



INFORME PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 16 SALUD MENTAL» 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 3 de septiembre de 2025 considera la necesidad de tramitar el contrato menor de creación de la campaña de publicidad institucional “CP 25 16 Salud Mental”, 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 bienestar emocional es una parte fundamental de la salud y la calidad de vida de las personas. Cuidarlo no solo mejora la forma en que pensamos, sentimos o nos relacionamos, sino que también influye directamente en nuestra salud física, en nuestra productividad y en nuestra forma de afrontar los retos del día a día.

Sin embargo, la salud emocional sigue siendo, en muchas ocasiones, un ámbito poco visibilizado o relegado frente a otras dimensiones del bienestar. En un contexto social cada vez más exigente, con ritmos acelerados, sobrecarga mental o dificultades para conciliar la vida personal y laboral, se hace necesario promover activamente una cultura del autocuidado emocional.

El autocuidado emocional implica prestar atención a nuestras emociones, identificar nuestras necesidades, establecer límites saludables y priorizar aquellas actividades que nos ayudan a mantener el equilibrio interior. Tal como propone el Decálogo de Bienestar Emocional elaborado por la Universidad de La Rioja en colaboración con el Gobierno de La Rioja, esto incluye: conocerse, regular las emociones, quererse y cuidarse, buscar actividades

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2025/000098	Informe	Publicidad institucional		2025/0887476
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Consejero	Alfonso Domínguez Simón		02/10/2025 19:08:21
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: IDOSFKGHNXLXJMYA		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	02/10/2025 19:09:07

gratificantes, conectarse con los demás, pedir ayuda cuando se necesita, vivir con sentido, afrontar los retos de forma activa, buscar equilibrio en todas las áreas de la vida y protegerse emocionalmente del entorno cuando sea necesario. Estos gestos cotidianos contribuyen de forma significativa a mejorar nuestro bienestar emocional.

Con esta perspectiva, el Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud y Políticas Sociales, impulsa esta campaña en el marco de su Estrategia de Salud Mental, que apuesta por un enfoque integral y preventivo.

En este marco, la campaña centra sus esfuerzos en reforzar esa línea estratégica, acercando a la población pautas sencillas para el cuidado emocional cotidiano y visibilizando los recursos públicos de acompañamiento disponibles, como el programa Saludablemente+, que ofrece apoyo psicológico gratuito y cercano desde los centros de salud de Atención Primaria, mediante sesiones grupales para personas con malestar emocional leve o moderado. El mensaje central es claro: cuidar tu salud emocional también es cuidarte a ti mismo.

1.2 Objetivos de comunicación

Los objetivos principales de comunicación de esta campaña son:

- Sensibilizar a la población riojana sobre la importancia de cuidar la salud emocional como parte esencial del bienestar general, normalizando el diálogo sobre las emociones y el autocuidado psicológico.
- Fomentar la adopción de hábitos sencillos de autocuidado que contribuyan al bienestar emocional en el día a día: cuidarse, buscar actividades gratificantes, conectarse con los demás, pedir ayuda cuando se necesita, afrontar los retos de forma activa...
- Dar a conocer los recursos públicos de acompañamiento emocional impulsados por el Gobierno de La Rioja, mostrando su cercanía, accesibilidad y utilidad real.

1.3 Públicos Objetivos

Se establece el siguiente público objetivo para la campaña de publicidad:

- 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 328.313 personas*, de las que 166.360 son mujeres y 161.953 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de julio de 2025.

1.4 Enfoque de comunicación.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 9	
Expediente		Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
00848-2025/000098		Informe	Publicidad institucional			2025/0887476	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1	Consejero	Alfonso Domínguez Simón			02/10/2025 19:08:21		
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	IDOSFKGHNXLXJMYA	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion	02/10/2025 19:09:07	

El enfoque de la campaña será informativo y sensibilizador. Se trata de ofrecer información clara sobre los recursos públicos disponibles, al tiempo que se sensibiliza a la población sobre la importancia de la salud mental como parte esencial del bienestar general.

La campaña debe transmitir un mensaje positivo y accesible, que refuercen la idea de que la salud mental forma parte natural de la salud. La comunicación debe contribuir a normalizar hablar de la salud mental, visibilizando que todas las personas pueden necesitar apoyo emocional en algún momento de su vida.

