



## 4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

### 463. Preguntas para respuesta escrita

**PE/002321-03** *Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por los Procuradores D. José Ignacio Martín Benito y D. Francisco Javier Muñoz Expósito, relativa a medios de comunicación donde se ha publicitado la campaña “Semana Santa en Castilla y León. Quédate y descubre cómo vivirla”, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 98, de 27 de abril de 2012.*

#### PRESIDENCIA

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento de las Cortes de Castilla y León, se ordena la publicación de la Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por los Procuradores D. José Ignacio Martín Benito y D. Francisco Javier Muñoz Expósito, PE/002321, relativa a medios de comunicación donde se ha publicitado la campaña “Semana Santa en Castilla y León. Quédate y descubre cómo vivirla”, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 98, de 27 de abril de 2012.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 25 de mayo de 2012.

LA PRESIDENTA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,  
Fdo.: María Josefa García Cirac

---

Contestación a la Pregunta Escrita P.E./0802321, formulada a la Junta de Castilla y León por los Procuradores D. José Ignacio Martín Benito y D. Francisco Javier Muñoz Expósito, del Grupo Parlamentario Socialista, relativa a medios de comunicación donde se ha publicitado la campaña “Semana Santa en Castilla y León. Quédate y descubre cómo vivirla”.

La Semana Santa no ha sido una campaña de publicidad, sino diferentes acciones de promoción tanto en medios convencionales, prensa y radio, como en Internet, destinadas a potenciar la participación en un concurso vivencial sobre la Semana Santa, por una parte, y la permanencia en el territorio de Castilla y León, por otra. Y folletos de información turística que amplían la información de la oferta y consolidan el conocimiento en el turista de la Semana Santa.

Concretamente, en este sentido, se han llevado a cabo:

- Acciones de promoción en Internet: la promoción se centró en la página web [www.semanasantacastillayleon.com](http://www.semanasantacastillayleon.com) con contenidos en español/inglés, donde se transmitía el atractivo turístico de una de las manifestaciones culturales y populares de mayor reconocimiento, contando nuestra Comunidad con el mayor número de declaraciones de interés turístico en España.



Asimismo, la imagen de la Semana Santa ocupó un lugar destacado durante toda la campaña y los días de Semana Santa en la página web de turismo: [www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com), así como a través de otros canales *on line* y webs amigas, tales como la central de reservas de Castilla y León: [www.castillayleonesvida.com](http://www.castillayleonesvida.com), Juntas de Cofradías de Semana Santa, etc.

Se realizó también promoción en Facebook de febrero a marzo, en aquellos países con mayor emisión de viajeros a Castilla y León en el periodo de Semana Santa: Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Portugal, con el objetivo inmediato de ganar seguidores (mayores de 18 años) en nuestro perfil de Facebook *Castilla y León es Vida*.

- Acciones de promoción en medios destinadas a promocionar el turismo interior con el objetivo de que el turista se quede en nuestra Comunidad a disfrutar de la Semana Santa y su oferta, en los siguientes medios: Cadena Ser, Onda Cero, Cadena COPE, Punto Radio, ABC Castilla y León, *El Norte de Castilla*, *Gente Castilla y León*, *El Mundo Castilla y León*, Revista dominical *Osaca*, *El Diario de Ávila*, *El Diario de Burgos*, *El Mundo El Correo de Burgos*, *El Diario de León*, *El Diario Palentino*, *El Adelanto de Salamanca*, *La Gaceta de Salamanca*, *El Adelantado de Segovia*, *El Heraldo de Soria*, *El Mundo Diario de Soria*, *El Día de Valladolid*, *El Adelanto de Zamora* y *La Opinión El Correo de Zamora*.

Valladolid, 22 de mayo de 2012.

Fdo.: Alicia García Rodríguez  
Consejera.