

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DE  
LOS SERVICIOS PARA EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE UNA CAMPAÑA DE  
PUBLICIDAD PARA APOYAR LA DIFUSIÓN DEL PROGRAMA KIT CONSULTING (EXPEDIENTE N.º  
00462/2024)**

**ÍNDICE**

**CAPÍTULO I. GENERAL**

**OBJETO DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN**

**1. ANTECEDENTES**

**2. OBJETO**

**3. DURACIÓN**

**CAPÍTULO II. ESPECÍFICO**

**CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS**

**4. REQUISITOS TÉCNICOS**

**4.1. Objetivos de comunicación**

**4.2. Requisitos técnicos**

**4.2.1. Creación de contenidos**

**4.2.2. Compra de espacios en los medios**

**4.2.3. Control y seguimiento**

**5. EQUIPO DE TRABAJO**

**ANEXOS**

**ANEXO I. MEDIOS**

## CAPÍTULO I. GENERAL

### OBJETO DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

#### 1. ANTECEDENTES

---

##### MARCO DEL PROGRAMA KIT CONSULTING

El Boletín Oficial del Estado publicó el 11 de mayo de 2024 la Orden TDF/436/2024, de 10 de mayo, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de ayudas a pequeñas y medianas empresas para la contratación de Servicios de Asesoramiento para la Transformación Digital en el marco de la Agenda España Digital 2026, el Plan de Digitalización de PYMEs 2021-2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España –Financiado por la Unión Europea– Next Generation EU (Programa Agentes del Cambio–Kit Consulting)- en adelante también la “Orden de Bases” o las “Bases Reguladoras”-.

El Gobierno presentó el 23 de julio de 2020, actualizada el 5 de julio de 2022, la «Agenda España Digital 2026» con 10 ejes estratégicos para impulsar el proceso de transformación digital del país, de forma alineada con la estrategia digital de la Unión Europea, de manera respetuosa con los derechos individuales y colectivos, así como con los valores del ordenamiento jurídico español, mediante la colaboración público-privada y con la participación de todos los agentes económicos y sociales del país. En desarrollo de dicha agenda, el 27 de enero de 2021 se adoptó el «Plan de Digitalización de las PYMEs 2021-2025». En dicho Plan se enmarca el programa de «Agentes del Cambio» como una de las medidas clave para la digitalización de las pymes.

Con fecha 13 de julio de 2021, el Consejo ECOFIN aprobó el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España a través de la Decisión de Ejecución del Consejo (2021/0156), que traza la hoja de ruta para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo, para la reconstrucción económica sólida, inclusiva y resiliente tras la crisis de la COVID, y para responder a los retos de la próxima década. Este Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia está estructurado en torno a las cuatro transformaciones estructurales claves de nuestro tiempo: la transición ecológica, la transformación digital, la igualdad de género y la cohesión social y territorial.

En particular, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia conforma el instrumento de despliegue de los fondos europeos de recuperación Next Generation EU y supone el impulso más relevante de la reciente historia económica española. El Plan detalla las inversiones y reformas, agrupadas en 30 componentes, para el periodo 2021-2023, movilizándolo alrededor de 70.000 millones de euros de transferencias del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, con el fin de impulsar la recuperación y lograr el máximo impacto económico y social.

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia incorpora importantes reformas e inversiones en varios de sus componentes orientadas a impulsar el emprendimiento, el crecimiento empresarial, la digitalización, la incorporación de la inteligencia artificial y la mejora de las competencias digitales, con una atención especial a las pymes.

El programa Kit Consulting (en adelante también “el Programa”) es una de las submedidas de la inversión 3 del componente 13 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (Impulso a la pyme). Este Programa tiene como objetivo apoyar a las pymes en sus procesos de transformación digital y aumentar el uso de las tecnologías digitales, beneficiando al menos a 15.000 pequeñas y medianas empresas.

El programa Kit Consulting cuenta con un presupuesto de 300 millones de euros, y está financiado a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, en consonancia con el Reglamento (UE) n.º 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

El programa consiste en una ayuda a las pequeñas y medianas empresas para la contratación de servicios de asesoramiento para su transformación digital disponibles en el mercado. Este programa se incluye en el Plan Estratégico de Subvenciones 2024-2026 del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública.

