

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 16 CAMPAÑA DE VACUNACIÓN» DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y POLÍTICAS SOCIALES.**

### **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 “CP 23 16 Campaña de vacunación”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

### **2. Definición y descripción del contrato.**

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

- 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 el Gobierno de La Rioja según los porcentajes de audiencias y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad. Esta contratación 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 soportes propuestos.
- c) La postevaluación del plan de medios propuesto en el presente informe de prescripciones técnicas.

### **3. Descripción de la campaña de publicidad.**

#### **3.1. Presentación.**

Las vacunas reducen el riesgo de contraer enfermedades gracias a que refuerzan las defensas naturales del organismo y le ayudan a protegerse. Cuando una persona se vacuna, se activa su sistema inmunitario.

Desde hace años, España y La Rioja en particular, implementan con éxito campañas de vacunación que han permitido erradicar o reducir el impacto en la salud de la población de enfermedades graves, muy graves o incluso mortales. Los ejemplos más recientes son las campañas de vacunación frente al COVID-19.

La **vacunación contra la gripe** es una medida importante para proteger tanto la propia salud como la de los demás, previene la propagación de la enfermedad y contribuye a reducir la carga en los sistemas de salud, manteniendo la salud y el bienestar de la sociedad en su conjunto. Se recomienda su vacunación con carácter anual, ya que la composición de la vacuna se actualiza

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>		<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Pliego PT	Contratación electrónica		2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>			<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico				
2				

para hacer frente a las cepas más recientes del virus.

Desde la temporada 2021-2022, la vacunación frente a la gripe ha coincidido con la vacunación frente a COVID-19. El objetivo de la **vacunación frente a COVID-19** es reforzar la protección de las personas más vulnerables y del personal sanitario y sociosanitario para reducir la morbilidad por el virus SARS-CoV-2 y el impacto de esta enfermedad sobre la capacidad de la atención sanitaria y sociosanitaria. Teniendo en cuenta la situación epidemiológica actual de COVID-19, se recomienda la vacunación durante la temporada de otoño-invierno (2023-2024) a los grupos de población de riesgo. No se recomienda la vacunación de población infantil y adulta que no forme parte de la población diana.

Como **novedad en la vacuna de la gripe**, además de la vacunación en los niños que pertenecen a grupos de riesgo, durante esta temporada se incorpora la vacunación sistemática para todos los niños entre 6 y 59 meses de edad. Y dentro de esta edad, para facilitar la vacunación en los niños de 24 a 59 meses esta vacuna se administrará de forma intranasal, un método menos invasivo que evitará el pinchazo.

Este año se pone el foco también en la **inmunización contra el virus respiratorio sincital (VRS)** para los bebés riojanos, recomendada en los bebés menores de 6 meses. Supone por tanto la primera campaña de inmunización para prevenir esta enfermedad grave entre los bebés y niños de riesgo.

Se hace, por tanto, imprescindible subrayar la necesidad de la vacunación como **una acción colectiva y solidaria, puesto que se protege uno mismo pero también a la sociedad en general**, especialmente a la población de más edad, perteneciente a grupos de riesgo.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- Reducir el impacto de la gripe, virus respiratorio sincital (vrs) y COVID en nuestra región
- Concienciar de la importancia de la vacunación, especialmente, entre las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe y COVID y entre las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones (personal sanitario y sociosanitario)
- Concienciar de la importancia de la vacunación frente a la gripe entre los niños de 6 a 59 para prevenir infecciones respiratorias.
- Concienciar de la importancia de la inmunización frente al virus respiratorio sincital (vrs) entre los niños menores de 6 meses para prevenir infecciones respiratorias.

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
12-7-9.02-0025/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0761290
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la prevención. Las vacunas previenen enfermedades graves.
- Difundir la importancia de la reducción de la propagación de la propia enfermedad, ya que alivia la presión asistencial y favorece la inmunidad colectiva, aspectos beneficiosos para toda la sociedad.

### 3.3. Públicos objetivos

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

#### Público objetivo primario:

- Personas de edad igual o superior a 60 años de edad. En este rango de edad figuran 91.272 personas en nuestra comunidad autónoma, según datos del Instituto de Estadística de La Rioja (a 1 julio de 2022). (Gripe y COVID)
- Novedad: niños de entre 6 a 59 meses. A los niños de entre 24 a 59 meses se les administrará vacuna intranasal, para evitar el pinchazo y aumentar las coberturas de vacunación. (Gripe)
- Novedad: a los niños menores de 6 meses se les administrará inmunización frente al virus respiratorio sincitial (VRS).

