



RF.º: CP/18/031

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «IGUALDAD DE GÉNERO», DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA

1. Objeto del contrato

El presente pliego de prescripciones técnicas tiene por objeto establecer y fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio de creación y diseño publicitario para la campaña de publicidad institucional “Igualdad de género”, de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de difusión comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- a) El **copy** y la **creatividad principal** para la campaña de publicidad institucional. A los efectos de este pliego, se entiende por **copy** al documento creativo que recoge la conceptualización, la idea clave, los mensajes-fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos que componen la propuesta creativa.
- b) El **diseño** y la **producción** de los contenidos gráficos y audiovisuales; la **redacción** de los contenidos editoriales; y/o la **compra, impresión y colocación** de materiales, de acuerdo a la orden de trabajo correspondiente que proporcionará el Gobierno de La Rioja.
- c) La **entrega de los artes finales** al Gobierno de La Rioja para su distribución a los soportes publicitarios elegidos para el desarrollo de la táctica publicitaria.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

3.1. Presentación

La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños”. Tras esta máxima de Naciones Unidas, queda patente que, el sexo con el que haya nacido una persona nunca debe determinar los derechos, oportunidades y responsabilidades que pueda tener a lo largo de su vida.

La igualdad de género es, por lo tanto, un principio jurídico universal, mientras que la equidad de género introduce, además, un componente ético para asegurar una igualdad real que, de alguna forma, compense la desigualdad histórica que el género femenino arrastra en cuanto a representación política o mercado laboral, entre otras.

Aunque las cuestiones de género llevan años en la agenda internacional, es un hecho que las mujeres y las niñas sufren discriminación y violencia por el simple hecho de haber nacido mujer en todo el mundo. El informe de la OCDE “Perseguir la igualdad de género: una batalla cuesta arriba” lo deja bien claro cuando asegura que ningún país en el mundo, ni siquiera aquellos más igualitarios, ha alcanzado aún la igualdad de género. Precisamente los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que deben cumplirse en 2030, establecen en su objetivo número 5 “lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas”.

El último informe del Foro Económico Mundial (FEM) presentado en 2017 asegura que la brecha existente en cuanto a igualdad de género se refiere, no se cerrará hasta dentro de –al menos– 100 años. La cifra es muy negativa porque, además, es la primera vez en los últimos 10 años se da un retroceso.

Para medir la diferencia en cuanto a igualdad de género, podemos fijarnos en cinco aspectos concretos: la participación política de las mujeres, el acceso a la educación, el acceso al mercado de trabajo, la violencia de género y, por último, la legislación existente destinada a asegurar medidas que garanticen la equidad de género.

3.2. Enfoque de comunicación

Al margen de ámbitos como el profesional, por citar uno, la igualdad de género debe comenzar a quedar patente en los círculos más cercanos de nuestra sociedad, como es el familiar o el entorno más personal de cada ciudadano.

Por ello, y sin perder de vista el objetivo de concienciar a la sociedad riojana sobre la ruptura de barreras económicas, laborales y sociales para las mujeres, esta campaña pretende sensibilizar y

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000297	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0662061		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



sobre la corresponsabilidad intrafamiliar (enfoque **paridad en el propio hogar**) para permitir una óptima conciliación familiar, laboral y personal para las mujeres riojanas.

Debe ser una campaña que, a través de un directo mensaje gráfico y redacción incite a la reflexión y llame a la acción a toda la ciudadanía para sensibilizar sobre la igualdad de género.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Promocionar la corresponsabilidad intrafamiliar y la conciliación familiar, laboral y personal de las mujeres.
- Concienciar a la sociedad riojana sobre la necesaria igualdad de género y ruptura de las barreras económicas, laborales y sociales de las mujeres.

3.4. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establecen los siguientes indicadores de impacto:

- N°. de visitas a la web www.larioja.org/igualdadgenero durante el período de actividad de la campaña publicitaria.

3.5. Públicos objetivos

Se establecen como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional a la **sociedad riojana en general**, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **312.423 personas**, de las que 154.219 son hombres y 158.205 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes. Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **66.641 personas** en La Rioja
- Familias riojanas. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000297	Plegio PT	Publicidad institucional	2018/0662061
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por **mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **154.178 personas**.

- Personas mayores de 65 años. Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por **61.436 personas** en La Rioja.

