



## INFORME PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 07 DÍA DE LA MUJER», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y POLÍTICAS SOCIALES.

El presente informe se emite en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 28 y 118.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014; en adelante, LCSP.

Asimismo, a efectos del art. 80 de la Orden APH/2/2019, de 4 de febrero, de la Consejería de Administración Pública y Hacienda, por la que se regulan los extremos a comprobar en la fiscalización e intervención previa de requisitos básicos, sirva el presente informe para justificar que con este contrato no se está alterando el objeto del contrato para evitar la aplicación de las reglas generales de contratación, de acuerdo a lo establecido en el apartado segundo del citado artículo 118 de la LCSP.

### 1. NECESIDADES A SATISFACER Y OBJETO DEL CONTRATO.

El informe emitido por la Oficina del Presidente de 4 de febrero de 2025 considera la necesidad de tramitar el contrato menor de creación de la campaña de publicidad institucional “CP 25 07 Día de la Mujer” de la Consejería de Salud y Políticas Sociales. Dicha campaña se encuentra incluida en el Plan de Publicidad Institucional 2025 aprobado mediante Acuerdo de Consejo de Gobierno de fecha 8 de enero de 2025.

#### 1.1 Objetivo de la campaña de publicidad.

El Día Internacional de la Mujer, antes denominado Día Internacional de la Mujer Trabajadora, conmemora cada 8 de marzo la lucha de las mujeres por su participación en la sociedad y su desarrollo íntegro como persona, en pie de igualdad con el hombre. Esta fecha se utiliza para visualizar la desigualdad de género y para reivindicar la lucha por la igualdad efectiva de derechos para las mujeres en varios ámbitos. Suele celebrarse en casi todas las partes del mundo y algunas corrientes feministas argumentan que no es un día que deba celebrarse o ser festivo debido al origen del mismo, sino que debe servir para la reivindicación de derechos.

En esta ocasión, la campaña se centra en las **mujeres mayores** que constituyen una proporción muy significativa de la población mundial. Sin embargo, la relación entre la discriminación de género y la discriminación por edad hace que sean un grupo de población muy invisibilizado. Por ello, es nuestra responsabilidad social prestar una especial atención a estas mujeres que se enfrentan a diario a varias formas de discriminación estructural e interseccional por ser mujeres y por tener una edad avanzada. Necesitamos favorecer su presencia a través de la participación de las mujeres mayores, escuchar sus voces y crear medidas y herramientas específicas dirigidas a garantizar sus derechos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

y su dignidad y, por supuesto, darles el protagonismo que se merecen en los avances en derechos y libertades de los que hoy disfrutamos muchas mujeres.

En España el número de mujeres de 65 años o más es de 5.0145.965 frente a los 3.917.528 varones. Las personas mayores en nuestro país superan los 9 millones, por tanto, más del 56% de las personas mayores son mujeres. (Fuente: Estadística del Padrón Continuo. Datos definitivos a 1 de enero de 2022 INE).

Por ello, esta campaña busca saldar parte de la deuda que todas las mujeres y niñas de hoy tenemos con las mujeres que nos han precedido. Su trabajo constante, callado, perseverante y su resiliencia han sido imprescindibles para lograr el reconocimiento y lugar que pertenece a la mujer por derecho y que, en muchas ocasiones, se ha omitido y borrado de la historia, la sociedad, la ciencia, la cultura, o cualquier otro ámbito público.

Son nuestras mujeres, nuestras referentes: bisabuelas, abuelas, madres, tías y un largo etcétera, a las que hasta el siglo pasado (hace 50 años) prácticamente se les ha negado la autonomía y cuyas contribuciones en muchos casos han sido despreciadas o minusvaloradas, a las que debemos agradecer su gran labor, la mayor de todas, pues desde su anonimato callado han logrado socavar las murallas de los dictados del machismo hegemónico, impulsando el valor y talento de las niñas, mujeres de hoy, y haciendo cómplices en este camino a muchos de los niños, hombres del presente.

