



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

PRESIDENCIA

DOÑA MARÍA MONTERO CARRASCO

Sesión celebrada el día 18 de septiembre de 2020, en Valladolid

ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de D. José Antonio Mayoral Encabo, Secretario General de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura.

SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las once horas treinta y cinco minutos.	7107
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre la sesión.	7107
Primer punto del orden del día. Comparecencia.	
El letrado, Sr. Matia Portilla, da lectura al primer punto del orden del día.	7107
Intervención del Sr. Mayoral Encabo, secretario general de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura, para indicar que no utilizará el turno inicial.	7107
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	7107
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Mayoral Encabo, secretario general de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura.	7107

Páginas

Intervenciones del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular) y del compareciente, Sr. Mayoral Encabo, secretario general de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura.	7118
Intervenciones del procurador Sr. Fernández Santos (Grupo Mixto) y del compareciente, Sr. Mayoral Encabo, secretario general de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura.	7124
Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Mayoral Encabo, secretario general de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura.	7135
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, levanta la sesión.	7145
Se levanta la sesión a las trece horas treinta y cinco minutos.	7145



[Se inicia la sesión a las once horas treinta y cinco minutos].

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

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

Comparecencia

EL LETRADO (SEÑOR MATIA PORTILLA):

Comparecencia del señor don José Antonio Mayoral Encabo, Secretario General de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Tiene la palabra el señor don José Antonio Mayoral Encabo, secretario general de la Consejería de Empleo en la anterior legislatura, por un tiempo máximo de diez minutos.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Nada, gracias. A disposición de los miembros de la Comisión para lo que quieran preguntar.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, 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:

Muchas gracias, señora presidenta. Buenos días a todos. Y sí que me gustaría dar la bienvenida al compareciente, al señor Mayoral Encabo, y mi agradecimiento por aceptar la invitación a acudir a esta sesión.

Hoy retomamos un calendario en esta Comisión de Investigación sobre la Financiación y Planes de Medios de la Junta de Castilla y León. Una Comisión que nace del interés del grupo parlamentario al que pertenezco de crear un marco que permita establecer una serie de indicadores para garantizar la transparencia de la Administración con respecto a la publicidad institucional.

¿Cuál es el objeto? Pues bien, no es otro que dar independencia política a los medios de comunicación, un eje fundamental para fortalecer nuestra democracia. Esto es la traducción de nuestro compromiso político con los castellanos y leoneses, un interés que veo en todos los miembros de esta Comisión. Estamos llevando a



cabo un análisis muy exhaustivo de datos de todas las Consejerías, nos estamos dando cuenta de que hay luces y también sombras. El mero hecho de contrastar estas partidas en... es una manera de decir a nuestros ciudadanos que existe un cambio, una voluntad por hacer mejor nuestro trabajo, por cambiar lo que se venía haciendo y así marcar un nuevo camino.

Dicho esto, quiero recordarles que el acuerdo de gobernabilidad para esta presente legislatura recoge en su punto octavo lo siguiente: se establecerán criterios objetivos de reparto de los planes de medios y publicidad institucional, a través de un concurso público con unas bases claras y objetivas, teniendo en cuenta la opinión de los expertos y el impacto de la inversión. El reparto se hará público y transparente en una plataforma que podrá ser consultada por el público. Un punto con luz verde, ya que está cumplido desde agosto de dos mil diecinueve.

Además, desde hace unos meses se puede conocer la financiación recibida en dos mil diecinueve por parte de los medios de comunicación. Un reparto que se ha hecho público, pero que hay que aclarar que se hizo durante la anterior legislatura. Por lo tanto, en unos meses conoceremos, al cierre del año, cómo han variado esas partidas presupuestarias desde la entrada de Ciudadanos en el Gobierno.

Sin más preámbulos, desde el Grupo Parlamentario de Ciudadanos, nos gustaría saber, señor Mayoral, cuál es la relación que tuvo usted en el proceso de adjudicación de todas estas partidas a la publicidad institucional.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vale. Vamos a ver, como secretario general de la Consejería, fundamentalmente, la participación mía era a través de la Comisión de Secretarios. Un secretario general, la figura que tiene es coordinar o servir de punto de coordinación de... de las políticas de la Consejería con el resto de políticas de la Junta. En el caso de la publicidad institucional, el órgano, digamos, competente en materia de comunicación es la Consejería de Presidencia, y de lo que se trata en un Comisión de Secretarios es de, bueno, pues sobre todo hacer la planificación inicial al... al principio de cada ejercicio. ¿Qué sentido tiene? Pues el sentido de... desde el punto de vista entiendo que de Presidencia y de comunicación, de no solapar unas campañas con otras y que la política de comunicación que desde allí se dirigía fuera, efectivamente, eficiente, de tal manera que llegara al público objetivo.

En el caso nuestro, además, bueno, como Consejería de Empleo, pues hacíamos campañas específicas de publicidad en materia de lo que era competencia de nuestra Consejería: de empleo, relaciones laborales, trabajo, prevención de riesgos, economía social y autónomos.

Con eso, ¿qué es lo que hacía la Secretaría General? Bueno, “abierto el plazo” –entre comillas– de... que marcaba Presidencia para hacer esa planificación, se solicitaba a los centros directivos, ¿eh?, que nos mandaran su planificación inicial previa, en función de su experiencia en las campañas de años anteriores, en función del presupuesto que aparecía recogido en el estado de gastos de presupuestos de cada uno de los centros directivos, que en el caso de la Consejería de Empleo eran órganos de contratación, puesto que el presupuesto estaba en su apartado presupuestario correspondiente; y... bueno, y en función de los acuerdos que pudieran tener, por



ejemplo, con... con los agentes que tuvieran de referencia en el sector. Estoy pensando ahora mismo que las campañas de prevención de riesgos no es que las hiciera Trabajo porque eran parte de su competencia, es que, además, por ejemplo, se las exigían los agentes sociales, tanto la patronal como los sindicatos, en los planes anuales de empleo.

Bien, en función de eso, hacían una primera planificación. Sí que es verdad que, año tras año, era muy parecida, es decir, había... Empleo solía hacer una o dos campañas de prevención... perdón, Trabajo, una o dos campañas de prevención de riesgos; en Economía Social y Autónomos solían hacer una campaña de cada cosa; en el ECYL hacían campañas a la... destinadas a la oferta (es decir, al sector empresarial) y a la demanda (es decir, destinadas a los... a los desempleados). Y, en función de eso, se recopilaba esa información, se mandaba a la Comisión de Secretarios.

En la Comisión de Secretarios, a través de Presidencia, se coordinaban esas campañas, donde se acababa definiendo exactamente la fecha en la que era la campaña y se concretaba el tipo de medio, si iba a ser, también en función del presupuesto, solamente dirigida a radios o bien a prensa escrita, que eran las... los tipos de medios en los que hacíamos comunicaciones en la Consejería. Y, bueno, se comunicaba después a... a los centros directivos la planificación aprobada.

¿Sigüientes cosas que hacíamos en Secretaría General? Servíamos de cauce también, antes de empezar cada campaña, para... recibida la solicitud de cada centro directivo de iniciar efectivamente esa campaña, se le comunicaba a Presidencia, que te... te tenía que autorizar. Eso venía en la Ley de Publicidad Institucional de Castilla y León, si no me equivoco. Y... y luego, nada, pues verificar un poco que se estaban cumpliendo las campañas, que se seguían los plazos, y... y eso es lo que hacía un... en la Secretaría General de Empleo sobre... con carácter general, sobre las campañas de... de publicidad.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sus antecesores en esta sala también dejaron claro que el criterio de adjudicación venía marcado desde Presidencia. ¿Me puede explicar, por favor, cómo era ese documento, o eran unas líneas que se marcaban previamente? ¿Cómo... cómo les hacían llegar esa... esa información de destinar las partidas?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Si no me equivoco, porque me he despistado un poco, entiendo que hace referencia a unas cifras que tenía Presidencia sobre las posibles cuantías que iban dirigidas a cada medio de comunicación. Vale. Lo que había era... entiendo que era una tabla con la estimación que hacía Presidencia, que debía tener la información de todas las Consejerías, más lo que hicieran ellos, sobre lo que, en virtud de las experiencias de ejercicios anteriores, el tipo de medio y el presupuesto de cada campaña, le podía corresponder a cada medio en cada Consejería. Eso es lo que había. Pero, vamos, no... nosotros, concretamente, a la hora de ejecutar las campañas, nos ceñíamos a lo que venía en la planificación anual de... de publicidad, que es el... el documento oficial. Entonces, nuestro objetivo siempre era la máxima difusión.



En cada una de las campañas, nuestro objetivo es llegar al máximo número de ciudadanos posible. En ese sentido, si yo hago una campaña de prevención de riesgos laborales de un sector determinado, interesa llegar al máximo número de trabajadores y de empresarios de ese sector determinado. ¿Cómo se consigue? Bueno, en este caso, sería la Dirección General de Trabajo, lo fijaba en... en los pliegos de contratación. Y, bueno, en el caso de alguna campaña que sí que hicimos en Secretaría, por ejemplo, se trataba de, en todos y cada uno de los medios de comunicación, durante los mismos días, establecer el mismo tipo de anuncio. Entendíamos que, si estaba en más periódicos, llegaba a más gente.

A la hora de pagar esas actividades, pues se pagaba en función de la facturación del medio; la facturación del medio, por mercado puro y duro, solía ser mayor en aquellos medios de comunicación en los cuales tuvieran una mayor incidencia de mercado. Un ejemplo: si usted quiere poner una cuña en la SER, que es una radio que tiene mucha más publicidad, mucha más... -perdón- oyentes que... que otras radios en Castilla y León, o, por lo menos, la tenía entonces, pues tiene mucha más demanda de información; con lo cual, la SER, por contrato, cobraba más.

Con esas cifras que nos cobraban por facturación en función de los servicios prestados, lo comunicábamos a Presidencia. Curiosamente, comparando las cifras que venían en la tabla de... en aquella tabla de Presidencia con las cifras que al final nos salían a nosotros de ejecución de las campañas al final de la legislatura, solían coincidir. Luego la estimación de Presidencia imagino que, después de muchos años de experiencia en... en comunicación, pues era fundamentalmente correcta.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y esa... esa estimación de la que usted habla ¿era una estimación por Consejería o era global?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Yo la que tenía era la tabla... una tabla en la que se establecía lo que le habían comunicado. Entiendo que Presidencia había dicho a los diferentes medios de comunicación que le podría venir en ejecución de las campañas de publicidad de la Consejería de... de Empleo -perdón-, la de mi Consejería. ¿Que Presidencia tuviera la tabla global? Me imagino que sí, porque nos la... nos la daban ellos, vamos. No...

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Quiero decir que sí que se especificaba que esa... que vuestra Consejería tenía esa partida, ¿no? Se especificaba.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No había una especificación de una partida concreta. Yo esa tabla siempre la entendí como no para nosotros, sino para los medios de... como que Presidencia... O sea, lo que entendía yo de esa tabla era que Presidencia, en sus diferentes conversaciones con los medios de comunicación, les habría comunicado que, de acuerdo a la ejecución de las campañas de las diferentes Consejerías, les podrían venir equis cantidades, pero unas cantidades, vamos, no al céntimo, es decir, una estimación, digamos.



LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Estimación económica. ¿Y alguna justificación?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No, la tabla era simplemente una... una estimación económica. La justificación la marca la planificación en las propias campañas. Es decir, a la hora de hacer una campaña de comunicación, fundamentalmente hay dos cosas: por qué haces la campaña y en qué medios la haces. Esa justificación entiendo que corresponde a cada Consejería. A la hora de hacer una campaña tengo que justificar el por qué viene, que eso pueden ser los acuerdos por los agentes sociales, o porque te lo demande el sector o por una decisión política: me interesa hacer publicidad porque creo que es necesario poner en valor los centros de... especiales de empleo en este momento. Y la... la distinción entre tipo de medio, entre prensa y radio, sí que viene ya en... en la planificación anual, y entiendo que con esa distinción ya... ya hacía Presidencia sus diferentes cálculos; y -lo que le digo- luego, a la hora de ejecutar la campaña era la propia ejecución y los contratos los... los que determinaban. Es más, en determinadas campañas de la Consejería que se hicieron por licitación, ni siquiera... hasta que la agencia de publicidad realiza la campaña, que para eso se la contrata, sabemos ni siquiera lo que ha gastado en cada medio de comunicación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Habla usted de justificación política. ¿Me puede explicar un poco el término?, que no lo he entendido bien.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Le quiero decir que, a la hora de planificar una campaña, no es justificación política, es una decisión política, es decir, en el sentido de... de acuerdo a la ley de publicidad, las Administraciones públicas pueden hacer publicidad de las actuaciones que hacen; pero el hacerla o no es una decisión de... de cada momento puntual de... del órgano competente de punto. Es decir, de hecho, el incluir una campaña en la planificación anual no deja de ser una decisión política. Hay un centro directivo que ha planteado hacer una campaña de publicidad porque interesa, adecuado y prioritario, el corte de las políticas, hacer una campaña de lo que sea; o de prevención de riesgos... O sea, no es... no se tiene una campaña el... ese criterio político no tiene por qué ser que me interese vender mis méritos, sino, simplemente, informar a los ciudadanos, informar a los ciudadanos, o bien de las subvenciones que tengo vigentes en el caso del... del Servicio Público de Empleo, de las ayudas que... que estoy dando, para que acudan a esas convocatorias; eso también lo demandaban en muchas ocasiones los agentes sociales: oye, hay que hacer una campaña de... -igual no hay una campaña de eso, estoy poniendo un ejemplo, ¿eh?- de la Renta de Ciudadanía porque llevamos un mes con la convocatoria abierta y no estamos... y en el ECYL no se están recibiendo solicitudes.

