



RF.º: CP/19/001

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «DÍA DE LA RIOJA», DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR**

**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 planificación, compra de espacios y postevaluación** de la campaña de publicidad institucional “Día de La Rioja”, de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

**2. Definición y descripción del contrato**

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

- a) La **elaboración de una táctica de medios** para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.
- b) La **contratación de los espacios publicitarios** propuestos por la empresa en la oferta técnica presentada al presente pliego de prescripciones. Esta contratación comprende también la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los soportes propuestos.
- d) La **postevaluación de la táctica publicitaria** propuesta en la oferta presentada al presente pliego de prescripciones técnicas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



### 3. Descripción de la campaña de publicidad

#### 3.1. Presentación

El 9 de junio, la Comunidad Autónoma de La Rioja celebra el Día de La Rioja, una festividad con la que se conmemora la firma, por parte del rey Juan Carlos I, del Estatuto de Autonomía de La Rioja en el año 1982, en la que se constituye La Rioja como comunidad autónoma uniprovincial.

Esta festividad autonómica –cuyo acto institucional conmemorativo se celebra en San Millán de la Cogolla– se presenta como una exaltación de nuestra capacidad de autogobierno, de la organización territorial e institucional de La Rioja como comunidad, de las señas de identidad riojanas y de nuestro acervo cultural.

Con motivo de este día, el Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, llevará a cabo una campaña de publicidad institucional con la que divulgar esta efeméride, que es también signo de nuestra identidad regional, y difundir un conjunto de actividades que se organizan en torno a ella.

#### 3.2. Objetivos de comunicación

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

- Difundir el significado del Día de La Rioja entre los ciudadanos, de acuerdo a la Ley 4/1985, de 31 de mayo, reguladora de signos de la identidad riojana.
- Difundir las señas de identidad riojana y fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía.
- Informar de las diferentes actividades programadas por las instituciones regionales.

#### 3.3. 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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



- 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 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.

#### 4. Contenido de las prestaciones

De conformidad con el apartado 2, en el que se detalla la descripción de los servicios previstos en el contrato de difusión publicitaria, las prestaciones que comprende el contrato serán las siguientes:

**4.1. La elaboración de una táctica de medios,** que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.

Para la elaboración de su táctica de medios, el licitador deberá cumplir los **criterios técnicos de la estrategia de medios** del Gobierno de La Rioja. De acuerdo con dichos criterios técnicos de la estrategia de medios y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad institucional se han determinado los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				


**Tabla de sectores, soportes e inversión**
**a) Prensa escrita**

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>OJD u PJD</b>		<b>35%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD Último dato	Color La propuesta debe incluir una página completa para el día 9 de junio.	50-55% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato	Color La propuesta debe incluir una página completa para el día 9 de junio.	25-30% sobre el porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato	Color La propuesta debe incluir una página completa para el día 9 de junio o, en su defecto, en viernes previo.	10-15% sobre el porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2019/000059	Plegio PT	Publicidad institucional	2019/0075764		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					


**b) Medios radiofónicos (\*)**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio acumulado para La Rioja		<b>17%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	40-43% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	30-34% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	20-23% sobre el porcentaje del sector.
<b>Radio de corte generalista de alcance local</b>		<b>EGM</b> Último estudio acumulado para La Rioja		<b>5%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000059	Plegio PT	Publicidad institucional	2019/0075764	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	22-26% sobre el porcentaje del sector.
<b>Radio de corte temático musical de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio acumulado para La Rioja		<b>7%</b> sobre el presupuesto máximo de contratación
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	19-21% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	17-19% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	16-18% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con cuarta mayor	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera	Cuña 20"	15-16% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	audiencia	oleada 2019, acumulado L-V)		
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	13-15% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	10-11% sobre el porcentaje del sector.

(\*) La táctica propuesta en soportes radiofónicos deberá componerse sin segmentación de públicos (teniendo en cuenta el total de oyentes en La Rioja), en circuito en horario de mañana y tarde.

### c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Medios digitales</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>		<b>15%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos	La propuesta debe incluir el formato <i>brand day</i> para el día 9 de junio.	33-35% sobre el porcentaje del sector

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Diario de información general de carácter digital y autonómico con segundo mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos	<i>Marketing de contenidos y banners</i>	26-28% sobre el porcentaje del sector
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con tercer mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos	<i>Marketing de contenidos y banners</i>	18-20% sobre el porcentaje del sector
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con cuarto mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información especializada (infantil y familiar) de carácter digital y autonómico con mayor número de usuario únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		4-5% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información general de carácter digital y local con mayor número de usuarios únicos en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000059	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0075764		
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					





	Medio de información general de carácter digital y local con segundo mayor número de usuarios únicos en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información general de carácter digital y local con tercer mayor número de usuarios únicos en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector

d) **Publicidad exterior**

e) Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
<b>Publicidad exterior y medios no convencionales</b>			<b>21%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	<b>Carteles:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formato 1: 50x70 cm. (impresión de 2.000 uds. máximo).</li> <li>Formato 2: 70x100 cm. (impresión de 1.500 uds. máximo).</li> <li>Colocación en Logroño y cabeceras de comarca.</li> </ul>	Emplazamiento y unidades	8-13% sobre el porcentaje del sector