En cuántas ocasiones las mujeres contemporáneas hemos escuchado frases: “Tú estudia”, “sé libre”, “gana tu propio dinero, no dependas de nadie”, “haz lo que yo no pude”, “disfruta todo lo que puedas”, etc. En estas frases, que muchas escuchamos a nuestras madres o abuelas, había mucho más mensaje y fuerza de la del simple ánimo o aliento, había un anhelo que las mujeres que nos precedieron querían para las suyas del futuro. Eran consignas que hablaban, de alguna manera, de sus heridas: del sacrificio, de la renuncia a lo que una era o deseaba, de la frustración por las vocaciones aplastadas, de la negación de su autonomía. Y, por último, del olvido: ni la historia con mayúsculas ni la sociedad más cotidiana parecía considerar importante lo que ellas habían vivido, hecho, pensado o trabajado.

### Objetivos de comunicación

El objetivo principal de la campaña prevista para este año es visibilizar y valorar el enorme trabajo que han hecho y aún hacen las mujeres mayores y que es justo reconocer y agradecer.

Para ello, se quiere transmitir a la ciudadanía riojana que disfrutar de una sociedad más justa y más igualitaria en derechos y oportunidades se debe en gran medida al trabajo y desempeño de nuestras madres, abuelas, tías, etc. que han colaborado desde la esfera doméstica pero también participando en la esfera pública, a través de manifestaciones y actuaciones reivindicativas, para lograr una Rioja más desarrollada, más equitativa y democrática en la que las mujeres son parte activa y protagonista en sus avances hacia la implantación de la igualdad como una realidad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

Se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Visibilizar a nuestras mujeres mayores como referentes del cambio social y motor de los avances en derechos e igualdad de oportunidades de las mujeres.
- Agradecer el esfuerzo, empuje, trabajo, y labor educativa que las mujeres anónimas que nos han precedido han imprimido en los hombres y mujeres de la sociedad de hoy para conseguir que la convivencia sea más equilibrada, inclusiva, corresponsable, más igualitaria y plural en ideas, talento, y oportunidades.
- Fomentar el reconocimiento y respeto como referentes a las mujeres que nos han abierto el camino y que llevan décadas trabajando para que sus derechos y los de sus hijas, nietas, sobrinas, etc. se reconozcan y respeten en igualdad de condiciones y oportunidades que los de sus hijos, nietos, sobrinos, etc.

### 1.2 Públicos Objetivos

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

- **Público objetivo primario:** riojanas y riojanos en edad activa, de 16 o más años, para concienciarles de que el bienestar del que gozan se ha logrado en gran parte gracias a las mujeres mayores que nos han precedido (sus madres, abuelas, tíos, etc.) y que los derechos y oportunidades que disfrutan son producto de un trabajo conjunto en el que su implicación cotidiana desde el ámbito doméstico hasta el público ha sido fundamental en metas como la igualdad, el derecho a la educación, la participación en el desarrollo económico, en la sostenibilidad, en la profesionalidad, en la participación política, etc.
- **Públicos objetivos secundarios:** como público objetivo secundario, la campaña se dirige al resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

### 1.3 Enfoque de comunicación.

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el de sensibilización. Se trata de reconocer la aportación de nuestras mujeres mayores en el disfrute de derechos y libertades para las generaciones de mujeres presentes y futuras.

Se destaca la importancia de visibilizar a nuestras mujeres mayores como nuestros referentes y protagonistas en el cambio social, al tiempo que se reconoce la labor y las historias de esa generación de mujeres que no tuvieron más remedio que renunciar a casi todo, a las que se les negó la posibilidad de decidir y disfrutar, y a las que la sociedad marcadamente patriarcal relegó a menores de edad cuyo tutor debía ser siempre un hombre.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

Esas mismas mujeres son también las que sacaron adelante familias, las que amaron a escondidas, las que estudiaron en silencio, las que pelearon por desarrollar su talento aunque nunca tuvieran reconocimiento, las que animaron a sus hijas y formaron a sus hijos en la corresponsabilidad y la responsabilidad equitativa en la realización de las tareas del hogar y en el desarrollo de una sociedad rica en matices, ideas, talento con justicia e igualdad.

