



RF.º: CP/18/016

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «VACUNACIÓN DE LA GRIPE», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD

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 “Vacunación de la gripe”, de la Consejería de Salud.

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.

3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

3.1. Presentación

La gripe es una enfermedad infecciosa aguda de las vías respiratorias causada por un virus. Entre sus características más importantes está su elevada capacidad de transmisión de una persona a otra. Se presenta generalmente en invierno y de una forma epidémica, es decir, que cada año nos

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00860-2018/087252	Pliego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029		
Cargo		Firmante /Observaciones	Fecha/hora		
1 Consejera					
2					



enfrentamos a una temporada en la que puede producirse una gran actividad y circulación del virus de la gripe (predominantemente en los meses de noviembre a marzo).

La gripe es un importante problema de salud, tanto por la mortalidad que puede provocar directa o indirectamente, como por las complicaciones que puede ocasionar y los costes económicos y sociales que origina. La proporción de población afectada durante las epidemias anuales oscila entre el 5 y 15% en poblaciones grandes y es superior al 50% en grupos de población cerrados, como internados escolares o residencias de ancianos.

La medida más efectiva para reducir el impacto de la gripe es la vacunación. Cada año, previo al comienzo de la actividad gripal se lleva a cabo la campaña de vacunación dirigida a población con mayor riesgo de complicaciones. En La Rioja, desde el año 1990, se realizan campañas anuales de vacunación frente a la gripe.

Hay que vacunarse cada año de la gripe. Los anticuerpos producidos en respuesta a la vacunación antigripal van disminuyendo con el tiempo y pueden no ser suficientes para garantizar la adecuada protección al año siguiente de la vacunación. Además, el proceso evolutivo normal del virus de la gripe incluye una serie de variaciones antigénicas menores que suponen una diferencia en un pequeño número de aminoácidos en las proteínas hemaglutinina y neuraminidasa. La consecuencia de estas pequeñas variaciones es que la vacuna antigripal debe ser modificada anualmente adaptándola a las cepas que se estima circularán en cada temporada.

La fecha de comienzo de la campaña de vacunación viene determinada por la época en que habitualmente comienza a circular el virus, es decir en los meses de octubre-noviembre en el hemisferio norte y en el hemisferio sur en marzo-abril. La campaña de vacunación se iniciará a finales del mes de octubre y se mantendrá hasta el mes de diciembre.

3.2. Enfoque de comunicación

Mediante esta campaña publicitaria no solo se pretende reducir impacto de la gripe en la región a través de la vacunación de la población de mayor riesgo de contagio, sino también de los profesionales del sector sanitario, que se encuentran en contacto con este grupo de personas.

Para llevarla a cabo, se buscará un tono evocador para concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe. Por ello, las propuestas creativas deben contener un alto valor de originalidad, creatividad e interactividad con los públicos objetivos, auténticos protagonistas de la campaña de vacunación.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejera			
2			



3.3. Objetivos de comunicación

Los objetivos van dirigidos fundamentalmente a proteger a las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe, a las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones; y a aquellas que, por su ocupación, proporcionan servicios esenciales en la comunidad.

Objetivos generales de comunicación:

- Reducir el impacto de la gripe en la región a través de la vacunación de la población con un mayor riesgo de contagio.
- Reducir la mortalidad y morbilidad asociada a la gripe en nuestra comunidad autónoma.

Objetivos específicos de comunicación:

- Obtener una cobertura superior al 65% en la población de 65 y más años.
- Obtener una cobertura superior al 40% en la población de 60-64 años.
- Alcanzar una cobertura vacunal de al menos el 90% en personas mayores de 60 años que están institucionalizadas.
- Alcanzar una cobertura superior al 40% en trabajadores sanitarios y docentes.
- Aumentar la cobertura vacunal en personas menores de 60 años que sufran alguna enfermedad crónica, respecto a la campaña de vacunación antigripal de 2017.