3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono y el estilo de la campaña definen la forma en la que el Gobierno quiere dirigir sus mensajes a los públicos para cumplir los objetivos establecidos. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la **homogeneidad de tono y estilo** en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Consulta las normas de tono y estilo

En el siguiente enlace puedes consultar qué normas y pautas tenemos para construir el tono y estilo

www.larioja.org/identidadpublicitaria/general

3.7. Emisor de la campaña

Esta campaña se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste será el emisor.

3.8. Lenguaje

El objetivo principal de la campaña publicitaria pretende y promueve la concienciación social sobre la necesaria igualdad de género, a la par que se sensibiliza sobre la corresponsabilidad intrafamiliar y la conciliación familiar, laboral y personal de las mujeres.

Por este motivo, se solicita incorporar un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios que inciten a la acción y conciencien a la ciudadanía sobre la importancia de adquirir esta conciencia social.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0662061
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Director de Gabinete			
2	Consejera			
3				



Este tono de persuasión deberá dirigirse al ciudadano y respetará también las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

La persuasión con la que se construya el mensaje deberá cumplir con los principios de comunicación establecidos en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que se actúa.

3.9. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, es **social**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario social** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

Descargas útiles

Puedes consultar las normas gráficas y descargar las plantillas del programa en esta web:

www.larioja.org/programasocial

4. Contenido de los servicios

4.1. Normativa aplicable

Se Este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 20 de la ley 34/1988, de 11 noviembre, General de Publicidad, así como en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

Así el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor del anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

Por su parte la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el artículo 5 que las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional "Igualdad de género" de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

4.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (40x60 cm) con la idea central de la campaña.

Deberá acogerse al manual de identidad del Gobierno de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja.
- Enlace a la página web www.larioja.org/igualdadgenero
- Hashtag propuesto para la acción propuesta para Instagram.
- En el caso de que las propuestas contengan fotografías, podrán ser presentadas con fotografías de banco de imágenes, para las creatividades finales tendrá que realizarse una o varias sesiones fotográficas, tal y como se haya planteado en la propuesta inicial.

- b) **Materiales para los soportes para el plan de medios.** La Consejería de Presidencia requiere también de adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria:

- Diseño y maquetación de creatividades para **prensa regional**:
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 8 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- Redacción, locución y producción de **cuña** radiofónica:
 - Se especificará su duración (en torno a 20”) una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales (HTML5):
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 6 adaptaciones, con sus respectivas versiones para formatos móviles) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Diseño y maquetación de **piezas gráficas para plataformas de publicidad en internet**:
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 20 adaptaciones, que podrán ser animadas) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Diseño y maquetación de un cartel para **mupi** (se podrían realizar varias versiones, en función de la idea desarrollada para la campaña):
 - Tamaño: 120x175 cm.
- c) **Audiovisual**. Redacción de guión, producción, edición y postproducción de un audiovisual divulgativo sobre la igualdad de género en el hogar:
- Tendría una duración aproximada de 1 minuto, voz en off y subtítulos.
 - Podría combinar la imagen real con la ilustración o la infografía.
 - Se realizará una versión adaptadas para las redes sociales de Youtube (1920x1080 p. / 25 fps) Facebook y Twitter (1280x720 p. / 25 fps).
- d) Diseño y maquetación de un **calendario para el reparto de tareas domésticas** que se podrá descargar vía web.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				


e) Otros materiales gráficos para web y redes sociales:

- Diseño y maquetación de un **banner** para la cabecera de la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web (964x107 px). Consultar especificaciones de diseño en publicidad@larioja.org.
- Diseño y maquetación de **4 piezas gráficas animadas (motion graphics)** para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Instagram (1080x1080 px), Facebook (1200x628 px) y Twitter (1200x481 px).
- Recursos gráficos y fotográficos de los diferentes elementos producidos por la empresa, para acompañar un artículo de “caso de éxito” en la web de publicidad institucional. (1200x628 px). [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **8.500€ (IVA incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **1410.1812.227.13** de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

La oferta económica deberá presentarse de acuerdo a los siguientes criterios:

- La oferta económica deberá **desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos** en la oferta técnica. En referencia a los materiales para los soportes para el plan de medios (ver apdo. 4.3.b), se deberá **detallar el precio por adaptación** (por ejemplo, por pieza para prensa regional, por banner, por cuña, etc.).
- Los costes indirectos para la producción –como, por ejemplo, contratación de reportajes fotográficos o de compra de derechos de imágenes de bibliotecas y librerías...–, así como las mejoras que se propongan deberán valorarse y cuantificarse **dentro de la oferta económica**.
- Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



4.5. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico gabinete.presidencia@larioja.org antes de las 9 horas del 5 de diciembre.