También se quiere impulsar su empoderamiento personal, social y colectivo animando a nuestras mujeres mayores a seguir participando en todas las esferas de la vida, fomentando su capacidad de trabajo, su conocimiento y experiencia como herramientas indispensables en el desarrollo y mejora de cualquier sociedad.

#### 1.4 Marco Normativo.

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

Así, el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor del anunciantre 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.

#### 1.5 Objeto del contrato.

El objeto de contrato previsto es la conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales que compondrán la campaña de publicidad “CP 25 07 Día de la Mujer”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

Dicho contrato comporta los siguientes servicios y actividades profesionales:

- El copy y la creatividad principal para la campaña de publicidad institucional, que se presentarán en un informe que incluirá brevemente la conceptualización, la idea clave, los mensajes fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos de la propuesta creativa.
- 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, en su caso, de acuerdo a la orden de trabajo correspondiente que proporcionará el Gobierno de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

- 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.

#### 1.5.1 Necesidades creativas y Propuesta:

La empresa adjudicataria se encargará de:

- a) Desarrollar la **propuesta de creatividad de la campaña**. Se requiere la propuesta creativa central de la campaña, el eslogan y el copy de campaña. Se planteará en versión vertical y horizontal para banners.

Deberá acogerse al Manual de Identidad del Gobierno de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagen del Gobierno de La Rioja y del Pacto de Estado contra la Violencia de Género.
- Estructura constructiva según el lay out publicado en el Manual de identidad gráfica del Gobierno de La Rioja para las campañas de publicidad institucional, apartado G4.
- En el caso de utilizarse alguna fotografía, se podrá recurrir a una foto de banco de imágenes únicamente para la propuesta a concurso, en caso de resultar seleccionada, la fotografía debe ser original y ajustándose a las proporciones y estética de la foto de ejemplo.
- El número de depósito legal se facilitará desde el Gobierno de La Rioja.

- b) Materiales para los soportes del plan de medios. La empresa se hará cargo de las adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria:

- Diseño y maquetación de creatividades para prensa y exterior. Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 6 adaptaciones) y sus dimensiones, una vez que esté definido el plan de medios.
- Redacción, locución y producción de 1 cuña radiofónica de 20”.
- Adaptación de creatividad para banners animados para medios digitales (GIF). Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 20 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
- Adaptación de creatividad para las piezas para Redes Sociales (mp4) (en torno a 3 adaptaciones). Estos formatos irán locutados, adaptando los mensajes de texto en audios para facilitar su acceso a las personas con discapacidad visual.
- Diseño de piezas para la web del Gobierno de La Rioja o de una landing page en html para la campaña.

Se presentará una sola propuesta por empresa; si bien esta puede estar compuesta por una o más versiones de la misma creatividad para ser alternadas en la campaña.

La propuesta presentada debe contener como mínimo:

- Desarrollo de la creatividad publicitaria con el eslogan, copy y propuesta gráfica en formato horizontal y vertical. El desarrollo conceptual no deberá sobrepasar las 3 páginas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

- Una vez adjudicado el contrato, se presentará el desarrollo, y las diferentes aplicaciones a los distintos formatos, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y sonoros que compondrán la campaña de publicidad.
- Un presupuesto total y desglosado, con el importe sin IVA del coste del desarrollo de la creatividad publicitaria y de los elementos detallados en el punto 4.3.b.y el importe correspondiente al IVA como partida independiente.
- Las mejoras que se propongan, si las hubiera, deberán valorarse y cuantificarse dentro del presupuesto.

#### 1.6 Cesión de materiales

Al 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. Se entregará el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el material fotográfico empleado para la campaña. También se cederán los diferentes archivos generados para la pieza audiovisual.