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:

- Nº. de personas vacunadas en la campaña de 2018 con respecto a la de 2017.
- Nº. de visitas a la web www.riojasalud/vacunaciongripe durante el período que dure la campaña.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



3.5. Públicos objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

- **Público objetivo primario:**
 - 1- **Personas de edad igual o superior a 60 años de edad.** En este rango de edad figuran 81.463 personas en nuestra comunidad autónoma, según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja.
- **Públicos objetivos secundarios:**
 1. **Personas menores de 60 años que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe** (personas con enfermedades crónicas cardiovasculares o pulmonares, mujeres embarazadas, etc.).
 2. **Personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones** (trabajadores de los centros, servicios y establecimientos sanitarios; personas que por su ocupación trabajan en instituciones geriátricas o en centros de atención de enfermos crónicos; personas que proporcionen cuidados domiciliarios a pacientes de alto riesgo o mayores; etc.).
 3. **Otros grupos en los que se recomienda la vacunación** (personas que trabajan en servicios públicos esenciales, como la Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado; docentes; personas que trabajan en los servicios de emergencias sanitarias; etc.).

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

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
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejera			
2			



3.7. Emisor de la campaña

Entendemos que esta campaña de sensibilización ciudadana en materia de la vacunación contra la gripe se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste debe ser el emisor. Se acompañará en convivencia la identidad extendida de Rioja Salud.

3.8. Lenguaje

Cuando las campañas publicitarias pretendan estimular la concienciación y la participación de la ciudadanía en **asuntos** de interés –programa publicitario social-, se prevé de forma excepcional, el **uso del tono y estilo persuasivo** como, por ejemplo, sucede en el objeto de esta campaña publicitaria sobre la vacunación antigripal.

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 interviene o 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

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejera			
2			



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.

4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria y el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “Vacunación de la gripe” de la Consejería de Salud.

4.3. Oferta técnica

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

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de dos carteles (cada uno en dos tamaños: 40x60 cm y 50x70 cm):
- Uno dirigido al público primario (personas de edad igual o superior a los 60 años de edad).
 - Otro dirigido a los trabajadores sanitarios.

Ambos carteles deberán incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja.
- Isologo de Rioja Salud.
- Enlace a la página web riojasalud.es/vacunaciongripe
- Campaña de vacunación antigripal (finales de octubre –fecha por determinar–).
- En el caso de que la agencia presente fotografías como eje de la creatividad, aunque las propuestas podrán ser presentadas con fotos de banco de imágenes, para las creatividades finales tendrá que realizarse una sesión fotográfica en la que se cuente con modelos de diferente género y edad, así como diferentes

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	
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



ubicaciones (si fuese necesario dados los objetivos o el planteamiento gráfico de la campaña).

b) **Materiales para los soportes previstos en 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 creativities para **prensa escrita 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.
- Redacción, locución y producción de **dos cuñas** radiofónicas:
 - Se especificarán 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.
- Diseño y maquetación de **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 los **dos carteles** detallados en el apartado anterior (*a. Creatividad central*):
 - Tamaño 40x60 cm.
 - Tamaño 50x70 cm.
- Adaptación del cartel destinado al público primario para formato **mupi**:
 - Tamaño 120x175 cm.
- Realización y producción de un **spot audiovisual** para televisión local de 30 segundos. Debe contemplar criterios de accesibilidad como los subtítulos.

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	
00860-2018/087252	Pliego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



- Diseño y maquetación de un **folleto** sobre la campaña de vacunación.
 - Formato tríptico. Formato cerrado: 10x21 cm. Formato abierto: A4.

c) 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: 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 **10.500€ (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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



4.5. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico gabinete.presidencia@larioja.org antes de las 9:00 horas del 15 de octubre.

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.

Las propuestas creativas que no hayan sido seleccionadas en procesos anteriores de esta u otras instituciones o administraciones públicas no podrán concurrir en el presente proceso.

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:

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

- 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 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

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	
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



Baremo	Puntos
La propuesta incluye los elementos de identidad institucional y corporativa solicitados en el brief	0,5
El copy creativo de la propuesta es original –no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, innovador –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- 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

- 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 10
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejera			
2			



- 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 Salud.
- 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.

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 y horizontal.
- **Texto de la cuña radiofónica.**
- **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:

- 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.
Todos los materiales deberán facilitarse antes del 23 de octubre.

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	
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

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			Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/087252	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0528029
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejera			
2			