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, el señor compareciente, don José Rodríguez Sanz-Pastor.

**EL SEÑOR RODRÍGUEZ SANZ-PASTOR:**

Muchas gracias. No... no hago uso de ello. Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):**

Gracias. No habiendo más asuntos que tratar, cerramos la sesión.  
*[Se levanta la sesión a las once horas treinta y cinco minutos]*.