Evidentemente, la gente no se está enterando de que hay una campaña abierta a... bueno, pues se hace esa comunicación. Y otras veces, pues bueno, pues hay que



poner en valor... la Consejería decide poner en valor las actuaciones de economía social. Bueno, pues... pues se hace una campaña específica vendiendo... explicando lo que hacen los centros especiales de empleo, que mucha gente no lo conoce.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y qué datos objetivos manejaban desde la Consejería? ¿O también se los proporcionaba Presidencia? Quiero decir, datos objetivos, me refiero a audiencias, número de lectores, visitas, suscriptores.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Los datos de... nosotros, concretamente, Presidencia no nos... a nosotros no nos proporcionaba ningún... ningún dato de audiencias. Sí que es verdad que una vez que se aprueba el acuerdo, puesto que era un requisito fundamental contar con ese OJD y con... no me acuerdo cómo se llamaba lo de... lo de las radios -OGM o algo así-, nosotros le pedimos internamente al de prensa que nos buscara los datos si realmente estaban accesibles, porque era un dato público, porque las... los medios de comunicación, cuando se someten a ese tipo de auditoría, pues lo que están buscando es que la gente conozca sus audiencias para que cualquier particular que se dirija a presentar una campaña sepa qué público... con qué público objetivo cuenta. Entonces, esos datos los teníamos, por un lado.

Ya digo que la política fundamental nuestra, habiendo presupuesto, era hacerlo en todos y cada uno de los medios de comunicación. No se nos dio el caso, pero -por lo que le digo-, curiosamente, aquellos medios de comunicación que tenían un mayor público objetivo porque su incidencia en el público era mayor, pues como, en buena lógica, actúan a... a precios de mercado, pues tenían una mayor facturación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

No dudo de ese criterio que usted marca, pero sí que me resulta pues un... un poco un dato a destacar que, igual que en... en su Consejería, en el resto hay unas variaciones muy desiguales en el... en el gasto de unos medios a otros que no son proporcionales al criterio objetivo al que nos podemos ceñir, que es, como... como usted bien dice, al de las audiencias. Por ejemplo, se ven incrementos de hasta un 490 % en *La Nueva Crónica*, de León; 421 a *La Razón* de Castilla y León; 283, *ABC* de Castilla y León; mientras, por ejemplo, otros como, *El Correo de Burgos*, disminuye en un 12 %. Eso... son datos que a mí me llaman mucho la atención, y sí que me gustaría pues saber cuál era su criterio.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

¿En la Consejería de Empleo dice, que se ven...? No le puedo decir. Yo la idea que tengo es que, vamos, las campañas, la facturación que nos pudieran dar los diferentes medios, salvo que hubiera -me está hablando, por ejemplo, de *La Crónica* de Castilla y León- alguna campaña específica que tuviera sentido en la provincia de León, y entonces el criterio general de cuál es el periódico con más difusión ya no es el general regional, sino que son los periódicos vendidos en León, comparando



un ejemplo extremo; o *La Gaceta de Salamanca*. Son periódicos que no son a nivel regional, sino que al ser provinciales y que hubiera alguna actuación específica, que en lugar de ser a nivel regional pues fuera por interés en la provincia de León. Es lo único que se me ocurre. Porque no tiene sentido que... que un periódico o una radio con... con menor difusión, los precios de mercado que tengan sean mucho más altos, ante una actuación común, con... con lo que es ejecuciones comunes. Es decir, yo en un periódico quiero sacar un día una página. Yo saco una página en un periódico, lo lógico es que *El Norte de Castilla*, y creo que *La Gaceta de Salamanca*, si la saco a nivel regional, porque eran los que más tenían, me cobren no sé si lo mismo pero los que más; que un *Diario de Ávila*, que solo me lo puede sacar en una provincia, porque... Esa es la teoría. El resto no lo sé, yo no tengo los expedientes, no...

Además, el... también es verdad que en la Secretaría General en ejecución de expedientes teníamos pocos, porque no teníamos... no éramos... hemos pocos contratos, al no ser órgano de contratación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y considera que en algún momento estas distintas acciones en... en los medios pudo haber algún tipo de desigualdad por provincias?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

A priori, no. Evidentemente, los medios provinciales lo tenían más complicado, porque si el grueso de nuestras campañas eran a nivel regional, entonces, en una campaña a nivel regional la incidencia de mercado de un medio local es mucho más pequeña. Pero, a cambio, siempre hay un mínimo que se les aseguraba, en el sentido de que al final tiene unos costes de impresión, y si tú quieres imprimir una página en *El Adelantado* de Segovia, te va a cobrar unos mínimos, por poca... por poco público objetivo que tengan en comparación con los otros. Dicho de otra manera, que no me sé las cifras, pero, aunque *El Norte de Castilla* tuviera diez veces más de difusión que *El Adelantado* de Segovia, en las cifras de esa campaña concreta no podría cobrar diez veces más, porque no... el coste no es el mismo, no tiene sentido.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sí que me gustaría agradecerle al compareciente que es la primera vez en esta sala que un compareciente habla de medios de comunicación, habla de datos. Hay... creo que usted tenía bastante conocimiento sobre todo de las audiencias. El resto de los que han pasado por aquí apenas han hablado de... de esos medios, y, sinceramente, se han... se han fiado del criterio de Presidencia.

¿Entiendo que usted en alguna ocasión ha podido argumentar a Presidencia que esas partidas no estaban objetivamente respaldadas por... por los datos?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, no sé lo que han dicho otros compañeros. Sí que le digo que cada casa es un mundo, cada uno se organiza como puede, como lo pueden hacer



ustedes aquí. Es decir, no es la misma organización que pueda tener para venir a esta misma Comisión su grupo, que tiene -no me lo sé, perdone- alrededor de quince procuradores, que Podemos, que tiene dos y estará el referente de Podemos en otro lado, porque no le dará la vida.

En cada Consejería se maneja... hay Consejerías que tenían el gasto centralizado, hay... en las secretarías generales; hay Consejerías, como la nuestra, que lo tenía en cada centro directivo. En el caso de Presidencia, ya le digo que, curiosamente... es decir, Presidencia era concedora de todas y de nuestras... de todas y cada una de nuestras partidas; y tiene el conocimiento del dato al principio, en la planificación, cuando se le pide la autorización de las campañas en qué medio va a ir, y al final, cuando se ejecutan las campañas, lo que le ha dado. Y, curiosamente, no coincidían al céntimo, pero eran bastante similares a lo que nos daba Presidencia. Con lo cual, no veo una cosa grave el que las cifras no coincidan exactamente, sobre todo porque hay una parte que sí que me... me gustaría comentarles al principio de... de su intervención. No... yo entiendo que están aquí ustedes buscando la información de... de cómo mejorar estos procedimientos.

En las Consejerías no financiamos a los medios de comunicación. En las... Presidencia no lo sé, porque es la competente en... con los medios de comunicación social. No tengo... habrá venido aquí el secretario de Presidencia, tampoco lo sé, sinceramente, no... no lo he seguido. Me han dicho que han venido todos, entonces... creo que era el último; entonces, creo que habrán venido todos. Porque no es que haya venido... aceptado amablemente su invitación, es que me han dicho que, si no vengo, cometo delito. Tampoco me importa venir, ¿eh? *[Risas]*. Pero, vamos, que han venido todos. *[Risas]*.

Lo que le quiero decir es que en las Consejerías la competencia que tenemos no es para financiar medios de comunicación, es para divulgar las políticas que hace la Consejería. Entonces, por eso le digo que yo... nosotros hacemos campañas, y las campañas, curiosamente, llevan aparejadas no una financiación, sino un precio de los medios por hacer la campaña. Por eso hablo siempre del otro lado, en relación con las cifras, que entiendo que es una estimación y que entiendo que estaba bastante acercada, por lo que recuerdo, ¿eh?, por lo que recuerdo. Porque documentos, mire, vista la recepción, me he intentado buscar aquí cuatro notas de lo que recordaba, que no... Vamos, hasta ahora no me han hecho falta.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Le hubiera gustado hacerlo a su propio criterio el reparto?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, yo soy funcionario público. A cualquier funcionario nos gustaría que nos lo dieran todo hecho. Si tuviéramos una guía por guiones de cómo hay que hacer las cosas, estaríamos encantados, encantados. También le digo, sobre todo a ustedes, que, bueno, que están más en el ámbito político, y algunos están en funciones de Gobierno y otros, si no lo están aquí, están en... lo han estado, o están en el Estado, o tendrán intención de... que cuantos más criterios les dejas a los funcionarios, menos ámbito de maniobra dejas para implementar políticas en la práctica



a la... al poder político, que creo -esto es una opinión absolutamente subjetiva- que es su labor. Es decir, los funcionarios estaríamos encantados de que nos viniera todo hecho; pero si todo está hecho, y todo está reglado, y cuanto más arriba está la orden, menos posibilidades de moverlas hay, no daría pie a... a cubrir las nuevas necesidades sociales.

Ejemplo práctico: si nos dejaran a los funcionarios lo que es tecnocracia pura y dura, punto por punto, no habríamos hecho nada en la COVID. ¿Por qué? Porque la ley no deja -y ahora hablo a nivel autonómico y a nivel estatal-, la ley no deja.

¿Que nos hubiera gustado? Sí. Pero te he dicho una opinión personal y subjetiva, como funcionario público por oposición, que somos así: somos cuadrículados, y nos gusta la norma.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento plantearon desde la Consejería de Empleo hacer adjudicaciones con cifras globalizadas, es decir, un reparto equitativo por grupos de comunicación, en vez de por medios concretos? En definitiva, ¿tenían en cuenta, a la hora de adjudicar directamente a los medios, que algunos pertenecían al mismo grupo?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Nosotros no, pero por el mismo planteamiento que le he dicho antes. Es decir, nosotros, en la Consejería de Empleo, no entendemos que estemos financiando medios de comunicación, entendemos que estamos haciendo campañas de publicidad. Entonces, hay unos... unos criterios... unos criterios fijados en el acuerdo que dice que todos los medios de comunicación de prensa escrita que estén auditados por esto pueden participar. Si pueden participar todos, yo meto a todos. Había algún ejemplo muy concreto y específico que es que no tenía dinero. Tengo una campaña específica y concreta, sobre todo era en el ámbito de economía social, que andaban muy ajustados de presupuesto, porque los centros especiales de empleo consumen muchos recursos. Y, claro, si yo tengo 20.000 euros de presupuesto, no me puedo plantear hacer una campaña en todos los medios de prensa escrita y en la radio, no puedo; o elijo las radios o elijo... si elijo prensa escrita, los dos medios de mayor difusión. Con carácter general, ¿eh? Habrá que ver al... cada punto de cada campaña por qué está justificada.

Sí que le digo que, vamos, que en los expedientes, que creo que también los tienen ustedes como acceso, están justificadas todas y cada una de las campañas. En nuestro caso, se lo aseguro. O... o, sin verlos, creo que se los puedo asegurar.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

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

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

En nuestro caso, no. No, por... por lo que le digo, es decir, tirábamos... si lo haces con todos, no puedes tirar de la línea editorial.



LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

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

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, llamadas de medios, nosotros recibíamos pocas, muy pocas. Fundamentalmente... yo no sé por qué lo hacían, pero vamos. "Oye, que es que falta la campaña de no sé qué, ¿cuándo la vais a hacer?" Pues alguna campaña que se retrasaba. "Pues mira, está previsto, tal y como está en la planificación, en junio", si es que se recibían en mayo. Que se había retrasado. "Pues mira, efectivamente, se nos ha retrasado, hemos tenido un problema de lo que sea, y será en septiembre, pero no te preocupes que la campaña se va a hacer". "¿Cuánto me va a corresponder?". "Pues no lo sé, porque la campaña no se ha hecho, pero, vamos, visto el presupuesto, que es el mismo que el año pasado, y visto los medios, que es del año pasado, te puedo decir que el año pasado facturasteis 8.321 euros". Pero muy muy, vamos, muy muy contadas, con los dedos de la mano incluso.

Sí que recuerdo que hubo un... una temporada que desde la Cadena SER se quejó mucho de los criterios de los medios... en el reparto de los medios de comunicación, pero no tuve yo una llamada específica concreta. Y además creo que es que, en nuestro caso, la Cadena SER recibía más dinero que otros, por... por facturación. Entonces, no... no se dio lugar a esa llamada concreta y... y específica para eso, ni para... vamos, únicamente para "¿cómo están las campañas?".

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

[Intervención sin micrófono].

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No lo sé. Es que, si le digo la verdad, tampoco sé muy bien cuáles son las líneas editoriales de los diferentes medios de comunicación. Yo esto es un defecto personal, es un tema que me gusta muy poquito seguir...

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

A ver.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

... las noticias por la prensa durante la...

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Le interrumpo un segundo, por favor.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Sí, perdón.

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

La... Señora Bermejo, la pregunta de antes no quedó grabada porque no estaba el micrófono... [Murmullos]. Pues tiene que volver a realizarla, ¿de acuerdo?

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Considera usted que la línea editorial de cada medio puede estar vinculada a la financiación de los mismos por parte de las instituciones de nuestra Comunidad? ¿Y cómo cree que ha tratado este sector, el de los medios, al Ejecutivo autonómico en el... en la legislatura de la que estamos hablando, dos mil... el período, perdón, dos mil catorce-dos mil diecinueve?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

Bueno, pues retomando la respuesta, creo que no, puesto que las campañas eran de... de manera objetiva y en función de... de la facturación que hacía cada uno de los medios, porque la hacían cada uno de un lado. Y en cuanto cómo los han tratado, no le puedo decir, no tengo criterio. Le puedo decir que a mí, concretamente, mi persona, como tampoco era una persona que me prodigara mucho en actos sociales, ni mi interesaba, porque me considero más bien una persona más de nivel técnico, ni me sacaron, ni me dejaron de sacar, ni me tenían que sacar, ni me podían haber sacado, ni... En mi caso concreto, no le puedo decir.