El Programa cuenta con la participación de tres tipos de agentes: (1) las empresas beneficiarias, que recibirán la ayuda para la contratación de los servicios de asesoramiento, (2) los Asesores Digitales Adheridos, que prestarán los correspondientes servicios y (3) las entidades colaboradoras que, en nombre y por cuenta del órgano concedente, colaborarán en la gestión de las ayudas.

En lo que respecta a las empresas beneficiarias, mediante Kit Consulting, las pequeñas y medianas empresas recibirán una ayuda en función de su número de empleados. La Orden de Bases establece tres segmentos de beneficiarios: (1) Segmento A, Empresas de entre 10 y menos de 50 empleados; (2) Segmento B, Empresas de entre 50 y menos de 100 empleados y (3) Segmento C, Empresas de entre 100 y menos de 250 empleados, con unos importes asociados de 12.000 euros, 18.000 euros y 24.000 euros, respectivamente.

En relación con los Asesores Digitales Adheridos, el Catálogo de Servicios de Asesoramiento del Programa, disponible a través de la plataforma Acelera PYME, ofrecerá mecanismos para tramitar las solicitudes de las entidades que quieran desempeñar el papel de Asesor Digital Adherido, pudiendo publicar en el referido Catálogo su oferta de servicios de asesoramiento, siendo así accesible para los beneficiarios.

Las ayudas consisten en disposiciones dinerarias destinadas a financiar la adopción de servicios de asesoramiento disponibles en el mercado cuyas referencias estén incluidas en el Catálogo de Servicios de Asesoramiento del Programa.

Los beneficiarios abonarán el precio del servicio de asesoramiento que contraten, dentro de los incluidos en el Catálogo de Servicios de Asesoramiento del Programa, mediante la cesión, parcial

o total, del derecho al cobro de la subvención concedida («Bono de Asesoramiento Digital») a los Asesores Digitales Adheridos.

La entidad pública empresarial Red.es, M.P., de acuerdo con el artículo 24 de las Bases Reguladoras y el artículo 3 del Estatuto de la entidad, aprobado mediante el Real Decreto 164/2002, de 8 de febrero, es el organismo público competente para la concesión de las ayudas del Programa.

Asimismo, el artículo 14 de la citada Orden TDF/436/2024, de 10 de mayo, establece que la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España (en adelante, “la Cámara de España” o la “Cámara de Comercio de España”) actuará en nombre de Red.es, como entidad colaboradora a los efectos del artículo 12 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, en el seguimiento y en la comprobación de las ayudas concedidas en el marco del Programa.

En virtud del Convenio suscrito el 12 de junio de 2024 entre Red.es y la Cámara de Comercio de España para regular las condiciones de la colaboración de ambas entidades en el Programa Kit Consulting, la Cámara de España actuará como entidad colaboradora en la comunicación y difusión de las ayudas en el marco del Programa Kit Consulting, así como en la adaptación, operación, mantenimiento y desarrollo evolutivo de la Plataforma Digital de gestión del programa y otras labores de gestión, coordinación y soporte funcional (en lo sucesivo también, “el Convenio”).

En este contexto, al amparo de lo previsto en la Orden TDF/436/2024, de 10 de mayo, la Dirección General de la Entidad Pública Empresarial Red.es, M.P., ha procedido a convocar, mediante Resolución de 10 de junio de 2024, las ayudas destinadas a la contratación de servicios de transformación digital de las pequeñas y medianas empresas de los tres segmentos mencionados anteriormente.

## **NATURALEZA DE LA CÁMARA DE ESPAÑA. DESARROLLO DE FUNCIONES COMO ENTIDAD COLABORADORA EN EL PROGRAMA KIT CONSULTING**

El artículo 20.1 de la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, configura a la Cámara de España como una corporación de derecho público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines que se configura como órgano consultivo y de colaboración con la Administración General del Estado, sin menoscabo de los intereses privados que pueda perseguir.