No se admitirán las propuestas que se presenten únicamente de forma presencial en las dependencias de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior. Aquellos interesados en entregar los materiales de forma impresa, deberán también remitirlos de forma electrónica al correo previamente citado.

4.6. Valoración de las propuestas creativas

Se valorarán los siguientes criterios para la elección de la propuesta ganadora:

- a) **Propuestas económicas**, hasta 3,5 puntos sobre 10 puntos totales. Se aplicará la siguiente fórmula para la valoración:

$$\frac{P_{\text{Brief/POV}}^1}{P_{\text{Brief}^2/\text{POEb}}^3} \times n.^\circ \text{ de puntos}$$

- b) **Propuestas técnicas**, hasta 5 puntos sobre 10 puntos totales, con arreglo a los siguientes criterios de valoración:

Baremo	Puntos
La propuesta responde a los objetivos y considera a los públicos objetivos previstos en el brief de comunicación	0,5
La propuesta considera los públicos objetivos previstos en el brief de comunicación	0,5
La propuesta es coherente con el tono y el estilo de la comunicación definido en el brief de comunicación	1
La propuesta incluye los elementos de identidad institucional y corporativa solicitados en el brief	0,5

¹ Propuesta económica a valorar. Se incluyen las mejoras y los costes indirectos de producción.

² Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

³ Propuesta económica más baja de entre las propuestas recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Baremo	Puntos
El copy creativo de la propuesta es original – <i>no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-</i> , innovador – <i>promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información; tiene un carácter transmedia o va más allá de los indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web-</i> y detallado.	1
La propuesta presentada presenta un diseño gráfico, en el que se introducen códigos, conceptos y técnicas coherentes a los objetivos, la idea general y al copy creativo.	1
La idea general de la propuesta presenta continuidad y coherencia en todos los elementos, aplicaciones, soportes y contenidos que acompañan la propuesta.	0,5

- c) **Criterios de Responsabilidad Social Corporativa**, hasta 0,75 puntos, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios RSC	Puntos
La empresa acredita personal con capacidades diferentes en su plantilla	0,25
La empresa acredita imprimir con certificados de responsabilidad medioambiental	0,125
La propuesta promueve un enfoque de igualdad en la sociedad riojana	0,25
La propuesta incluye criterios de accesibilidad en los elementos de campaña propuestos	0,125

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000297	Plego PT	Publicidad institucional	2018/0662061		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- d) **Mejoras al presente brief de comunicación**, hasta 0,75 puntos, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios sobre las mejoras	Puntos
Contenidos audiovisuales e interactivos	0,25
Mejoras en la táctica publicitaria	0,25
Mejoras en herramientas y contenidos de la campaña	0,25

- e) Quedarán **excluidas** aquellas propuestas que no **desglosen los importes de cada uno de los servicios** solicitados en la oferta técnica; así como aquellas propuestas que **no respeten las normas gráficas recogidas en el programa de identidad corporativa para la publicidad institucional**.
- f) El grupo de valoración de propuestas se reserva el derecho a anular el **proceso de selección** si ninguna de las propuestas recibidas tuviera calidad técnica y comunicativa mínima y suficiente.

4.7. Grupo de valoración de propuestas

Para la valoración y selección de las propuestas remitidas, se constituye un grupo de valoración formado por las siguientes personas:

- La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- Una persona seleccionada por la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Un representante de una agencia de Comunicación de Acrear que no concurra en el proceso creativo.
- Un funcionario de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



4.8. Contenido de las propuestas

El contenido mínimo a presentar por las agencias contendrá los siguientes elementos:

- **Copy creativo** de la propuesta y lema de la campaña publicitaria.
- **Creatividad principal:** formato vertical.
- **Texto de la cuña radiofónica.**
- **Storyboard** sencillo del audiovisual principal.
- **Propuesta económica.**

4.9. Cesión de materiales

Al desarrollar y entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

- a) **Entrega y cesión de materiales técnicos.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña.

Deberán facilitarse antes del 14 de diciembre.

5. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

Persona de contacto

Alejandro Toraño Collera, responsable de Publicidad Institucional

Teléfono de contacto

941 294 064

Email de contacto

gabinete.presidencia@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000297	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0662061
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			