De los consejeros que me tocaron en este período, pues ellos tendrán su propio criterio. Creo que alguna... alguno considerará que no demasiado bien, pero se lo podrían preguntar, si les llaman, en su caso.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Pues muchas gracias, señor Mayoral. Es todo, en cuanto a las preguntas. Y sí, presidenta, me gustaría un par de... de minutos para... para hacer una pequeña reflexión, y es que, ya que se acaba hoy esta primera ronda de comparecencias, a modo de titulares de prensa, me gustaría destacar unos. El día veinticinco de julio de dos mil veinte, *Leonoticias* publica: "La Junta publica en el Portal de Transparencia el reparto de la publicidad institucional entre 2014 y 2019". *20 Minutos*: "La Junta invirtió más de 80 millones en empresas de comunicación entre 2014 y 2019". *Burgos Noticias*, el veintisiete de julio de dos mil veinte: los medios de Ulibarri y Méndez Pozo acaparan el 44 % de la publicidad institucional de la Junta en dos mil diecinueve.

Si el PP, PSOE, Ciudadanos y Podemos y los propios medios pueden hablar del dinero que se ha destinado a los medios o a empresas y especifican las cantidades concretas, es gracias a la labor de transparencia que se ha hecho desde la Consejería, gracias a la cual pueden tener todos esos datos y consultarlos como cualquier ciudadano. Y no lo decimos nosotros, señores, los propios medios también se hacen eco de lo mismo. Por ejemplo, *El Mundo*, *Diario de Castilla y León*, el trece de septiembre de dos mil veinte, publica: "Castilla y León, a la cabeza en transparencia sobre la pandemia. Un estudio que revela que es la comunidad autónoma que más información facilita".

Señores, el camino está trazado, y ya se empiezan a ver resultados, fruto de este primer año de Ciudadanos ya gestionando. Nada más. Y muchas gracias.

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

Gracias, señora Bermejo. Ahora, por el... *[Murmullos]*. Señorías, por favor, silencio. Por el grupo parlamentario... perdón, 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. Buenos días, señor Mayoral Encabo. Bienvenido a esta casa, que usted conoce bien. Es un placer tenerle aquí, y además oírle con toda naturalidad decir pues cómo funcionaba la gestión de los medios de comunicación desde las diferentes Consejerías.

Mire, antes de hacerle algunas preguntas que tengo intención de hacer, sí le quiero aclarar alguna cosa. Quiero que quede... que usted tenga claro que esta Comisión es fruto de... de un acuerdo, el acuerdo de Gobierno entre Partido Popular y Ciudadanos, del punto 13, exactamente, decimotercero, exactamente, con el fin de conocer y, sobre todo, de demostrar, sobre todo de demostrar, que las cosas se... se hacían bien y se siguen haciendo bien, no solo desde julio del... del año pasado, sino... sino antes también se hacían bien. Nosotros accedimos, accederíamos, una vez más, porque no tenemos nada que ocultar.

La segunda cosa que quiero decirle, para que quede claro, es que está usted aquí, también por que usted conozca la posición del grupo al que represento, porque le han pedido... han pedido su comparecencia otros grupos políticos; el Grupo Popular solo ha pedido la comparecencia de tres personas, que eran los responsables directos de la contratación de la publicidad en los medios. Y creo que, después de haber pasado todos sus compañeros -con usted se cierra hoy un ciclo de nueve secretarios generales-, pues cada vez me confirmo más en que... en que habría sido suficiente, porque nos están quedando cosas claras que se repiten, lógicamente, en todas las intervenciones.

El Grupo Popular no solo no tiene ninguna sospecha del buen funcionamiento de los planes de medios y de la contratación de las campañas, sino que está plenamente convencido de que las cosas se hacían bien -lo quiero repetir-, pero no nos negamos a investigar y facilitamos el trabajo para que no quede ninguna sombra de duda sobre el sistema. Tenemos la tranquilidad y la seguridad de que se actuaba con arreglo a la legalidad vigente, con transparencia, con equidad, y, desde luego, no nos queda ninguna duda.

Dicho esto, repite usted el argumento que han utilizado sus... sus compañeros. Es decir, yo creo que el sistema nos ha quedado claro, de cómo funcionaba. En definitiva, desde Consejería de Presidencia se pedían... le pedían... les pedían a ustedes al final de año, para, a principio del año siguiente, elaborar el plan de medios, les pedían a ustedes las campañas; un poco, las ideas de campañas de publicidad que tendrían intención de hacer a lo largo del año, y que, evidentemente, después se plasmaban en una... bueno, pues en una... en un acuerdo, en una tabla global, lógicamente, de todas las Consejerías.

Según usted -y esto ya sí le pregunto-, ¿las instrucciones que marcaba la Consejería de Presidencia para la contratación de las campañas de publicidad, que previamente se aprobaban y previamente se publicitaban, se han ceñido siempre a lo que se aprobaba previamente o cada uno después actuaba al libre albedrío?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

Bueno, contesto en el caso de la Consejería de Empleo. nosotros ejecutábamos las campañas que estaban en la planificación anual de información y... de las campañas de planificación. Es más, en el caso de que se quisiera hacer una campaña excepcional porque surgiera alguna... -le hablo ahora de... con carácter general, ¿eh?, no que lo hubiéramos hecho en Empleo, porque no lo recuerdo- en el caso de que alguien quisiera hacer una campaña específica, hay que modificar esa planificación, porque no puedes hacer campañas por libre saltándote el paso de la Comisión de Secretarios y, sobre todo, de la Consejería de Presidencia, que es el responsable de las campañas de publicación.

Ejemplo práctico, este año les habremos tenido; imagino que habrá alguna campaña específica, tanto aquí como en el Estado como en los ayuntamientos, asociada al COVID-19; bueno, del COVID-19, en el Estado, miles: póngase la mascarilla, póngase no sé qué. Esa campaña, realmente, no puede... no debería realizarse si no está planificada. ¿Qué hay que hacer? Modificar la planificación. No se puede hacer una campaña... una campaña por libre fuera del ámbito de la planificación, o no se debería.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Lo presentía. Muchas gracias. Pero quiero insistir: en materia de publicidad institucional o cualquier otro tipo de campaña en medios, ¿hacían ustedes algún gasto discrecional fuera de... a mayores de ese presupuesto anual? Ya me ha dicho usted que... que, si había que hacer una campaña específica que no estuviera recogida en el plan inicial, habría que modificar. Pero yo le quiero preguntar expresamente: ¿hacían ustedes algún gasto discrecional a mayores de esa campaña previamente aprobada?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

Vamos a ver, no se hacían más campañas de publicidad que las que venían. Fuera de ahí, no se hacía ninguna campaña. No sé si es esa la respuesta que...

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Muy bien, gracias. Le he oído decir en la intervención anterior que hacían ustedes un seguimiento, hacían una planificación anual de publicidad y después hacían un seguimiento de que se cumpliera, lógicamente, el plan aprobado; eso es así. Me... yo también creo, y he... y he descubierto, con el paso de sus compañeros, que todos lo hacían así. La pregunta es: ¿pusieron ustedes algún reparo a alguna campaña que no saliera como ustedes la habían diseñado?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

No. Es decir, al final es un poco... esto lo hace la Secretaría General, un poco, en su función de coordinación de la Consejería; es decir, en este sentido, por ejemplo, el presupuesto: el presupuesto se planifica, el responsable de la ejecución de



un presupuesto -hablo en general- es el órgano... es cada Dirección General, pero desde la Secretaría General, evidentemente, vamos haciendo un seguimiento mensual de cómo van las diferentes partidas; y en el caso de que una partida vaya con retraso, se pregunta al centro directivo por qué va con retraso y si ese crédito se va a utilizar o no, pues porque ese crédito puede ser utilizable, de acuerdo a las oportunas transferencias de crédito previstas en la ley de presupuestos anuales, en la Ley de Hacienda, para otras cosas. En el caso nuestro, lo más habitual era para... pues para los... para pagar los costes salariales de los centros especiales de empleo, ¿no?, en una cuantía que es... normalmente está presupuestada... se solía presupuestar por la cifra de la transferencia finalista del año anterior, pero nos pilló una etapa que los centros especiales de empleo iban contratando siempre nuevo personal y la transferencia finalista nunca llegaba, ¿no? Pues si alguna partida en general se quedaba corta, se solía aprovechar para eso.

¿Qué pasaba con las campañas de publicidad? Pues que era una planificación más que teníamos que coordinar en la Secretaría. ¿Qué seguimiento hacíamos? Mes de febrero, ¿qué planificaciones... qué campañas hay en marzo? Pues esta de Economía Social. A Economía Social: "Oye, acordaros que tenéis la campaña para marzo". Vale. "Acordaros que para ejecutar la campaña nos tenéis... tenemos que pedir la autorización previa a Presidencia". Vale. Nos preparaban la autorización, hacían su planificación y nos la pedían para solicitar a Presidencia. ¿Qué comprobábamos? Pues que, si en la planificación ponía que esa campaña se hacía en radio, no nos pidieran una autorización para prensa escrita, evidentemente; eso lo parábamos ahí. Si no, no hacíamos nada. Es decir, piden para radio, se comunica a Presidencia. Y el diseño específico de la campaña lo hacía cada centro directivo. Sí que es verdad que los criterios generales no están escritos en ningún lado, pero eran para todos lo mismo, es decir, con todos los medios de comunicación; si da el presupuesto, con todos, y en todos el mismo tipo de cuña publicitaria en radio o de faldón en... en los periódicos. Ese era el criterio general.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Gracias. Ha hablado usted precisamente de criterios, y por ahí va mi siguiente pregunta. Usted conoce -y, si no, yo le pongo en antecedentes- que existieron unos acuerdos, tanto en dos mil catorce como en... en dos mil quince, mediante los cuales se regulaba el reparto de publicidad institucional. Por ponerle en antecedentes, el acuerdo del dos mil catorce aprobaba las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración general e institucional... e institucional de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional; y en el acuerdo del dos mil quince se especificaban los sistemas de medición de medios, a efectos de la actividad de publicidad institucional de la Administración de la Comunidad de Castilla y León.

¿A usted le constan estos acuerdos?, ¿los tenían en cuenta... lógicamente, les tenían presentes cada vez que iban a planificar, a hacer ese cuadro que ustedes hacían llegar a Presidencia para hacer la planificación anual?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Sí, claro. Bueno, los acuerdos, aparte de aprobarse por Junta de Castilla y León y, consecuentemente, haber pasado por la Comisión de Secretarios, estaban



publicados en el Boletín. Entonces, eran los criterios básicos para poder realizar las campañas. Es decir, ¿qué impedía eso? Que, en nuestro caso, la verdad, no aportó nada nuevo, pero podría aportarlo en el caso; pues de que llegara un determinado medio de comunicación que no tuviera su correspondiente OJD o su correspondiente EGM—estoy leyendo ahora, no era OJM, sino EGM—, y... y si no estaba auditado, pues ahí sí que había unos criterios que impedían participar en esos... en esas campañas de publicidad, claro. Las directrices vinculantes de la Junta en esta materia y en otras materias, como contratación, cláusulas sociales, etcétera, pues, como todos los... las normativas, hay que cumplirlas.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí. Nos ha quedado claro, no solo en su intervención, sino en la de los compañeros también, que había un presupuesto inicial, aprobado al principio de año, para gastar a lo largo de todo el año en las diferentes campañas y demás. Yo le pregunto: además de este presupuesto que se aprobaba en la Comisión de Secretarios a principios de cada año, ¿contaban ustedes, como Consejería, con algún presupuesto a mayores para poder gastar, o se ceñían expresamente al presupuesto aprobado en... a principios de año?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, el presupuesto para hacer las campañas es que consta en la ley de presupuestos. Entonces, podría ser —ya no le puedo decir porque no tengo los datos específicos— que hubiera alguna partida que, estando aprobada por la ley de presupuestos, no estuviera planificada en... en las campañas de comunicación. Pero esa cifra no podría ser utilizada para hacer una campaña de comunicación, en cualquier caso. ¿Para qué podría utilizarse, por ejemplo, en su caso? Pues para un patrocinio, porque los patrocinios no estaban planificados. Sí que es verdad que mi Consejería, que yo recuerde y... y comparadas con otros patrocinios que se ven por ahí de todas y cada una de las Administraciones, mucho patrocinio no hacía. Pero esas cifras podrían ser. Pero no son cifras que salgan de la nada, son cifras que salen de la ley... de los Presupuestos aprobados en... en octubre del año anterior... vamos, en diciembre —se presentan en octubre—, por estas Cortes.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

¿Usted conoce que la Junta de Castilla y León disponga de algún sistema informático que dé soporte a la tramitación de los expedientes de contratación de publicidad institucional? Y, si lo conoce, ¿cuál es su opinión? ¿Qué garantías aporta a la contratación de... de este tipo de... de actividad en la gestión de medios?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, ahora no lo sé. Entre dos mil quince y dos mil diecinueve lo que se puso en marcha fue el Sistema Duero de Contratación electrónica de las Consejerías, que es aplicable a estos contratos y a todos, entre otras cosas, porque es de obligado cumplimiento. Entonces, todos los contratos estaban incluidos en la aplicación electrónica Duero.