Los servicios públicos deben presentarse como recursos cercanos, accesibles y útiles, orientados a acompañar a la ciudadanía en el cuidado de su bienestar emocional.

1.5 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 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.

1.6 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 16 Salud Mental”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

Dicho contrato comporta los siguientes servicios y actividades profesionales:

- a) 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000098	Informe	Publicidad institucional	2025/0887476	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero	Alfonso Domínguez Simón			02/10/2025 19:08:21
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: IDOSFKGHNXLJMYA Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			02/10/2025 19:09:07

- 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, en su caso, 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.

1.6.1 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:

- Imagetipo del Gobierno de La Rioja.
 - 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 creativities 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 Redes Sociales (motions graphics, mp4) (en torno a 3 adaptaciones). Las piezas para Redes Sociales irán locutadas, adaptando los mensajes de texto en audios para facilitar su acceso a las personas con discapacidad visual.
 - Diseño de una landing page en html para la campaña o, en su defecto, adaptación de la campaña a la web del Gobierno de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000098	Informe	Publicidad institucional	2025/0887476	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero	Alfonso Domínguez Simón			02/10/2025 19:08:21
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: IDOSFKGHNXLXJMYA Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			02/10/2025 19:09:07

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.
- 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.

1.7 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 desee, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000098	Informe	Publicidad institucional	2025/0887476	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero	Alfonso Domínguez Simón			02/10/2025 19:08:21
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	IDOSFKGHNXLXJMYA	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				02/10/2025 19:09:07

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 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 14 de mayo 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 16 Salud Mental”, 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 2 de octubre de 2025, se reciben las siguientes propuestas:

- CHP Comunicación.
- Colibrí Comunicación.
- Estudio Lima.
- Los vecinos del quinto.
- Sergio.Studio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 6 / 9	
Expediente		Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
00848-2025/000098		Informe	Publicidad institucional			2025/0887476	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1		Consejero	Alfonso Domínguez Simón			02/10/2025 19:08:21	
2		SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	IDOSFKGHNXLXJMYA	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion	02/10/2025 19:09:07

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 3.6 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 3.7 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 valoradas las propuestas presentadas, se obtienen las siguientes puntuaciones, indicadas en el informe de valoración:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000098	Informe	Publicidad institucional	2025/0887476	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejero	Alfonso Domínguez Simón		02/10/2025 19:08:21	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	IDOSFKGHNXLXJMYA	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion 02/10/2025 19:09:07

		CHP	Colibrí	Estudio Lima	Los vecinos del quinto	Sergio.Studio
Objetivos	hasta 30 ptos	18	25	24	23	21
Propuesta creativa y slogan	hasta 30 ptos	20	26	20	24	25
Enfoque y lenguaje	hasta 30 ptos	21	24	23	23	21
Propuesta económica	hasta 10 ptos	9,69	10,00	9,89	9,70	9,67
Con IVA		5.432,90 €	5.263,50 €	5.324,00 €	5.426,85 €	5.445,00 €
TOTAL PUNTOS	100	68,69	85,00	76,89	79,70	76,67

4. ADJUDICACIÓN

A la vista de dicho informe de valoración de fecha 2 de octubre de 2025, se adjudica el contrato menor en favor de **COLIBRÍ COMUNICACIÓN – REBECA ORTEGA BARRASA (16595723G)** con 85,00 puntos SOBRE 100, por un importe sin IVA de 4.350,00 €; importe correspondiente al 21% de IVA es 913,50 €; importe total IVA incluido: 5.263,50 €.

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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE

en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Pág. 8 / 9

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000098	Informe	Publicidad institucional	2025/0887476
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero	Alfonso Domínguez Simón		02/10/2025 19:08:21
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	IDOSFKGHNXLXJMYA Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	02/10/2025 19:09:07

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: A17053852 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. 9 / 9	
Expediente		Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
00848-2025/000098		Informe	Publicidad institucional			2025/0887476	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1 Consejero		Alfonso Domínguez Simón			02/10/2025 19:08:21		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	IDOSFKGHNXLXJMYA	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		02/10/2025 19:09:07	