#### Públicos objetivos secundarios:

- 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.). (Gripe y COVID)
- 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.). (Gripe y COVID)

### 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.

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
12-7-9.02-0025/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0761290
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

La táctica de medios incluirá los sectores y soportes en los que se realizará la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma para la totalidad de la campaña, incluidas las dos olas en las que se desarrollará, como se detalla en los apartados siguientes. Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos detallados en la tabla de soportes, formatos e inversión que incluye el presente informe. Estos criterios han sido elaborados según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja, atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña.

#### TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN.

##### a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022	Especificaciones sobre formato	30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	69-72% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	25-28% del porcentaje del sector.

##### b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de		22% de la inversión publicitaria prevista

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	
12-7-9.02-0025/2023	Piiego PT	Contratación electrónica		2023/0761290	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico				
2					

		comunicación de La Rioja 2022		
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	41-44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	34-37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	16-19% del porcentaje del sector.
<b>Radio temática de alcance autonómico</b>		<b>Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022</b>		<b>10% de inversión publicitaria prevista</b>
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	21-24% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	20-23% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	13-16% del 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 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>		<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Pliego PT	Contratación electrónica		2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>			<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico				
2				

	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	10-13% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	9-12% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	9-12% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022 y OJD Interactiva*		27% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	45-48% del 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.			Pág. 6 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	31% - 34% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	9% - 12% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	3% - 6% del porcentaje del sector.
<b>Diaros digitales temáticos regionales</b>		<b>Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022</b>		<b>1% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Medio digital temático regional de temática infantil	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán	97-100%

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 7 / 12</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

			ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
--	--	--	---	--

\*Media entre la audiencia media acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses hasta julio 2023 y los datos de audiencias frecuentes del Estudio de Audiencias de Medios de Comunicación de La Rioja 2022.

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		2% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	55-58% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	38-42% del porcentaje del sector

\*Media entre la audiencia media acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses hasta julio 2023

#### d) Publicaciones en RRSS de medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Publicaciones en RRSS de los medios digitales		Tasa de alcance		3% de la inversión

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Piiego PT	Contratación electrónica	2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			



regionales de información general y temática		por publicación		publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	40% - 43% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	34% - 37% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram		post	9% - 12% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática de ocio y cultura con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram.		post	5% - 8% del porcentaje del sector

e) **Publicidad Exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			5% sobre la inversión publicitaria prevista

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
12-7-9.02-0025/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica		2023/0761290
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

	<p>Carteles 40x60:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de un mínimo de 575 carteles a 4 tintas en papel couché brillo 125g.</li> <li>• Distribución y colocación en centros de salud de Logroño y cabeceras de comarcas.</li> </ul>	Unidades	40-44% sobre el porcentaje del sector
	<p>Autobús metropolitano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de vinilos para laterales de 2 autobús</li> <li>• Colocación y retirada de vinilos</li> </ul>	Unidades	52-56% sobre el porcentaje del sector

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

La ejecución de la táctica prevista por la empresa 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.

Al término de la prestación del servicio, la empresa deberá aportar los justificantes de la actividad publicitaria y órdenes que le han sido emitidas por la compra de espacios en soportes publicitarios.

El Gobierno de La Rioja y la empresa coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria y posibles cambios. 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 asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores, si fueran propios, de las inserciones publicitarias sin que ello supusiera un coste adicional para el Gobierno de La Rioja.

#### 4.3. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

La empresa presentará, en el plazo de 15 días naturales desde el término de cada ola, un informe de post-evaluación de la

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 10 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- A) Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sea 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 ranting 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. La empresa cumplirá con el plan de medios especificado. En caso que hubiera algún contratiempo, la empresa lo consultará previamente con esta oficina.
- 3. 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.
- 4. La empresa deberá abonar el importe debido a los medios de comunicación contratados, en un plazo máximo de 5 días hábiles, a partir del día de pago de la correspondiente factura por parte de la Administración; pudiéndose requerir por aquélla, justificante del pago realizado en cualquier momento tras la finalización del plazo indicado. La empresa deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
- 5. La empresa presentará, en el plazo máximo de 24 horas desde la formalización del contrato, 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. Esta información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0025/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0761290
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

6. La campaña tendrá una duración de 15 días, distribuidos en dos olas. La primera ola se iniciará preferiblemente a partir del 15-20 de octubre de 2023, y la segunda a finales de noviembre o principios de diciembre, en función de la evolución del virus y de la campaña de vacunación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0025/2023	Piiego PT	Contratación electrónica	2023/0761290	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico				
2				