De todas formas, la gestión del control del gasto vinculado a estos proyectos, además de en Duero, se lleva en el sistema contable de Castilla y León, el SICCAL, que está verificado por... por las diferentes intervenciones delegadas. Ese es el control. Que en la ejecución pura y dura de la... de una campaña de publicidad no hay un sistema específico, están los sistemas que tiene la Junta de Castilla y León para la ejecución del Presupuesto, que, en el caso de que estén en el Capítulo 6 del Presupuesto, como se materializa a través de contratos, pues aparece en el... en el módulo de Duero de... de la Administración. Eso es lo que existe.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Y... y en su opinión, ¿qué tal funcionaba la plataforma?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, a mí la plataforma Duero, en dos mil quince, que es cuando la instalaron, pues como todo lo que se instala nuevo, pues causa reticencias, sobre todo por parte de... de los funcionarios que, como yo, nos tenemos que poner detrás. Pero yo creo que funcionaba razonablemente bien. Una vez que ves las ventajas que tiene y que está allí todo el expediente completo administrativo desde el principio, con toda la aprobación de los gastos y los documentos que lo sustentan, pues es una cuestión de acostumbrar al... a los funcionarios, entre los que me incluyo, a... bueno, pues a meter ahí la firma electrónica y... Y nosotros somos mucho de papel, la Administración somos así, somos mucho de papel, pero tenemos que pasar a la Administración electrónica y ahí están los documentos. Funcionaba bien, un control... Es para lo que debe servir, vamos.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Quiero entenderle entonces que a esa segunda pregunta que yo le hacía, que si aportaba garantías, la respuesta es sí.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Desde el punto de vista del expediente de contratación, tanto el sistema Duero como el sistema SICCAL garantiza que pase por todas las fases de aprobación del gasto, como cualquier otro contrato -la autorización, la fase A, la fase D, la fase O, la fase K- y, en cada una de las fases, la Intervención pide los documentos oportunos. Y en cada una de las fases, el órgano... porque la Intervención también participa en el módulo de Duero. ¿Que requiere la fiscalización previa del gasto? Estará la fiscalización previa del gasto en el expediente. ¿Que requiere la comprobación por parte de los órganos contables y de los servicios de asuntos económicos de que existe crédito adecuado y suficiente? Es que, si no, no puedes iniciar un contrato.

Estaba bien. Solucionaba determinados problemas; por ejemplo, el de antaño, de casi... cuando se hacía la... la contabilidad en papel, de, por determinados créditos que, por algún tipo de... de errores, iniciarse dos expedientes a la vez, pues... pues se tenía que parar uno porque no contaba con el crédito definitivo. Aquí no puedes iniciar un contrato si no existe crédito. Luego funciona muy bien.



EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí. Si me permite la opinión, además, creo que, fundamentalmente, dejaba un rastro de responsabilidad de cada paso que se iba dando, con la firma de... de cada funcionario que, evidentemente, hacía ese paso, ¿no?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Sí, claro. Lo que hace el sistema Duero es... -el que lo haya visto, a la primera lo ve- es un sistema en árbol. Entonces, el expediente se inicia con una petición de retención de crédito; esa es una minifase del expediente. Esa retención de crédito pasa por el Servicio de Asuntos Económicos, que comprueba si existe el crédito. Lo fiscaliza la Intervención. Cada uno va poniendo su sello. En el caso, por ejemplo, que además fuera un... una licitación y requiriera un informe de la Asesoría Jurídica, pues está el informe de los Servicios Jurídicos; en el caso de que... que requiera la fiscalización, está el informe específico de la Intervención. Con todo eso, el órgano de contratación ya puede aprobar el gasto. Bueno, hay un rastro específico de todas y cada una de las personas que han participado, claro.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Gracias. Ya me ha quedado claro lo que quería preguntarle. Vale. A ver si resumo un poco. Entonces, las Consejerías proponían las diferentes campañas a realizar; Presidencia asignaba las cantidades económicas a cada Consejería. ¿Y cómo les comunicaban a ustedes...? [*Murmullos*]. (Sí. El aire acondicionado. Sí, sí, es que... es que muchas veces esta muy fuerte, es verdad). Le... le decía que... que cómo les comunicaban a ustedes... una vez que se hacía esa tabla general, ¿cómo les comunicaban a ustedes lo que le correspondía, dentro de ese global, a cada Consejería?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Nada, en la Comisión de Secretarios lo solía comunicar el secretario de Transparencia. Eso era así, o bien: "que sepáis que, en vista de que no ha... -algún año pasó, ¿eh?- en vista de que no ha habido modificaciones sustanciales del Presupuesto porque este año está la situación... ha crecido solamente un 1 %, vamos a partir de las mismas cuantías del año anterior". Esa era la forma habitual, no había un procedimiento establecido para eso.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

¿No había ningún escrito? ¿Se comunicaba de palabra, le he querido entender, en la Comisión de Secretarios?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Ah. ¿Pero se refiere a la... a la famosa estimación que hemos dicho antes de las cifras? No, no había ninguna... comunicación formal, no la había.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Gracias. Quiero recalcar una cosa que usted ha dicho, que, por cierto, me ha gustado oírle decir. Y ha dicho textualmente: "Las Consejerías no estamos para financiar a los medios de comunicación, sino para hacer campaña para divulgar la actividad que hace". Me parece importante que conste en acta lo que usted ha dicho.

Bueno, yo quiero terminar ya y... reafirmandome, constatando una vez más, y ya son nueve, en que la contratación de publicidad institucional, tanto de su Consejería como de la Junta de Castilla y León, se ajusta a derecho y al reparto aprobado previamente, a principios de año, por la Comisión de Secretarios en la Junta de Castilla y León. Creo que, para nosotros, para mi grupo, es suficiente la información que hemos recibido. Gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias, señor García. A continuación, por el Grupo Parlamentario Mixto, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, el procurador don Pablo Fernández.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Sí, muchas gracias, presidenta. Y, en primer lugar, agradecer tanto a la presidenta como al resto de grupos parlamentarios la deferencia que han tenido con este procurador para permitirle intervenir en este turno, ya que estaba inmerso en otras actividades y tareas parlamentarias. De hecho, he creído escuchar al compareciente, al que le agradezco la comparecencia, que, efectivamente, no puedo estar en dos sitios a la vez, y no tengo la... el don de la ubicuidad, todavía no me biloco. Pero intentaré, intentaré... intentaré hacer una comparecencia lo más adecuada posible. Y voy a empezar por... por el final de la alocución del portavoz del Partido Popular, que tomaba... tomaba el hilo de sus palabras diciendo que las campañas de publicidad no sirven para... para financiar a los medios de comunicación, sino para divulgar la actuación de la Junta y, por ende, de... de cada Consejería. Eso es así, ¿no? Usted mantiene eso, que las campañas de publicidad para lo que sirven son para divulgar y dar a conocer la actuación de cada Consejería. Es así, ¿no?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Yo lo que he dicho exactamente antes, que ha... ha cogido un trozo únicamente el... el portavoz del Grupo Popular, es que, dentro de los procesos de comunicación y publicidad, la... del objeto de lo que es esta Comisión, que leo aquí "... sobre la financiación y los planes de medios de la Junta de Castilla y León", que la Consejería de Empleo como tal, la Consejería de Empleo, no está para financiar un medio de comunicación, está para hacer campañas de divulgación de las políticas de su Consejería, que, contra facturación, repercuten en los ingresos de los medios de comunicación, pero no porque las esté financiando, sino porque estoy pagando un servicio. Eso es lo que... un poco el argumento completo que hemos... que he intentado -no sé si me habré explicado bien- explicar antes. Otra cosa es que la Consejería de Presidencia, que sí que tiene competencia con los medios de comunicación, pueda o no financiar, pero eso se me escapa del ámbito de mi competencia.

**EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:**

Vale. Al no haber podido escuchar su intervención íntegra, le voy a hacer la pregunta que imagino e infiero que ya se la hayan realizado. Como han dicho otros de los comparecientes, digamos que la Consejería de Presidencia diseñaba la arquitectura de la publicidad institucional en Castilla y León, y el resto de Consejerías se limitaba poco más que a ejecutar las cuantías que le correspondían por decisión de la... de la Consejería de Presidencia. Eso es así, ¿no?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Yo, vamos, así no... Yo lo que he planteado es que son los propios centros directivos de cada Consejería, en función del presupuesto de cada año, y coordinado por cada Consejería, la que manda, a través de la Comisión de Secretarios, las campañas que va a desarrollar en ese ejercicio. La Consejería de Presidencia, evidentemente, tiene toda la información de todas las Consejerías, más la propia específica que tenga como competente en materia de comunicación, para diseñar lo que es la política de comunicación de la Junta. Pero la Consejería de Presidencia no se puede meter ni en el diseño de las campañas, que son específicas -hablaba antes de una campaña de prevención de riesgos-, porque... porque no conoce, no es experto en prevención de riesgos.

Entonces, nosotros aportábamos en función del presupuesto que aprueban estas Cortes y las... lo que nos demandaba el sector, y lo que nos demandan los agentes sociales. Comentaba también hace un rato que, por ejemplo, en el caso de nuestra Consejería, que sí que es verdad que es una Consejería muy específica, muchas de las campañas que desarrollábamos estaban incluidas en el Plan Anual de Políticas de Empleo, en el PAPECYL. Nos las demandaban los agentes sociales: oiga, hay que hacer, sí o sí, unas campañas de prevención de riesgos. Sobre la marcha, a lo largo del... del desarrollo del ejercicio, nos volvían a demandar... Por ejemplo, había otra línea del... del Plan de Empleo que era -y ponía como ejemplo, que no sé si es un caso real, también he comentado- la renta garantizada de ciudadanía. El ECYL abría... bueno, eso es de Familia, pero vamos... alguna política del ECYL, por ejemplo. Y se abría la convocatoria, y resulta que llevábamos un mes de convocatoria y habían recibido 400 solicitudes, cuando esperaban tener 20.000. Los agentes sociales, en ese momento, "oye, esto no puede ser; tenemos que hacer una campaña específica para comunicar que esta línea al año que viene salga bien. Entonces, hay que hacer una campaña específica para, cuando salga esta campaña y se abra el plazo de apertura, comunicar a los medios de comunicación". Esos eran nuestros *inputs* a la hora de mandar a la Comisión de Secretarios, como comisión de publicidad institucional, esas campañas que se hacían... cada uno. Y Presidencia, con esa información... -ahí ya entiendo que es lo que hacía- con esa información que recibía de las diferentes Consejerías era con la que acababa de diseñar el grueso de la política, como órgano competente.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Vale. Le pido su opinión. He creído entenderle -e insisto, perdón, porque no he podido escuchar su comparecencia- que la Junta ni las Consejerías no están para financiar a los medios de comunicación. ¿Eso es así? ¿Es su opinión personal o me equivoco yo en este juicio de valor que estoy haciendo poniendo sus palabras en esa aseveración?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

Lo que he dicho es que la Consejería de Empleo, entre sus funciones, no tiene financiar a los medios de comunicación, la Consejería de Empleo. La Consejería de Empleo desarrolla campañas de publicidad en función de las materias que tiene objetiva para mandar sus mensajes, tal y como lo establece la Ley de Publicidad Institucional. Eso es lo que he comentado antes.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Si yo... yo puedo estar de acuerdo con usted. De hecho, creo que la publicidad institucional pues debería tener esa función de divulgar y dar a conocer a la ciudadanía pues mensajes que sean importantes y que las Consejerías y la Junta consideren decisivos para la información y el conocimiento de nuestra ciudadanía.

Por eso le pregunto: ¿le consta a usted que se destinase alguna partida... alguna partida en su Consejería, en la Consejería de Empleo, en materia de publicidad institucional, aunque sea 1 euro o 30 céntimos, que se destinase a alguna agencia de comunicación?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

Pero las agencias de comunicación no tienen nada que ver con... con los planes de medios. Las campañas de publicidad... las agencias de comunicación es... es otra cosa. La agencia... Es que perdóneme porque... porque no me esperaba esta pregunta en esta Comisión. Y le estaba contando a sus compañeros, he sacado una serie de... de apuntes de las cosas de las que me acordaba.

A ver, las agencias de comunicación. Las agencias de comunicación lo que tienen son unas bases de datos a las que las diferentes Consejerías le piden acceso, y, en función de ese acceso que piden las Consejerías para tener derecho a una serie de servicios, que están perfectamente documentadas, en... en primer lugar, por la petición de... de los jefes de prensa, que requieren acceso para la realización diaria de su trabajo, por un lado; y, por otro lado, está la... la oferta comercial que te hace la... la agencia de comunicación, que a ver si te cuadra la... compras el acceso a la base de datos, y, si no te cuadra el acceso, no. Es lo que hay. Pero no tiene nada que ver con... con lo que estaba hablando yo aquí hasta ahora, por lo menos, vamos, no... Es una cosa distinta. No son campañas de publicidad, sino que son acceso a bases de datos de comunicación.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Sí, pero entra dentro de los planes...

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

Sí que había accesos a bases de comunicación en la Consejería... en la Consejería de Empleo, bases de datos de agencias de comunicación en la Consejería de Empleo. Sí que las había.

**EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:**

¿Y eso considera usted que no está incardinado dentro de los planes de medios? O sea, ¿usted de veras cree que lo que se puede... las cuantías destinadas a las agencias de comunicación, que en... en el caso de algunas Consejerías eran muy elevadas -por ejemplo, recuerdo, la Consejería de Sanidad, que se quejaba de que no tenía dinero suficiente para publicidad institucional, pero que destinaba una cantidad ingente de recursos para las... para determinadas agencias de comunicación-, usted cree que... que ese dinero, que esa cuantía que se puede destinar desde la Consejería a las agencias de comunicación no está incardinado o no tiene que ver o no tiene ni siquiera tangencialmente relación con lo que estamos sustanciando en esta Comisión de Investigación sobre los Planes de Medios?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No sé si ustedes lo querrían incluir en el contenido... Yo digo que, del contenido de que me han comunicado a mí en la convocatoria, yo no lo he deducido, ¿eh? No lo he deducido porque es una actuación distinta. Es decir, lo único que tiene en común es que las agencias de comunicación acaban recogiendo una serie de noticias que están en los periódicos y tu publicidad va en los periódicos. El que sea mucho o poco o regular dinero en la... en la Consejería de Sanidad o en la nuestra, pues, sinceramente, no tengo criterio, con los datos que tengo ahora mismo. El dinero del presupuesto público es el que es y la decisión de... de destinar más dinero a unas partidas o a otras, o a unas Consejerías o a otras acaba siendo responsabilidad de... en primer lugar, del Gobierno, que hace el Proyecto de Presupuestos y, luego, de estas Cortes, que lo aprueban. Pero no le... no le puedo decir. Es decir, ¿que podría dedicarse más o menos? Sí, podría, pero no... sinceramente, no tengo criterio. Estaba en el presupuesto, y había una necesidad, se manifestaba, y se pagaba. No hay más fondo del asunto.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Claro, yo se lo pregunto, en primer lugar, porque sí que ha sido una... un ámbito que sí que ha sido objeto de tratamiento en esta Comisión de Investigación. De hecho, algunos predecesores suyos han tenido que hablar sobre lo... lo dedicado a las agencias de comunicación, ya que, a nuestro juicio, a juicio de Podemos, por supuesto que están incardinadas en... en los planes de medios.

Y se lo digo al hilo de la aseveración o... o de la sentencia que usted ha hecho de que la Consejería de Empleo no estaba para financiar a los medios de comunicación. Claro, aquí entramos en la dicotomía de qué son los planes de medios, porque yo coincido, como le decía anteriormente, con usted en que veo bien, o puedo llegar a ver bien, que las Consejerías destinen dinero a... a los medios de comunicación de cara a publicitar aquellas acciones políticas que la Junta o las Consejerías consideran que son oportunas o pertinentes para la información crucial de... de determinada cuestión a nuestra ciudadanía. Pero a mí me puede dar la impresión... y por eso miento a las agencias de publicidad, que, insisto, para mí hacen un muy buen trabajo. Yo tengo la mejor valoración y, de hecho, uso todos los días, soy usuario, de las agencias de información en Castilla y León, que creo que realizan una magnífica



labor. Pero me podría llegar a dar la impresión, en un caso hipotético, de que, subrepticamente, el dinero destinado a las agencias de... a las agencias de comunicación pues podría servir, más allá de acceso a determinados contenidos por parte de las Consejerías, a financiar a determinados grupos de comunicación. Y se lo digo porque yo no sé exactamente cuánto dedicaba su Consejería a la... a las agencias de comunicación, pero... Le hago la pregunta: ¿a usted... a usted le consta cuánto destinaba su Consejería a las agencias de... de comunicación?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Ahora mismo, sinceramente, no... no me sé la cifra. He estado... he comentando antes también durante la comparecencia que... que, sinceramente, no la he seguido. Sé que han pasado por aquí, o me han dicho que han pasado por aquí el resto de... de secretarios generales y... pero vamos, que en algún caso... entonces, no se lo he comentado. En el caso de las agencias, yo sé que gastábamos dinero. ¿Cuánto? No lo sé. Me quiere sonar que alrededor de -pero ustedes tendrán las cifras, me imagino- 150.000 euros al año entre tres o cuatro agencias, ¿puede ser? No lo sé. Es que no lo sé. Es que igual son 80.000, igual son... No lo sé. No me acuerdo. Yo no tengo la documentación que... que hayan podido solicitar ustedes.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Independientemente de... de la cuantía exacta, usted, como secretario general de Empleo, ¿a qué le otorga o a qué le da prioridad, sabiendo que, en su consideración, pueden ser cosas distintas? Pero, si usted tiene que gestionar un presupuesto, ¿a qué le daría más importancia: a que la ciudadanía tuviese conocimiento de lo que ustedes creen que es importante, y además los agentes sociales le solicitan que puedan constar en los medios de comunicación, destinándolo, por tanto, a publicidad institucional; o a las agencias de publicidad? Y otra pregunta incardinada, que tiene que ver con esta: ¿quién decide en su Consejería la cuantía que se da a las agencias de... de comunicación?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver. Agencias de comunicación, ¿no? Es que algún desliz... son las campañas de publicidad y es cosa distinta. Las agen... [Murmullas]. De comunicación. Las agencias de comunicación, ¿qué tiene que tener más importancia? Yo creo que las dos cosas tienen que tener importancia, porque no olvidemos también que muchos *inputs* que llegan a la Consejería sobre cuáles son las... esas necesidades de la propiedad, muchos nos llegan, como hemos comentado, directamente con reuniones del sector y directamente con los agentes sociales, por... Pero es verdad que muchas veces las propias noticias que te dan los medios de comunicación... -estoy dando una opinión personal y subjetiva, ¿eh?- las noticias que dan los medios de comunicación te ponen el... el foco donde está el problema social ahora mismo. Entonces, yo creo que todo es importante. ¿En qué cuantía? No lo sé. La cuantía de los medios de comunicación no la decide nadie, la cuantía de los medios de comunicación es el... lo que cobran las agencias de comunicación por permitirte el acceso a sus bases de datos. O así lo entiendo yo, y así debería constar en los expedientes.

**EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:**

Claro, pasa que, en este punto... y fíjese que ha sido casualidad, porque he... he seguido muy poco su comparecencia, pero justo en un momento que he tenido que ir a por la carpeta al despacho estaba puesta, y acaba de incurrir usted en una contradicción cuasi irresoluble, en una suerte de... de aporía, porque acaba de decir que muchas veces los *inputs* le llegan a la Consejería por medio de los medios de comunicación -valga la redundancia-, que ponen el foco donde está el problema. Pero a... a una pregunta de la compañera de Ciudadanos usted dijo que a usted no le gustaba, o le gustaba poco, seguir las noticias por la prensa. Entonces, ¿cómo se conjuga eso? Porque si a usted, como secretario general, le gusta poco seguir las noticias por la prensa, pero, sin solución de continuidad, dice que las agencias de comunicación son cruciales e imprescindibles para que les lleguen los *inputs* de dónde están los problemas de la calle, pues como que me desconcierta un poco. A ver si me lo puede aclarar usted.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Sí. Vamos, se lo aclaro, porque sí que recuerdo esa pregunta, que fue, además, la pregunta que se cortó y volví a contestar, y, de hecho, a la siguiente respuesta lo cambié. ¿Por qué lo cambié? Muy sencillo, porque lo que estoy dando... la opinión de que me gusta seguir poco los medios de comunicación es opinión actual mía. Evidentemente, yo, cuando era secretario general, parte de mi trabajo era seguir la actualidad; pero yo ahora no estoy en esa tesitura, y es un tema que... pues que no me gusta demasiado, sinceramente; es una opinión personal mía. Entonces, por supuesto. De todas formas, el acceso a las bases de datos no era un acceso mío, era un acceso de la Consejería, y el principal destinatario de esas... de esas noticias es el Gabinete de Prensa, que es el primero que está destinado. ¿Para qué? Para dirigir, además directamente, al consejero y a los centros directivos.

También lo he comentado anteriormente: el concepto que tengo yo de... de una secretaría general es un concepto de coordinación, un concepto mucho más técnico. El desarrollo de las políticas específicas en materia de empleo no está en la secretaría general, el desarrollo de las políticas específicas en materia de empleo está en las direcciones generales, que son los órganos máximos de relaciones con el sector. Yo no tengo nada que decirle a la Dirección General de Trabajo -yo, como secretario general- sobre cómo tiene que desarrollar su trabajo; sí que tengo que saber lo que hace para poder coordinarlo con otras Consejerías. Pero la que sabe es la directora de Trabajo, en aquel entonces. Lo mismo pasa con la Economía Social. Ni que decir le digo de un organismo autónomo como el Servicio Público de Empleo. Los que se relacionan con los agentes sociales, en aquel entonces, era la Viceconsejería de Diálogo Social. ¿Para qué está la Secretaría General? Para intentar engrasar un poco esa sala de máquinas con los presupuestos de uno, de otro y de más allá, detectar las carencias de uno e ir impulsando la acción global de la Consejería, pero desde el punto de vista técnico.

En el caso... volviendo a las agencias de comunicación, pues efectivamente, yo ahora no sigo demasiado las noticias; en aquel entonces lo hacía porque era parte de mi trabajo. De todas formas, había más destinatarios de esas agencias, de las... de los datos que incluían las agencias de comunicación, en la Consejería, muchos más que yo, evidentemente.

**EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:**

Sí, sí. Si eso lo doy... lo doy por supuesto. E insisto, partiendo de la premisa que son agencias de comunicación –por si acaso he incurrido en el error de... en algún momento, de decir de publicidad–, agencias de comunicación –y redundando en mi magnífica opinión sobre la labor que hacen las agencias de comunicación, de las cuales soy consumidor voraz todos los días para, entre otras cosas, enterarme de la actualidad–, sí que, insisto, a mí me llama la atención las cuantías que... que se dedican a las mismas, y sobre todo a una en concreto, que suele recibir más partidas que las demás. Pero bueno, esa era un... una cuestión que ya me la ha aclarado.

Ha dicho usted una... una cosa que me parece maravillosa –me quito el sombrero y casi me pongo a aplaudir con las orejas–, y es que usted ha dicho que... que trabajaba porque... para saber lo que se... lo que pasaba en su... en su Consejería también, y para coordinar esa labor con otras Consejerías. O le he creído entender eso, ¿no?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Que la labor de la Secretaría General es, entre otras cosas, para la participación en la Comisión de Secretarios, que sirve también, entre otras cosas, para coordinar la acción de las diferentes Consejerías. Para eso sirve.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

No, no. Si le voy a echar un piropo, si simplemente es para hacer una loa a su persona y a los secretarios generales que coordinan la labor para saber lo que pasa en cada Consejería. Porque, por ejemplo, ayer se sustanció en estas Cortes una Comisión de Investigación sobre otro particular, en la cual una exconsejera llegó a decir que no tenía ni idea de lo que sucedía en otras Consejerías, que no sabía lo que hacían otras Consejerías, que no le constaba lo que hacían otras Consejerías. Con lo cual, desde aquí reprobar lo que dijo ayer esa consejera y loar, alabar y, desde luego, todas las lisonjas para su labor y para la labor que hizo usted como secretario general coordinando las distintas Consejerías, como, a nuestro juicio, debe hacerse.

Y, dicho esto, y felicitándole de nuevo, ¿ustedes cómo evaluaban la realización y la ejecución de las campañas de publicidad que hacía la... la Consejería? Y, aparte de cómo lo evaluaban, ¿tienen un documento, algún archivo, en el cual conste la evaluación final de cada campaña?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, en el caso de aquellas campañas que se sometían a licitación, por ejemplo, creo que estaba recogido en el propio pliego que la agencia de publicidad, en este caso, que son las que solían acudir a las licitaciones, que lo hicieran, digamos que resultaran adjudicatarias del contrato, realizaran un estudio de impacto, creo. Si está o no, no lo sé, porque el órgano de contratación y el responsable de... del seguimiento de esa campaña era la del centro directivo correspondiente.

En el caso de otras campañas, que las realizábamos de manera directa, lo que hacíamos era un seguimiento de que la campaña se podía haber realizado. Entiendo



que el centro directivo también correspondiente tenga guardadas las... los ejemplos prácticos de los diferentes periódicos de que se han puesto en marcha o que se han publicado los anuncios que han contratado -entiendo-, y que además de la factura. Pero no lo sé. No tengo yo los expedientes, ni ahora ni nunca, porque eran expedientes que pasaban por los diferentes centros directivos, que eran los órganos de contratación en ejecución de las secciones del presupuesto.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Vale. ¿Y en alguna ocasión, le consta a usted que algún centro directivo reclamase o pusiese de manifiesto que no... que no se hubiese ejecutado una campaña de publicidad institucional por algún medio de comunicación, o sea, que no... que no haya funcionado realmente la campaña o que no se había llegado a desarrollar?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No me consta, pero, vamos, ya le aseguro yo que, si un centro... si un medio de comunicación en un... en ejecución de una campaña de publicidad no hace la publicación correspondiente, el funcionario que ve esa campaña no tramita la factura, porque no ha habido la prestación del servicio. No puede ser, claro. Si tú contratas una campaña de publicidad que consiste en publicar tres días seguidos un faldón en... en las páginas pares, alguien del centro directivo debe estar comprobando que se publica el faldón tres días en las páginas pares, y, si no, no se... no debería pagársele.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Vale, vale. No, si estoy absolutamente de acuerdo con usted. Simplemente era para cerciorarme de que en los centros directivos había funcionarios que escrutaban y que escudriñaban diariamente los faldones de los medios de comunicación en los cuales se insertaban los... los anuncios de... de las campañas de publicidad.

¿En alguna ocasión usted o alguien de su equipo o algún centro directivo de los que eran competentes recibió algún tipo de llamada de algún medio de comunicación pidiendo más campañas de publicidad... no pidiendo la ejecución o el desarrollo de las que ya estuviesen comprometidas o presupuestadas, sino pidiendo la realización de alguna campaña adicional de... de publicidad en su medio?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No. Ya... ya he comentado antes, pero, vamos, no... no hay problema en repetirlo. Las escasísimas llamadas que han llegado a la Consejería nuestra únicamente eran precisamente preocupados por lo que usted no... ahora mismo no le interesaba. Es decir, alguna campaña que se retrasaba y... “esta campaña pues se nos ha retrasado dos meses porque la convocatoria se nos ha retrasado dos meses por problemas con las órdenes de bases”. Y era la... la escasísima llamada que podía llegar.