Todos los materiales entregados pasarán a ser propiedad del Gobierno de La Rioja, que podrá utilizarlos y adaptarlos si fuera necesario, para cuantas acciones deseé, sin límite de tiempo.

La empresa adjudicataria habrá de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la seguridad de datos de carácter personal según la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de derechos digitales y el reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo de 27 de abril de 2016, así como las disposiciones que, en materia de protección de datos, se encuentren en vigor a su adjudicación o que puedan estarlo durante su vigencia.

Será responsabilidad de la empresa adjudicataria el adecuado cumplimiento de la normativa aplicable y disponer de los derechos de propiedad intelectual y derechos de imagen afectados respecto de las imágenes, audio o audiovisuales preexistentes que sean necesarios para la correcta ejecución del contrato. En todo caso, la empresa adjudicataria será responsable de los daños y perjuicios que se deriven del incumplimiento de esa obligación.

## 2. COMPETENCIA

De conformidad con lo regulado en el Decreto 51/2023, de 22 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno y sus funciones en desarrollo de la Ley 3/2003, de 3 de marzo, de Organización del Sector Público de la Comunidad

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

Autónoma de La Rioja, la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno es el órgano de la Administración de la Comunidad Autónoma de La Rioja, al que corresponden, entre otras, las competencias en ejecución administrativa de la política informativa, de comunicación y publicidad institucional, identidad e imagen institucional y corporativa en base a las directrices y en coordinación con los órganos de apoyo del Presidente y gestión administrativa en asistencia al Presidente y sus órganos de apoyo. Esta competencia no está delegada conforme a la Resolución 239/2023, de 28 de julio, de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, de delegación de competencias en los órganos de la Consejería y asignación de funciones a las unidades.

### 3. TRAMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA OFERTA ADJUDICADA

Dada la necesidad anterior, cuya propuesta económica, de conformidad con el informe de la Oficina del Presidente, de fecha 4 de febrero de 2025, no deberá superar los 5.500,00 € (IVA incluido), cuantía inferior al umbral marcado por el art. 118.1 de la LCSP regulador del expediente de contratación en contrato menor, se inicia la oportuna tramitación del expediente de contratación del servicio de creación de la campaña de publicidad “CP 25 07 Día de la Mujer”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

Así, al objeto de seleccionar la propuesta más adecuada conforme a los criterios de valoración establecidos por la Dirección de Publicidad Institucional de la Oficina del Presidente, se solicitan propuestas a las empresas de diseño de La Rioja incluidas en la base de datos disponible en la Dirección de Publicidad Institucional conformada por unas 90 empresas.

Transcurrido el plazo de presentación de las mismas, de acuerdo al informe de valoración de propuestas creativas emitido por la Dirección de Publicidad de la Oficina del Presidente de fecha 19 de febrero, se reciben la siguiente propuesta:

- Estudio Lima.
- Deca Publicidad.
- Colibrí Comunicación.
- Javier Benayas.
- Torrents Creativos.
- Los vecinos del quinto.
- Calle Mayor.

Queda excluida la propuesta de SergioStudio por presentarse fuera del plazo establecido en el Informe de prescripciones técnicas, de fecha 4 de febrero.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Consejero			
2				

Las valoraciones de dichas propuestas se realizarán teniendo en cuenta los criterios de adjudicación siguientes:

1. Grado en que la propuesta alcanza en mayor medida los objetivos previstos incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a los objetivos de comunicación detallados en el punto 3.2 del IPT y, respecto a los elementos de identidad institucional, a lo indicado en los puntos 3.5 y 4.3 del IPT.

2. Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque de comunicación, lenguaje propuesto y públicos objetivo. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a los aspectos del enfoque de comunicación detallados en el punto 3.3, a los aspectos del lenguaje indicados en el punto 3.6 y a los públicos objetivo incluidos en el 3.4 del IPT.

3. La propuesta creativa y el slogan de campaña son originales -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares- y promueve la animación y la interacción con el usuario de forma innovadora. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a la originalidad, la promoción de la animación y la interacción con el usuario.

4. Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

Para la valoración de este criterio, se ha utilizado la siguiente fórmula proporcional:

$$\text{Puntuación} = 10 \times \frac{\text{Importe de la menor propuesta económica sin IVA.}}{\text{Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA.}}$$

Una vez valorada la propuesta presentada, se obtienen la siguiente puntuación, indicada en informe de valoración:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Consejero				
2				

		Estudio Lima	Deca PB	Colibrí Comunicación	Javier Benayas	Torrents	Los vecinos del quinto	Calle Mayor	SergioStudio*
<b>Objetivos</b>	<b>hasta 30 ptos</b>	25	23	24	26	24	26	<b>26</b>	<b>24</b>
<b>Propuesta creativa y slogan</b>	<b>hasta 30 ptos</b>	22	21	22	22	23	26	<b>27</b>	<b>24</b>
<b>Enfoque y lenguaje</b>	<b>hasta 30 ptos</b>	23	23	24	24	24	24	<b>26</b>	<b>24</b>
<b>Propuesta económica</b>	<b>hasta 10 ptos</b>	8,89	10,00	9,18	9,40	9,31	8,60	<b>8,89</b>	<b>8,69</b>
Con IVA		5.324,00 €	4.731,10 €	5.154,60 €	5.033,60 €	5.082,00 €	5.499,45 €	<b>5.324,00 €</b>	5.445,00 €
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>100</b>	<b>78,89</b>	<b>77,00</b>	<b>79,18</b>	<b>81,40</b>	<b>80,31</b>	<b>84,60</b>	<b>87,89</b>	<b>80,69</b>

\* Desde un punto de vista técnico se ha procedido a valorar la propuesta de SergioStudio, a pesar de resultar excluida tal y como establece el presente informe.

#### 4. ADJUDICACIÓN

A la vista de dicho informe de valoración de fecha 21 de noviembre, se propone la adjudicación del contrato menor en favor de **CALLE MAYOR COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD-PUBLICACIONES LOGROÑO S.L. (B26280990)** con **87,89 PUNTOS SOBRE 100**, por un importe sin IVA de 5.324,00 €; importe correspondiente al 21% de IVA es 1.118,04 €; importe total IVA incluido: **6.442,04 €**.

En virtud de lo dispuesto en el artículo 8.e) del Decreto 9/2015 de 27 de marzo, procede la acumulación en un solo acto administrativo de las fases “A”, “D” y “O” de ejecución del presupuesto, por tratarse de un contrato menor.

#### 5. ABONO DE LA PRESTACIÓN

El pago de la prestación se efectuará en un único pago, una vez finalizado y entregado en plazo y de conformidad los trabajos correspondientes.

Sólo se abonará el importe correspondiente a aquellas prestaciones de las que se acredite su efectiva realización.

Los abonos se llevarán a cabo previa presentación de la factura, por medios electrónicos, y de conformidad con lo establecido en el Decreto 27/2013, de 13 de septiembre, por el que se regula el Registro de facturas y el servicio de facturación electrónica del Gobierno de La Rioja, la cual debe estar conformada por el representante de la Administración, abonándose con cargo a la partida presupuestaria 12.12.1812.22733 del presupuesto de gasto para 2025.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero				
2				

El abono requerirá el informe previo de la Dirección de Publicidad Institucional sobre las prestaciones realizadas y el de conformidad de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno sobre el cumplimiento satisfactorio del servicio y con el abono de la factura correspondiente.

La empresa contratista presentará la factura de manera electrónica a través del Portal de facturación electrónica del Gobierno de La Rioja, indicando el Código de facturación electrónica 2, el Órgano Gestor: A17032516, la Unidad Tramitadora: A17014572 y la Oficina Contable: A17014594; si éstos fueran modificados, se dará cuenta de ello a la empresa con la suficiente antelación, pudiendo en cualquier caso los mismos ser consultados a través de la página web del Gobierno de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0166438	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				