



## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 21 MUJER Y DEPORTE» DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO, DEPORTE Y JUVENTUD

### 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 21 mujer y deporte”, de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

### 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 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 y entrega 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.

La igualdad entre hombres y mujeres, más allá de quedar reconocida como un derecho fundamental, es al mismo tiempo un desafío constante para la sociedad y para todas las administraciones; como políticas transversales que son, la Igualdad y la Accesibilidad deben estar presentes en todas las áreas de gobierno, y el Deporte sin duda es una importante de ellas.

Es tarea de las administraciones combatir la asimetría de género que todavía está latente en este ámbito y por ello desde el Gobierno de La Rioja se ha realizado en los últimos años una intensa acción en el ámbito del deporte y mujer, basada en los ejes claves de la iniciación a la práctica deportiva, la formación en igualdad, la visualización y la comunicación, los programas de ayudas e incentivos, la colaboración con las entidades deportivas, y la eliminación de estereotipos.

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
12-7-9.02-0033/2023	Pliego PT	Contratación electrónica		2023/0938543
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				



La Conferencia Sectorial de Deporte, en su reunión de 5 de julio de 2022, adoptó el acuerdo por el que se autorizaba la distribución territorial y los criterios de reparto de los créditos gestionados por Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía con cargo al presupuesto del Consejo Superior de Deportes en el marco del componente 26 «Fomento del Sector Deporte», para la «Promoción de la Igualdad en el Deporte», en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

Dentro del Plan Social del Deporte, la promoción de la igualdad en el deporte está especialmente dirigida a la reducción de la desigualdad, en una clara acción directa por la igualdad de género en este ámbito, oportunidades, cohesión social y mejoras laborales en el sector con vocación de permanencia, vinculada al deporte base, captación del talento y a la protección e integración de los jóvenes.

El objetivo de esta acción está dirigido a promover la participación de las mujeres en el deporte profesional mediante acciones para aumentar su presencia y visibilidad, acciones de formación y para permitir la profesionalización del deporte femenino.

Dentro del Eje de Igualdad de Género previsto en el Plan Social del Deporte se enmarcan los objetivos de ruptura de brecha de género en tipología de deportes practicado, diversificación de la práctica deportiva y participación de las mujeres en la formación y el arbitraje; mayor visibilidad de la práctica de deporte y competición femeninos a nivel de deporte base.

Se proyectan diversas acciones para aumentar la presencia y visibilidad de las mujeres en el ámbito deportivo, y se perfilan tres áreas básicas de actuación pública en cada uno de los ejes: promoción, formación y sensibilización.

En este caso, las actuaciones previstas tienen por objeto aumentar la presencia y visibilidad de las mujeres en el ámbito deportivo, dentro del eje de la sensibilización, y en concreto, en Campañas para visibilidad y atracción de juezas, árbitras y entrenadoras.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de la campaña son:

- Atracción de juezas, arbitras y entrenadoras, visibilizando su trabajo en el ámbito del deporte.
- Fomentar el acceso de la mujer al deporte en condiciones de igualdad y visibilizar su participación en todos los ámbitos del deporte desde edades tempranas.
- Poner de relieve el deporte femenino y sus éxitos, y poner rostros a esos éxitos para que sirvan como referentes a las generaciones más jóvenes.
- Divulgar los fondos MRR (Mecanismo de Recuperación y Resiliencia) y las ayudas e incentivos habilitados para lograr dichos objetivos.

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
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0033/2023	Piiego PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			



- Esta campaña tendrá una difusión con carácter general en las federaciones riojanas y en los centros educativos no universitarios de la Comunidad Autónoma de La Rioja. No se tendrán en consideración los centros de educación infantil. Con esta difusión se cumplen los objetivos determinados en la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Presidencia del Consejo Superior de Deportes, que se establecían en al menos un 50 % de las federaciones y/o difusión en al menos 7 % del total de centros educativos no universitarios de cada CC.AA.

### 3.3. Públicos objetivos

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

**Público objetivo primario:** niños, niñas y jóvenes de entre 5 y 25 años y sus familias. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo (de 5 a 25 años) en 67.125 personas, de las que 34.522 son hombres y 32.603 son mujeres.

**Público objetivo secundario:** toda 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 316.806 personas, de las que 155.882 son hombres y 160.924 son mujeres.

\* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 julio de 2022

### 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,** supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional.

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. 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.

El licitador que resulte adjudicatario del expediente adquiere la obligación de destinar un importe mínimo de inversión en táctica publicitaria de: **37.565,74€**, IVA excluido.

### TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN.

#### a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones	Porcentaje
--------	---------	--------	------------------	------------

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	
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica		2023/0938543	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico				
2					



			sobre formato	
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022</b>	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>20% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Publicidad ubicada en las páginas dedicadas a información regional o local y en la sección de deporte	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	Publicidad ubicada en las páginas dedicadas a información regional o local y en la sección de deporte	25-28% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja</b>		<b>19% de la inversión publicitaria prevista</b>

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	
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica		2023/0938543	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico				
2					

		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  Al menos el 30%, Branded content	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  Al menos el 30%, Branded content	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  Al menos el 30%, Branded content	16-19% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		<b>Estudio de audiencias de medios de comunicación</b>		<b>18% de la inversión publicitaria prevista</b>

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	
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica		2023/0938543	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico				
2					



		<b>de La Rioja 2022 y OJD Interactiva*</b>		
	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	<p>Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla</p> <p>Al menos el 30%, Branded content</p>	46-49% del porcentaje del sector.
	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	<p>Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla</p> <p>Al menos, el 30% Branded content</p>	32% - 35% 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	<p>Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán</p>	8% - 11% del porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 6 / 12</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

			ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
			Al menos el 30%, Branded content	
	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	Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	3% -5% del porcentaje del sector.
			Al menos el 30%, Branded content	
<b>Diarios digitales temáticos regionales</b>	<b>Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022</b>			<b>0,5% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Medio digital temático regional de temática infantil	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	97-100%
			Al menos el	

<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>
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			



			30%, Branded content	
--	--	--	----------------------	--

\*Media calculada a partir de los datos de audiencias frecuentes del Estudio de Audiencias de Medios de Comunicación de La Rioja 2022 y de la media de los navegadores únicos acumulados de los últimos seis meses (abril – septiembre 2023) según OJD Interactiva

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		0,5% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla  Al menos 30%, Branded content	55-58% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Publicidad: Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla  Al menos 30% branded content	38-42% del porcentaje del sector

\*Media entre la audiencia acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses (abril- septiembre 2023)

<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>
12-7-9.02-0033/2023	Piego PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			





d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			42% sobre la inversión publicitaria prevista
	<p><b>Mupis:</b></p> <p>Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 15 días.</p> <p>Producción y colocación</p>	<p>Unidades. Ubicación en torno a Centros Educativos o Federaciones Deportivas y Centros Deportivos</p>	10-13% sobre el porcentaje del sector
	<p><b>Scroller digital:</b></p> <p>Unidades de colocación en un mínimo de 5 scroller en Logroño durante 15 días.</p> <p>Producción y colocación</p>	<p>Unidades. Ubicación cercana a Centros Educativos o Federaciones Deportivas y Centros Deportivos</p>	6-9%
	<p><b>Carteles y folletos informativos:</b></p> <p><b>Folletos/Trípticos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de 12.000 folletos: tamaño abierto A4 - cerrado 21 x 10 cm, en papel couche de 150 gr a 4+4 tintas.</li> <li>Entrega con justificante/con acuse de recibo a las Federaciones</li> </ul>		75-78% 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.			Pág. 9 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			



	<p>Deportivas Riojanas y centros educativos no universitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega en centros deportivos de La Rioja y ayuntamientos riojanos.</li> </ul> <p><b>Carteles:</b></p> <p><b>Formato A3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de un mínimo de 425 carteles a 4+0 tintas en papel couche brillo 150 gr.</li> <li>Entrega con justificante/ acuse de recibo a las Federaciones Deportivas Riojanas y centros educativos no universitarios.</li> <li>Entrega en centros deportivos de La Rioja y ayuntamientos riojanos.</li> </ul> <p><b>Formato 50 X 70:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de un mínimo de 200 carteles a 4+0 tintas en papel couche brillo 150 gr</li> <li>Entrega con justificante/ acuse de recibo a las Federaciones Deportivas Riojanas y centros educativos no universitarios.</li> <li>Entrega en centros deportivos de La Rioja y ayuntamientos riojanos.</li> </ul> <p><b>Rollap:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión y producción de un mínimo de 40 rollap. Formato abierto 100x 200 cm. Estructura: roll up plata. Soporte: polipropireno trasera blanca. Impresión a 1 cara. Color CMYK.</li> <li>Entrega con justificante/ acuse de recibo en las Federaciones Riojanas de Deporte y en la</li> </ul>		
--	---	--	--

<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>
12-7-9.02-0033/2023	Plegio PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			



	<p>Dirección General de Deporte de La Rioja.</p> <p><b>Golf banner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión y producción de un mínimo de 40 golf banner de 200cmX100cm.</li> <li>• Entrega con justificante/ acuse de recibo en las Federaciones Riojanas de Deporte y en la Dirección General de Deporte de La Rioja.</li> </ul>		
--	--	--	--

#### 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, así como los justificantes de entrega de materiales a las federaciones de deporte y centros educativos no universitarios

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 un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria dentro del plazo comprendido entre el término de la campaña hasta el hasta el 31 de diciembre de 2023. Este informe contendrá:

- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 11 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>		<b>Nº Documento</b>	
12-7-9.02-0033/2023	Plegio PT	Contratación electrónica		2023/0938543	
<b>Cargo</b>		<b>Firmante /Observaciones</b>			<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico					
2					



- 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.
- Indicar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los criterios de adjudicación.
- Mención de la difusión exigida en los fondos MRR.

## 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 contratamiento, 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.
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.
6. La campaña tendrá una duración de 15 días, que se llevará a cabo preferiblemente entre el 8 y el 22 de diciembre, ambos inclusive.

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
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0033/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0938543
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			