El otro tipo de llamadas no... no se ha producido. Pero es que no tendría sentido, porque yo no puedo realizar ninguna campaña que no está en la planificación



anual de publicidad, de acuerdo a la ley de... de publicidad. Entonces, no... vamos, no se ha producido, pero... pero no tiene sentido, ¿no?, realizar campañas que te piden algo que no puedes realizar, claro.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Bueno, esto es una reflexión personal mía. Ya le digo que no tiene sentido, pero yo llevo cinco años en estas Cortes y he visto naves más allá de Orión y cosas abracadabrantas, que usted no se llegaría ni a creer, de... de cosas... [Murmillos]. (Abacadabrantas, sí). De cosas que... que parece que no se pueden hacer y que son imposibles y que incluso a veces pueden contravenir los preceptos legales, yo he visto que suceden. Así que por eso le digo que... que hay que preguntar y que hay que estar al tanto de... de todo.

¿Cómo... cómo...? Bueno, le voy a hacer una pregunta que igual le resulta obvia, pero ¿para qué cree usted que sirve esta Comisión? Aparte de para que Ciudadanos a veces haga autobombo de... de su labor y su actividad, ¿para qué cree usted, o cuál piensa usted que es el objeto de esta Comisión, o, como secretario general que usted ha sido, cuál creería usted que debe ser el objetivo de esta Comisión de Investigación parlamentaria?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Pues yo, vamos, como secretario general y como funcionario –que lo he dicho antes–, funcionario de carrera, para lo que yo pensé que servía –por eso me ha descolocado también lo de las agencias de publicidad– es... o me gustaría que sirviera para que a los funcionarios, que al final somos los que estamos ejecutando los expedientes, se nos marcara criterios claros, criterios claros, en el caso de las campañas, sobre cómo... cuáles deben ser los criterios objetivos en función de los cuales ejecutar las campañas.

En el caso de la Consejería de Empleo, teníamos uno, que era hacerlo en todos los medios de comunicación, con el fin de llegar al máximo público objetivo posible. Pero es tan válido como cualquier otro. Entonces, desde punto de vista de la seguridad de lo que es el funcionario, ese sería un buen objetivo. También le digo –que también lo he comentado antes– que cuanto más fijo queden los criterios para un funcionario, menos... menos margen le queda a la acción política para trabajar después. Acabamos en la tecnocracia y... Ahora ya desde su punto de vista, como... como miembros de partidos políticos y al... con responsabilidades de Gobierno en unas y otras Administraciones –y eso es un criterio absolutamente subjetivo y personal mío–, creo que no es bueno que nos dejen a los funcionarios hacer todo de acuerdo a las normas, porque no estaríamos... estaríamos siempre más pendientes de las normas, de lo que dice la norma, de que de la realidad del momento.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Le agradezco mucho la... la respuesta. Y entonces, ¿usted cree que actualmente no sucede eso, o sea, cree que actualmente no hay... no se marcan criterios claros a los funcionarios para el desarrollo de su labor?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

¿En el caso de los... de los planes de medios? No lo sé, no tengo responsabilidades ahora mismo en esta materia. Entonces, no sé qué está pasando ahora mismo. No, no lo sé.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

En algún momento. Quiero decir, yo le he preguntado cuál cree usted que debería ser el objetivo de esta Comisión, y usted me ha dicho que, a su juicio, debería servir para que a los funcionarios se les marcara un criterio claro, diáfano, nítido para poder desarrollar su... su tarea y su... y su labor. ¿Cree que eso no pasa a día de hoy en la Junta de Castilla y León?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE-
RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

No. La... la reflexión mía era... iba dirigida a cuando yo estaba con responsabilidades en la Consejería de Empleo. Es decir, desde mi punto de vista, hubiera sido mucho mejor que en una norma en concreto, incluso a nivel de ley, dijera: las campañas de publicidad se repartirán en todos y cada uno de los medios de comunicación por un importe máximo de 20.000 euros, por un importe... Yo con eso estaría encantado, porque no me daría ningún margen de maniobra, pero... pero porque me evitaría cualquier tipo de problemas de este tipo. Es decir, esto, aunque uno viene gustosamente invitado y agradeciendo la invitación de la Administración, evidentemente, ya le digo yo que a mí, por ejemplo, no me resulta agradable leer aquí, en la... en la convocatoria que me ha hecho el letrado, que, ¡joj!, le aviso que, si usted miente, y bajo apercibimiento, va a ser multado con la pena de suspensión e inhabilitación. No es agradable, no es agradable.

Yo vengo con la tranquilidad de haber hecho bien las cosas, pero cuanto... cuanto más difuso sea la forma de hacer las cosas, menos seguridad tienes de que lo que estás haciendo, aun habiéndolo hecho bien, porque crees que lo has hecho bien y tienes un procedimiento claro y extraordinario, bien. ¿Que ustedes sacan una norma de no sé qué? Pues tendrá sus pros y sus contras, y tendrán medios de comunicación que se quejen y medios de comunicación que no. Pero el funcionario estará encantado, encantado, porque al funcionario le da igual, le da exactamente igual, al funcionario o... o al secretario general -en mi caso, de hace cuatro años-, que una campaña de publicidad se publique en este medio que en este otro.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

No, no, si estoy de acuerdo con usted. Y, de todas maneras, también le digo, yo entiendo que se ha podido azorar o que le haya podido causar desazón la recepción de... de la notificación para venir aquí, pero, vamos, yo parto de la premisa de que usted tiene una trayectoria intachable, de que puede estar absolutamente tranquilo. Y también le digo -esto como anécdota- que yo he estado en muchas Comisiones de Investigación y que algún compareciente alguna mentirijilla ha dicho y no le ha pasado absolutamente nada; desde luego, no es su caso. Estoy... y lo insisto, y además le agradezco mucho la... la comparecencia.

Entonces, redundo: usted, en su época de secretario general, cree que se podían haber llegado a marcar más nítidamente las pautas para este criterio, ¿no?



Cree que es una cosa que se podía llegar a haber... haber marcado, prefijado y determinado mejor en la época en la que estuvo como secretario general. Lo digo para sacar algo en positivo, para intentar mejorar la dinámica.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, vuelvo a insistir. Se hicieron muchas cosas, ¿eh?, se hicieron muchas cosas, porque acabamos marcando esos acuerdos directrices de la Junta de Castilla y León en dos mil catorce y en dos mil quince, que al menos marcaban los tipos de medios en los cuales, con un criterio objetivo, se podía dirigir. Es decir, vamos a poner un supuesto extraordinario: si tú bajas... bajo la premisa que teníamos en la Consejería nuestra, lo quiero hacer en todos los medios de comunicación, en todos, porque quiero llegar al máximo público objetivo posible, y si yo eso lo voy a publicar una convocatoria, la... la apertura de convocatoria, el día que se abre en un periódico, si lo publico en quince periódicos, es más fácil que me lo lean que si lo publico en diez. Ahora, ¿dónde llega el límite? ¿Lo tengo que publicar en el faldón de Perico Pepe, que ha creado el periódico ayer? Si yo no tengo estas directrices vinculantes, me puede surgir la duda; y, si tengo presupuesto, probablemente lo hiciera. Al menos esas directrices marcaban... No, no, no vale cualquier cosa, tienen que ser los medios auditados por OJD, por OGG, por no sé qué... es decir, se van concretando.

Yo creo que, desde el punto de vista decisivo, cuanto más se concreten las cosas, más sencillo; pero en este ámbito y en todo; en las mesas de contratación. Luego tenemos la contraparte: cuanto más rígidas sean las normas, más se retrasan los procedimientos. Y también queremos agilidad. Entonces, por eso digo que... que es muy difícil la... llegar a ese término medio. Desde mi punto de vista, sí, pero perderíamos pues otra serie de cosas como, por ejemplo, agilidad. Y ahí, lo... lo mismo, desde el punto de vista del funcionario, saca la campaña, la saca de acuerdo a lo que dice la norma, y la saca de acuerdo a lo que dice la norma; y si se le va un mes de vista, pues qué le vamos a hacer.

Entonces, por eso digo que hay que medir con mucho cuidado todas esas... todas esas conclusiones, porque no dejan de ser opiniones subjetivas.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Vale. Pues nada, se me ha acabado el tiempo. Simplemente, que coincido con su... su última alocución, que yo creo que también hay que fijar las pautas, los criterios y las directrices de forma clara y nítida para que no queden al albur o a la posible discrecionalidad de algún funcionario más o menos afín a determinados medios de comunicación, o que pueda tener, yo qué sé, sin ni siquiera con mala intención, pero que pueda destinar cuantías sin criterios claros y objetivos, que esa es una cuestión que hay que mejorar. Y nada más. Agradecerle su... su comparecencia. Y que... que ha sido un placer.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias, señor Fernández. Para finalizar, por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Virginia Barcones.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Gracias, presidenta. Gracias, don José Antonio Mayoral Encabo, por su asistencia, aunque es obligatoria, pero gracias, desde luego, con el tono en el que está participando en esta Comisión. En esta Comisión, que es de Investigación, tenemos un problema de concepto desde el principio, y... y la verdad es que usted mismo lo ha visto con el requerimiento. Esto no es un grupo de trabajo para ver cómo mejoramos no sé qué cosa, esto es una Comisión de Investigación; por eso su presencia es obligatoria y por eso los letrados le advierten.

Tienen un problema de concepto y de personalidad quienes la solicitaron, Ciudadanos y Partido Popular. Unos porque nos han abierto la luz a todos los castellanos y leoneses; menos mal que vinieron a la vida política, si no, no sé qué hubiera sido esto. Pero, claro, lo que no acaban de entender es que a quien investigan y de quien ponen en cuestión es los mismos con los que han pactado; con lo cual, unos y otros, pues la dignidad es un concepto muy subjetivo para todos.

Pero, en cualquier caso, vamos a la cuestión de esta Comisión de Investigación, que tiene por objeto analizar, investigar, cuál ha sido la gestión de la Junta de Castilla y León a la hora de financiar los planes de medios en esta Comunidad Autónoma.

Mire, las integrantes del Grupo Socialista, al igual que usted, somos las dos funcionarias de carrera: una subinspectora de Hacienda y una secretaria interventora. Y cuanto más avanza esta Comisión de Investigación, cuanto más vamos a las Consejerías a ver la documentación, menos entendemos, desde el punto de vista administrativo, cómo se han hecho las cosas.

En estos problemas de concepto, a mí me gustaría que nos aclarara, porque... porque veo que por parte del Partido Popular no... no lo acaban de pillar, a nuestro entender, en las directrices lo que se determina era qué medios podían participar del reparto de la publicidad institucional. Por lo tanto, aquellos que estuvieran en el OJD, en el EGM, o en el sistema de medición Kantar podían participar de la publicidad institucional. Pero eso no determinaba cuáles eran los criterios de reparto. Es decir, porque, a lo mejor, hay una parte de la directriz que nosotros no la hemos encontrado en el Boletín o hay una parte que no se publicó, donde sí que se decían los criterios por los que se repartía.

Nosotros lo que entendemos de la lectura -que... que usted lo tiene ahí- era quién podía y quién no podía participar de la publicidad. Pero ahí no aparece en ningún momento cuáles eran los criterios de reparto. Dígame si estamos equivocados.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Efectivamente, en las directrices lo que aparece es con qué tipo de medios -concretando ese ejemplo concreto que decíamos antes-, de prensa diaria, de radio, o tal, se pueden realizar campañas de publicidad. Pero, volviendo a lo mismo, es que no es... no entendemos... nosotros no entendíamos que fuera... o sea, el problema nuestro no es que haya un criterio de reparto, lo que yo demando, o que podría... no que demando, sino que entiendo en la conclusión que ha hecho el señor Fernández, es que, desde el punto de vista de los funcionarios, debería haber un criterio de cómo adjudicar las campañas de publicidad en abstracto, no... no de repartir medios.



Porque las Consejerías no financiamos, las Consejerías hacemos campañas de publicidad. O yo lo he entendido siempre así, vamos, no...