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 9 / 13</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2019/000059	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0075764
<b>Cargo</b>		<b>Firmante / Observaciones</b>	<b>Fecha/hora</b>
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



	<p><b>Tarjetón:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tarjetón de 120x220 mm a 4/4 tintas.</li> <li>Impresión de 101.600 unidades como mínimo.</li> <li>Buzoneo en domicilios de Logroño (mínimo 101.600 uds.).</li> </ul>	Unidades	11-16% sobre el porcentaje del sector
	<p><b>Programa de actividades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formato: A5 (140x210 mm). Por pliegos A4 (297x210 mm).</li> <li>Papel estucado mate entre 115 y 170 g.</li> <li>Encuadernación con grapa a caballete.</li> <li>Impresión de 2.000 unidades como mínimo (3.000 uds. máximo).</li> </ul>	Unidades	4-7% sobre el porcentaje del sector
	<p><b>Mupis:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de un máximo de 20 carteles (120x175 cm).</li> <li>Unidades Colocación en un máximo de 20 mupis de Logroño.</li> </ul>	Unidades	16-20% sobre el porcentaje del sector
	<p><b>Autobús urbano:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alquiler de espacio, producción y colocación de vinilos.</li> <li>2 autobuses como máximo).</li> <li>Logroño</li> </ul>	Unidades	4-7% sobre el porcentaje del sector

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 10</b> / 13
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	<p><b>Autobús metropolitano:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de vinilos para laterales de autobús (máximo 4 autobuses)</li> <li>Colocación de vinilos.</li> </ul>	Unidades	3-5% sobre el porcentaje del sector.
	<p><b>Vallas publicitarias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alquiler de espacio, producción y colocación de cartelería.</li> <li>Vallas de 8x3 m. en Logroño (principalmente) y cabeceras de comarca.</li> <li>Mínimo 2 semanas de duración.</li> <li>Mínimo 20 vallas publicitarias.</li> </ul>	Unidades	23-26% sobre el porcentaje del sector.
	<p><b>Cines:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proyección de un spot de 60" de duración aprox.</li> <li>Proyección en cines Moderno (Logroño) y Arcca (Calahorra).</li> <li>Mínimo 50 pases.</li> </ul>	Unidades	2-3% sobre el porcentaje del sector.
	<p><b>Cartelería digital:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proyección de un spot de 60" de duración aprox.</li> <li>Proyección en pantallas ubicadas en los locales hosteleros de Logroño (C/ Laurel).</li> <li>Mínimo 30 pantallas.</li> </ul>	Unidades	2-3% sobre el porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 11 / 13</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



#### 4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La ejecución de la táctica prevista por el licitador comprende la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los formatos o espacios publicitarios contratados.

El Gobierno de La Rioja y la empresa adjudicataria coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria. El primero entregará a la segunda el conjunto de creatividades gráficas y sonoras para la correcta ejecución y desarrollo de la actividad publicitaria.

La empresa adjudicataria asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores propios de las inserciones publicitarias sin que ello supusiera un coste adicional para el Gobierno de La Rioja.

#### 4.3. Postevaluación de la táctica publicitaria

La empresa adjudicataria presentará al término un informe de postevaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- a) Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia y GRP's, siempre que sean posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.
- b) Las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por *rating point*. Este último, en el caso de poder determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

#### 5. Obligaciones del adjudicatario

1. La empresa asumirá todas las operaciones comerciales, administrativas y mercantiles relacionadas con la contratación de espacios publicitarios, de acuerdo a la táctica publicitaria propuesta.
2. El adjudicatario negociará tácticamente condiciones añadidas, en términos cualitativos y cuantitativos, con los soportes publicitarios o adoptará aquellas negociaciones que el departamento haya alcanzado con algún soporte publicitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 12 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000059	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0075764
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



3. El adjudicatario cumplirá fielmente los criterios objetivos marcados para la distribución de la inversión publicitaria por sectores y soportes. Quedarán excluidas aquellas propuestas que no cumplan con estos criterios ni con las horquillas marcadas con los porcentajes señalados.
4. El Gobierno de La Rioja se reserva el derecho a modificar la programación y duración de la táctica publicitaria, siempre que las modificaciones no incurran en un incremento del coste para la empresa adjudicataria.
5. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
6. Una vez formalizado el contrato mediante la aceptación por el contratista de la resolución de adjudicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato, en un plazo máximo de 24 horas desde la formalización y en todo caso antes de ejecutar la campaña, la "Táctica de medios", en la que se señalen:
  - a. Los sectores y soportes publicitarios incluidos.
  - b. Los formatos publicitarios, las cantidades y el coste unitario por formato incluidos en la táctica propuesta. En el caso de que las negociaciones con los soportes condujeran a la obtención de algún descuento sobre tarifa, deberá especificarse el porcentaje de descuento obtenido y el coste unitario final, una vez aplicado citado descuento.
  - c. El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA).
  - d. La programación y la duración de la táctica publicitaria en cada uno de los sectores y soportes publicitarios propuestos. **La campaña debe enmarcarse entre el 27 de mayo y el 9 de junio** (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 13 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000059	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0075764	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				