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Pero, de la cuestión -como ya le han dicho, usted es el último secretario general en comparecer-, de lo que venimos analizando, hay una parte que nos ha quedado clara: ustedes se reunían en la Comisión de Secretarios Generales, cada uno iba con las campañas que quería hacer, pero ustedes no participaban en lo que se le daba a cada medio. Es decir, ustedes llegaban, y Presidencia les decía: usted tiene tanto para este medio, tanto para el otro, tanto para el otro. Es decir, ustedes no participaban de la distribución por medio, dinero/medio. Es decir, no quiero hacer una campaña para fomentar en el ECYL no sé qué cosa ni no sé qué producto; no, dinero/medio. ¿Ustedes participaban de alguna manera de ese reparto?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE- RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No. Volviendo al principio, es decir, con esas cifras que participábamos en las planificaciones de las diferentes campañas de publicidad, con el importe de cada campaña de publicidad y con los tipos de medios que se recogían en cada campaña de publicidad, yo entiendo que la Consejería de Presidencia sí que tenía una imagen global de lo que estimaba -he dicho antes- que le podría corresponder a cada medio de comunicación en cada Consejería. Entonces, yo, en esas cifras, ni participo ni dejo de participar, las hace Presidencia. Yo, luego, ejecuto las campañas. ¿Y cómo las ejecuto? De acuerdo a los... a los criterios que yo determino; ahí sí. Y el criterio que utilizábamos en la Consejería de Empleo, con carácter general, era máxima difusión, máximo público objetivo posible, para dar la máxima difusión. ¿Cuánto le corresponde a cada medio de comunicación con esos... con el criterio que utilizábamos nosotros? Lo que me facture. Curiosamente, la estimación de Presidencia -también lo he dicho al principio- no estaba tan mal hecha, cuando, a tanto alzado, nuestras cifras coincidían.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Por concretar, ¿usted conocía, o ha conocido en algún momento, los criterios objetivos, o algún criterio, por el que Presidencia le decía a cada Consejería cuánto le correspondía a cada medio cada año?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTE- RIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Imagino, por conocer por un documento escrito fijo firmado en no sé qué, no. Imagino que lo haría en función de las... como lo hacíamos nosotros, en función de las campañas de los anteriores, los presupuestos de cada una de las campañas, el... -a ver, que lo busco, que me lío- el OJD y el EGM de cada una de... que les podía determinar, y su experiencia, y sabría lo que le podría corresponder a cada uno; imagino. Pero yo no tengo ningún documento de la Consejería de Presidencia, como Consejería de Empleo, en que me diga: tiene usted esta campaña de prevención de riesgos laborales, tiene usted que hacerla mediante 17 páginas en un faldón y 14 cuñas de radio en la SER. No me lo ha dicho.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Como le decía al principio –por intentar centrarnos–, somos funcionarios; cuando sale una convocatoria hay unas bases. Yo veo unas bases, y me dan 10 puntos por no sé qué cosa, 20 por no sé cuál otra. En el reparto de la publicidad por medio, ¿usted conoce que hubiera unos criterios objetivos, cuantificables, que seamos capaces de coger esto [*la oradora muestra un documento*], y ser capaces de saber por qué criterios se ha repartido? Es decir, ¿usted conoce, sí o no, esas bases?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Es que volvemos a los mismo. Es que en las Consejerías no hacemos un reparto de las cuantías por medios de comunicación, en las Consejerías ejecutamos campañas de financiación. Entonces... [*Murmullos*]. Sí.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Yo eso lo entiendo, porque tenemos poco tiempo, por centrarnos. Eso lo hacía Presidencia, pero ¿usted en algún momento conoció de la existencia de criterios objetivos para el reparto? ¿Sí o no?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No. Es decir, que los criterios para desarrollar las campañas los desarrollaba cada centro directivo, cada centro directivo, dentro de la Consejería. Vamos a llegar a la máxima difusión; como tengo este presupuesto y... –luego, dos minutos más, no creo que...– como tengo este presupuesto y tengo estos medios a los que puedo acudir, pues puedo acabar haciendo... en función de la... de las tarifas que me dan, puedo acabar haciendo en cada medio tres faldones durante tres días; o en las radios, tres cuñas, por la mañana, por la tarde y por la noche. Esa eran los criterios; más que de reparto, de realización de las campañas, que es lo que demando.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Lo que nosotros le preguntábamos es, como miembro de la Comisión de Secretarios Generales, si usted conocía los criterios por los que Presidencia le daba a cada Consejería una cantidad, medio y año.

Estando esto claro, o sea, que usted iba a una reunión, y le decía: mire, usted le va a dar a este periódico esto, al siguiente periódico esto, a una radio esta a la otra radio lo otro. Esto, al final, es un traje a medida. Porque ¿cuántas veces ustedes se salieron de esa tabla que les daba Presidencia?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Nosotros, de la tabla que nos daba Presidencia, ya se lo digo, nos salíamos siempre, porque nosotros ejecutábamos las campañas en función de la facturación que nos daban. Curiosamente, curiosamente, de la tabla estimación que nos daba Presidencia en función de nuestras campañas, no había una diferencia sustancial.



De todas formas, se ha comunicado a Presidencia. Y que los criterios que decía Presidencia para distribuir esos repartos, yo no sé, no los tengo, pero no me cabe duda de que los tenían, no me cabe ninguna duda; son los competentes en política de comunicación.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¡Jo!, pues, como no le cabe duda, a ver si tenemos suerte, y a lo largo de la Comisión de Investigación conseguimos que aparezcan y que alguien nos los dé, porque, hasta ahora, no se nos ha logrado todavía encontrar esos criterios objetivos.

Claro, nos resulta muy curioso que fueran a una reunión de secretarios generales, y ustedes se fueran con una plantilla donde apareciera cada medio de comunicación y la cantidad que tenía asignada. ¿A usted nunca le resultó curioso que ese documento no tuviera membrete y no lo firmara nadie? Porque, claro, en derecho administrativo, las cosas las suele ordenar un órgano directivo, suelen llevar el membrete de quien las ordena. Porque, claro, si esto es todo tan claro, tan transparente, lo que no se entiende es que aquí esto nadie lo firmara, y se lo dieran en una cuartilla tal cual. Me imagino que tendrán guardado... -esperando a su comparecencia, la próxima semana iremos a la Consejería a ver los expedientes- me imagino que usted tendría guardado todos los años esa plantilla que le daban.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Pues la plantilla, en su momento, estaba; no sé ahora, no estoy en la Consejería de Empleo, no sé si está. Es decir, que... que las cifras las conocíamos, pero vuelvo a insistir en que para mí siempre ha sido una estimación como parte de la propia política de comunicación de la Consejería de Presidencia. ¿Cómo no va a conocer el órgano competente de Presidencia cuánto espera cada medio de comunicación recibir de cada una de las Consejerías? Eso para mí era un instrumento más de trabajo, para mí; pero...

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Entonces, esto casa muy mal, desde la perspectiva del derecho administrativo, con los criterios de concurrencia de la contratación pública. Es decir, usted normaliza que cada medio, el uno de enero, supiera ya lo que le iban a dar, independientemente del tema de... de la campaña; luego vendíamos manzanas, peras o limones; eso era otra cosa. Pero si ustedes normalizaron todos que a principios de año ya cada medio supiera lo que le iba a corresponder, eso casa muy mal con lo que nos ha venido diciendo de que ustedes no financiaban medios, sino campañas. Que ahora hablaremos otras cosas que también casan mal con lo que nos ha venido diciendo.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No. Vamos a ver, es que estamos... está usted, creo, mezclando cosas. Es decir, en la Consejería de Empleo realizábamos campañas de publicidad. Entonces, no casa absolutamente mal con los principios de la contratación pública, porque realizamos contratos. ¿Qué pagamos a cada medio de comunicación? Lo que nos facturan.



Luego está lo que usted me está preguntando de si creo que en la Consejería de Presidencia. Y yo lo que estoy contestando es lo que creo de la Consejería de Presidencia; pero lo que se hacía en la Consejería de Presidencia debería preguntárselo usted al secretario general de Presidencia. Porque al final me estoy... me meto en un charco por dar una opinión subjetiva, con el ánimo de colaborar con esta Comisión, de cómo creo que debían ser las cosas, y usted determinadas opiniones subjetivas más las da por hechos ciertos. Y no es así.

¿Qué he creído yo desde el principio? Que esa estimación la debería conocer Presidencia, pero la debería conocer. Pero el secretario de Presidencia, que ya... sí, ya ha venido, sabrá.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

No se preocupe, que, al ser el último, hay cosas que damos por ciertas, porque las han repetido uno tras otro, como que iban a una reunión de secretarios generales, iban con una planilla, que ni firmaba ni llevaba logotipo, todos para casa, y que desde el día uno de enero estaba predeterminado cuánto iba a recibir cada medio de cada Consejería. Así que estese tranquilo, que esto es lo que uno tras otro ha venido contando en esta Comisión, que esto era así: ustedes iban a la reunión, les daban la planilla, eso no lo firmaba nadie, y desde el día uno ya sabían cuál era el importe que se iba a llevar cada medio, independientemente de la campaña.

Pero hablemos de más cosas que cuadran mal con lo que nos ha venido diciendo. Usted dice que no financiaban medios, sino que vendían productos. Entonces, claro, nos resulta un poco extraño... Campañas: Pasarela de la Moda, año dos mil catorce; el gasto total fueron casi 65.000 euros, ni un solo euro en radio, pero, es más, ni un solo euro en ningún medio especializado ni en ningún medio fuera de Castilla y León. Hombre, cuando uno quiere vender productos *made in* Castilla y León de calidad, se supone que no nos los queremos vender a nosotros mismos, sino que queremos abrir un abanico de posibilidades.

Claro, es que cuadra mal: no financiamos medios, pero hacemos campañas para vender productos, que nos las hacemos a nosotros con nosotros mismos. No sé si de esto tenían alguna valoración. Sé que algunas de las cosas que le digo probablemente no están en el ámbito suyo, sino en el ámbito de la decisión política, pero ¿qué le parecen este tipo de actuaciones?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver, en cuanto a la elección de la campaña, evidentemente, estaba en el ámbito de la Dirección de la Consejería. En cuanto a dónde se realiza esa campaña, en este caso concreto que me dice de la Pasarela de la Moda, como puede ser cualquier otro, es decir, el problema que tenemos, precisamente, es ese traje a medida. A medida que hacemos directrices, nos encorsetamos. Porque si las directrices acaban diciendo que solo se puede hacer en determinados medios, pues yo no me puedo ir a la prensa... como... a la prensa nacional a hacerlo, porque la directriz lo dice: tiene... en diarios de prensa regional, no sé qué.

Y en cuanto a que no haya ninguna campaña de radio, no sé qué, no lo sé en ese caso de expediente concreto, pero, evidentemente, si han ido ustedes, o pueden



ir a ver los expedientes, ahí tiene que venir, o debería venir, justificado por qué se hace en estos medios de comunicación o no. Y será sobre todo por el importe, porque no da de sí el importe. Los medios de comunicación, como en cualquier otra empresa, tienen a bien cobrar por los productos que ofrecen, que en este caso es un espacio publicitario. Y si... si tuvieras un presupuesto ilimitado, lo harías en todos los periódicos del mundo; pero, como no lo tienes, pues tendrás que decidir -imagino que también con un criterio objetivo, o al menos eso es lo que plantearía yo- en función de la demanda. Si yo solo tuviera 10.000 euros para hacer una campaña de publicidad en un determinado medio, me iría al medio con mayor audiencia; y, si lo hiciera en la radio, pues lo haría en la SER, porque es el criterio más objetivo que encuentro.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Es lo que le digo, que es que las cosas cuadran mal. Es decir, con 65.000 euros yo creo que... que te da; para algún medio de ámbito nacional, nos hubiera dado. Y luego, claro, hay cosas que casan tan mal como si la gente que escucha la radio no compra ropa, claro; porque si es una campaña para promocionar la pasarela de la moda, uno se pregunta: pues los que escuchan la radio no compran ropa, y solo los que compran periódicos compran ropa. Cuadran mal las explicaciones con la realidad.

Pero vamos a por otra cosa de las que cuadran mal. Usted dice que los patrocinios no estaban planificados. Y aquí vemos, con estupor -esto sí, con estupor-, como en el año dos mil quince se patrocina un foro económico de Álvaro Nadal, que meses después acaba siendo ministro del Partido Popular; y se gasta la friolera de 21.750 euros. Oiga, en un foro económico, en un acto, en un día, en un día o dos, un acto, un foro económico, se gasta más dinero que en tres medios de comunicación de ámbito regional, tres radios de ámbito regional, que emiten en todo Castilla y León, la friolera de 95.000 kilómetros cuadrados, se les da mucho menos dinero de lo que se gasta en un solo acto de un señor, de un foro económico de un señor, que resulta que a los meses acaba siendo ministro del Partido Popular. No sé qué tipo de criterio objetivo había para este... para esta situación en concreto.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Vamos a ver. Yo, para esa situación en concreto, de Álvaro Nadal, no... no le puedo decir, no le puedo decir. Sí que le digo cómo funcionan desde el punto de vista administrativo los patrocinios. Los patrocinios no se planifican porque la ley de publicidad no exige que se planifiquen los patrocinios, entonces... sobre todo, porque el concepto es absolutamente distinto. Tiene sentido planificar las campañas de publicidad para que no se solapen unas con otras; igual que tiene sentido hacer un plan normativo para que determinadas normas no acaben derogando otras que se van a... a modificar al mes siguiente, o a cuando sea; para eso se hace la planificación.

Los patrocinios no se pueden planificar, para empezar, porque el órgano que lleva la iniciativa no es la Administración. En una campaña de publicidad, es la Administración la que quiere comunicar a los ciudadanos una determinada... que se va a hacer la Pasarela de la Moda, que se va a hacer no sé qué, que tengan cuidado con la prevención de riesgos, que se pongan la mascarilla por el COVID. Lleva la



iniciativa la Administración, lo puedo planificar, hasta un punto; lo de la COVID ya hemos visto que no, pero lo otro se puede planificar.

En el caso de un patrocinio, tal y como lo regula la ley, que patrocinios se hacen... pues me han dicho que vienen de la Administración local, habrán visto miles de patrocinios en la Administración local. El interesado se pone en contacto con la Administración, y dice: voy a hacer este acto, ¿le interesa patrocinarlo? Y, en función de la presencia que tenga el acto, de la importancia de la persona que venga, de... vas a tener más o menos visibilidad. Si tú haces un... llamas a Pedro Sánchez, presidente del Gobierno, o a Mariano Rajoy -no quiero personalizar, que yo en asuntos políticos no quiero tener nada que ver- a un foro, es evidente que van a ir muchos más medios de comunicación. Tu imagen asociada a esa persona tiene mucho más que decir que otros. Entonces, ese patrocinio, en función de... del coste, te ofrece una serie de servicios que aparecerían... deberían aparecer correctamente reflejados en el contrato. Evidentemente, no digo ya nada con expresidentes. Es decir, hablo de... ahora mismo, me imagino que traer a... -por poner también ejemplos conjuntos- a José María Aznar o a Rodríguez Zapatero a un foro, por 20.000 euros no vienen. Entonces...

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Como estamos... esto es una Comisión de Investigación y analizamos el destino de los dineros públicos, claro, nos parece un poco extraño que en un solo acto del que acaba siendo, casualmente, ministro pocos meses después del Partido Popular se gaste más que en medios de ámbito autonómico para todo un ejercicio. Desde luego que, en términos de gestión de lo público, es más que cuestionable.

Pero otra de las cosas que casan mal con lo que venimos oyendo: Campaña "Acércate al ECYL a través de las redes sociales", año dos mil dieciocho. Pues esta campaña resulta que se hace solo en medios escritos, 40.000 euros. O sea, pretendemos que la ciudadanía se acerque al ECYL a través de las redes sociales y lo hacemos en medios escritos. No hay ni un solo medio digital ni nada parecido a lo que estamos intentando promocionar. No... no sé qué valoración le parece la propia concordancia de lo que se publicita con los medios de publicidad empleados. Es decir, es una campaña que va solo a medios escritos y no hay ni un solo medio digital, y lo que pretendemos promocionar es acercarse al ECYL a través de las redes sociales. Un poco curioso, ¿no?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Esta campaña concretamente, tampoco le puedo decir. Es decir, a mí, así, *a priori*, también me choca; pero, vamos, que el ECYL es el que diseñaba esa campaña, no hay... Sí que es verdad que el presupuesto es un punto muy importante en... en la ejecución de cualquier campaña de publicidad. Como he dicho antes, el presupuesto no es ilimitado. El presupuesto no es ilimitado y los medios de comunicación tienen a bien... porque es su fuente de ingresos. Hoy en día, además, que hay internet y todo el mundo entra directamente a... a pinchar en... en los medios digitales, pues lo que... lo que puedan cobrar de publicidad pues lo cobran a precio de mercado.

¿Por qué se hace esa campaña concreta en... en medios escritos en vez en medios...? Pues había... Sin tener el expediente delante, no lo sé. Debería venir



explicado en ese expediente, porque esa... porque es el punto en el que tenemos los funcionarios de llevar una campaña que está planificada al papel. Antes de hacer una campaña, siempre hay un informe en el que justifica el dinero que tengo, adónde quiero llegar y por qué lo hago ahí. Esos son los papeles donde debería venir, en ese caso concreto, por qué se hace en esos medios. ¿Chocar? Pues a mí, *a priori*, ya le digo, personalmente, subjetivamente, también me choca.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

A ver si tenemos más suerte cuando vayamos a su Consejería, porque expedientes que estamos viendo en otras, desde luego que nunca habíamos visto nada parecido, de todo a granel, sin ningún tipo de explicación.

Otra campaña que cuadra mal con lo que venimos hablando: campaña del fomento de las cooperativas, año dos mil dieciocho. Se adjudica mediante contrato menor, pero resulta que, entre medios de población parecida y con tirada parecida, hay mucha divergencia entre las cantidades: *Gaceta de Salamanca*, 8.000 euros; *Diario de Ávila*, 5.000; y hay mucha divergencia ya con otros medios de comunicación de provincias que tienen una población similar o hasta incluso mayor en algún caso, como son León, Segovia o puede ser Soria. ¿Qué criterio basaba esta divergencia?

Porque, fíjese, o sea, si hasta en algún momento alguien pusiera encima de la mesa y dijera: no, no, garantizábamos que la información llegara a todos los medios, y luego que hubiera un tanto más por el número de lectores, por el EGM, por lo que fuera... Pero es que no encontramos ningún tipo de concordancia, y creo que hemos hecho ya todas las variables posibles que nos ofrecería. El decir: mira, pues es que les daban un fijo y después le subían... Pero es que no cuadra. A ver si es capaz de decirnos por qué esto era...

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Sí, vuelvo a decir que... que habría que acercarse al expediente, que debería estar; espero que esté... -yo no estoy ahora en la Consejería de Empleo- espero que estén completos los expedientes de la Consejería de Empleo, porque lo estaban cuando yo era secretario general.

Vamos a ver, la realización de las campañas se hacía contra facturación. Es decir, si aparecen 5.000 en el... euros en el *Diario de Ávila*, no es porque Ávila tenga 80.000 habitantes en su provincia, es porque el *Diario de Ávila*, por poner un faldón, tenemos la oferta previa de que cobra 5.000. Y... y en función del precio de mercado, se le... se le paga el... lo que... ¿Por qué hay medios o no? Pues porque cobran más, porque tienen más demanda, etcétera, etcétera. O yo entiendo que debería ser así.

De todas formas, estoy hablando en abstracto. Ya le digo que donde viene esa información es en el expediente, al cual yo no tengo acceso. Y si es un proyecto, además, de... de economía social o de cooperativas, ha dicho, pues lo ha desarrollado la Dirección General de Economía Social y Autónomos. Entonces, no le puedo decir.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Esperaremos a ver los expedientes, a ver si arrojan luz. Eso podría valer para campañas concretas. Pero, claro, cuando uno coge el listado total de por año medio



de lo que les daba Presidencia... bueno, y además esto lo hemos visto en todas las Consejerías: a ras 5 euros para entrar en el contrato menor. ¡Qué casualidad!, todas las Consejerías 5 o 10 euros para que entraran en el contrato menor y no se tuvieran que hacer procedimientos abiertos. Pero, claro, esto, cuando uno ve medio año, eso ya no cuadra “es que me cobran un faldón o me cobran otro”, porque aquí vemos una diferencia entre medios de provincias con población parecida, con tirada parecida, y unos que cobran casi el doble que otros. ¿Qué criterio? Es decir, ¿cuál es el criterio que explica que, entre tiradas parecidas, poblaciones parecidas, un medio doble a otro? Es que hay medios donde son clarísimos. *La Gaceta de Salamanca* percibe lo mismo que diarios de tirada autonómica. ¿Cuál es la explicación?

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Bueno, *La Gaceta de Salamanca*, concretamente, es que tiene una cantidad de lectores espectacular. Que yo recuerde, tenía tantos lectores *La Gaceta de Salamanca* como *El Norte de Castilla*, o parecidos. Entonces, por ahí podría ir esa explicación, ¿eh?, por ahí podría ir esa explicación. Que no lo sé, que le vuelvo a decir que tendría que ir al expediente.

En cuanto a los procedimientos de contratación y el informe del contrato menor, ya le digo que todo tiene sus pros y sus contras. De hecho, nosotros, en algunas direcciones generales, por sus propias características de la dirección general, que no podía desarrollar directamente el contrato con sus funcionarios y lanzaba su licitación a través de las agencias de publicidad, y las cuantías eran similares, porque era lo que facturaba el medio.

Es decir, no por el hecho de... en cuanto a los precios, pues dependerá de la cuantía que tengas presupuestada para la totalidad de la campaña de comunicación. No por... evidentemente, si tienes una cuantía mayor y la facturación que te pasa pasa de la cifra que marca la legislación de contratos para el contrato menor, pues no podría hacerse, pero el contrato menor, al igual que el contrato negociado, con o sin publicidad, y el contrato abierto son diferentes tipos de contratos que marca la legislación vigente para desarrollar la actuación administrativa. No es ni mejor ni peor. Son tipos de contratos distintos que marca la legislación de contratos en función de... en este caso, de las cuantías. Es decir... Pero tiene sus pros y sus contras, como todo. No hay una cosa específica que determine que hacerlo por licitación sea mejor o peor... mejor o peor que por contratos menores. Tú puedes desarrollar una licitación y, en un momento dado, adjudicarlo, y resulta que la empresa de publicidad –por poner un ejemplo, como pasa con miles de obras– decide no hacerlo. Y te has quedado sin campaña y tienes que... que llevar el contrato y... y anular la adjudicación y volver a sacarlo. En definitiva...

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Intuyo, entonces, de lo que me ha respondido, que cuando vemos que un medio, en el año dos mil diecinueve, triplica la cantidad que tenía es porque ha triplicado su número de lectores. Porque, claro, observamos que en el año dos mil diecinueve, por ejemplo, *La Razón* de Castilla y León obtiene de su Consejería 51.478 euros, casi el triple que los años anteriores. ¿Entiendo de su explicación que es que triplicó su tirada?

**EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):**

No, porque me está usted cogiendo ahora las cifras globales de la Consejería, y eso es coger la sartén por... coger una parte por el todo. Lo que tiene que estar explicado claramente en cada uno de los expedientes, y campaña por campaña, es que los criterios sean objetivos. Yo no me conozco ahora mismo la totalidad de los expedientes para determinar por qué en dos mil diecinueve, concretamente, *La Razón* ha llegado a 51.000 euros. Puede haber mil condicionantes, puede haber alguna campaña específica que justificadamente –que no lo sé, porque no tengo los expedientes– se haya desarrollado en... en determinados tipos de medios de comunicación a nivel regional en vez de provincial en ese año en relación con los anteriores. Puede ser simplemente una cuestión de... de apuntes contables administrativos.

Es decir, una cosa es la planificación de las campañas, que se aprueba año a año, por ejercicio, y otra cosa es los datos de cuándo cobran los medios de comunicación. Si *La Razón* ha hecho una campaña a finales de diciembre, le aseguro que no la ha cobrado a finales de diciembre, lo ha cobrado en enero del año siguiente, y esa cifra aparecería en enero del año siguiente. Puede ser la explicación, no lo sé, ¿eh? No lo sé, habría que acudir... habría que acudir a... a cada uno de los expedientes para ver por qué *La Razón* tiene más que otros. Pero... pero yo no puedo, no tengo acceso.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Es que todo esto casa tan mal... Porque me hablaba de tiradas. Yo no sé si en algún momento, cuando a usted le llegaba esta distribución, si usted nunca se planteó... le voy a poner dos casos: un medio de carácter provincial, el *Diario de Ávila*, ejercicio dos mil dieciocho, 46.026,10 euros, Grupo 1: hasta 5.000 ejemplares. Y me voy y digo: pues voy a ver el *Diario de León*: 39.014,91; recibe menos; pues será que tiene todavía menos tirada, ya no 1, la 0. Pero es que uno ve que es Grupo 3, de 10.000 a 15.000, Grupo 3, de 10.000 a 15.000 de tirada. ¿Ustedes, como secretarios generales, nunca se plantearon eso? Es decir, ustedes tienen medios, la Junta de Castilla y León tiene estos índices de medición. Es que no cuadra. Es que nosotros intentamos ver: Grupo 1, tirada hasta 5.000 ejemplares; a ver lo que reciben. Y resulta que uno que tiene tirada hasta 5.000 ejemplares se lleva 46.000 euros, y uno que está en el Grupo 3, de 10 a 15.000 ejemplares, se lleva 39.000. ¿Nunca hicieron esta reflexión de cómo se estaba repartiendo el dinero de la publicidad institucional? Es lo que le digo, es que intentamos buscar criterios objetivos. Desde luego, el que me decía hasta ahora, en los globales del año, cuando les daba la cantidad Presidencia, no lo debieron de mirar.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

No. Le estaba diciendo dos cosas relacionado con esta última intervención. La primera, que no se puede... que yo entiendo que no se puede coger la cuantía global de cada año y de cada medio, porque es en cada expediente administrativo de cada campaña de publicidad la que determina los criterios por los cuales esa campaña concreta va a un medio o a otro. Y yo no me sé los criterios por... de todos y cada uno de las campañas de publicidad por las cuales la cifra global de un determinado medio



con relación a otro da más o menos. Eso es lo... eso es lo que... lo que trato de explicar, que... que no es... Evidentemente, el cuadro global no tiene la explicación de lo que tienen las campañas y los expedientes de cada una de las campañas por debajo.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno, pues para acabar, y a modo de conclusión, agradeciendo su sinceridad, hay cosas que cuadran muy mal. Hemos acabado la ronda de secretarios generales y nadie ha sido capaz de... de decirnos cuáles son los criterios objetivos por los que se repartía la publicidad en Castilla y León. Entiendo que tenemos que seguir perseverando, porque a lo mejor en algún momento estos criterios aparecen, pero, como le decía, casa muy mal. Si vimos... si vemos las tiradas, esto no cuadra. Si vemos que no era para financiar medios, sino para vender productos, tampoco cuadra porque nos vendíamos a nosotros mismos. Y, además, ya le he dicho, pues un ejemplo muy claro: que los que oyen la radio no deben de comprar ropa. Hemos visto patrocinios de políticos del Partido Popular que superaban la tirada... superaban en dinero lo que recibía al año, medios de tirada y de difusión autonómica. Hemos visto como, sin ningún tipo de criterio lógico, se hacían campañas para promocionar redes sociales y solo se hacían en medios escritos. Es decir, es que cada día son más las dudas, cada día son más las sombras y, como le digo, cuando vamos a ver la documentación a las Consejerías y vemos los expedientes, todavía generan más dudas.

Yo le agradezco mucho su comparecencia, y esperemos que, cuando amplieemos la lista de comparecientes, alguien nos pueda explicar todas las cosas que, probablemente, por su puesto, más de gestión administrativa que política, no ha sido capaz de explicarnos. Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señora Barcones, se ha finalizado el tiempo. Gracias. Para cerrar la sesión, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, el señor compareciente, don José Antonio Mayoral Encabo.

EL SECRETARIO GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO EN LA ANTERIOR LEGISLATURA (SEÑOR MAYORAL ENCABO):

Nada, simplemente agradecerles a todos el... el tono empleado en... en esta Comisión. Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias, señor Mayoral. Pues no habiendo más asuntos que tratar, cerramos la sesión.

[Se levanta la sesión a las trece horas treinta y cinco minutos].