La Cámara de España está integrada por representantes de las Cámaras de Comercio de todas las Comunidades Autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla, las grandes empresas de mayor contribución, las organizaciones empresariales y de autónomos, los Ministerios por razón de la competencia y las Federaciones de las Cámaras Oficiales españolas en el extranjero, y es el organismo de representación, relación y coordinación de las mismas.

La Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, atribuye a la Cámara de España, entre otras funciones, la prestación de servicios a empresas, la tramitación de programas públicos de ayudas a las empresas, la colaboración en la gestión de servicios públicos relacionados con las mismas, el impulso de actuaciones dirigidas al incremento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas y la colaboración con las Administraciones Públicas en la implantación de la economía digital en las empresas.

La Cámara de España actúa como entidad colaboradora en la difusión, gestión, seguimiento y comprobación de las ayudas concedidas en el marco del Programa Kit Consulting, llevando a cabo las funciones que se desarrollan en el citado Convenio suscrito con Red.es.

De acuerdo con lo establecido en el Convenio, la Cámara de España colabora con Red.es en la comunicación y difusión del programa Kit Consulting, proponiendo y ejecutando acciones de divulgación y promoción del programa con el objetivo de hacer llegar información de interés al público objetivo de Kit Consulting

La campaña de publicidad a la que se refiere el contrato licitado se enmarca, por tanto, entre las acciones de difusión y comunicación del Programa Kit Consulting desarrolladas al amparo del citado Convenio.

## **2. OBJETO**

---

El objeto del contrato al que se refiere este documento es la prestación de servicios para la generación de contenidos y compra de espacios publicitarios para difundir el Programa Kit Consulting desarrollado por Red.es, entidad adscrita al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, en el que la Cámara de Comercio de España actúa como entidad colaboradora, tal y como establece el artículo 14 de la Orden TDF/436/2024, de 10 de mayo, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de ayudas a pequeñas y medianas empresas para la contratación de Servicios de Asesoramiento para la Transformación Digital en el marco de la Agenda España Digital 2026, el Plan de Digitalización de PYMEs 201-2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España -Financiado por la Unión Europea- Next Generation EU (Programa Agentes del Cambio-Kit Consulting).

El Programa Kit Consulting está financiado por la Unión Europea – Next Generation EU y se enmarca en el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España.

Este contrato no se divide en lotes por la necesidad de coordinar la ejecución de las diferentes prestaciones, cuestión que podría verse imposibilitada en caso de dividirse en lotes al existir una pluralidad de contratistas diferentes. Por otro lado, la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificultaría la correcta ejecución desde el punto de vista técnico.

Asimismo, cabe señalar que la creación de contenidos, estrategia, planificación y compra de medios son fases del mismo proceso que tiene por objeto conseguir la mayor eficacia de la

campana con las mejores condiciones económicas. Por ello, es necesaria una unidad de actuación para dar agilidad y coherencia en la realización de la prestación.

### **3. DURACIÓN**

---

El plazo de ejecución del contrato será desde el día siguiente de la firma del documento en que se formalice el mismo hasta el 30 de junio de 2025.

## **CAPÍTULO II. ESPECÍFICO**

### **CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS**

#### **4. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS**

---

##### **4.1. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

El objetivo principal de la presente campaña de comunicación es difundir el Programa Kit Consulting entre los potenciales beneficiarios - empresas de entre 10 y menos de 250 empleados- y facilitar el acceso a los mismos a las diferentes convocatorias de ayudas, así como favorecer o promover la formalización de Acuerdos de Prestación de Servicios de Asesoramiento y dar a conocer los resultados del Programa a través de casos de éxito, tanto por parte de los beneficiarios como de los asesores digitales .

Adicionalmente, la campaña servirá para sensibilizar a las pequeñas y medianas empresas sobre las ventajas de la digitalización de cara a la mejora de la competitividad de sus negocios y el impacto de la transformación digital en la modernización de la economía española y en el aumento del crecimiento potencial a medio plazo.

##### **PÚBLICO OBJETIVO**

Empresas de entre 10 y menos de 250 empleados.

##### **4.2. REQUISITOS TÉCNICOS**

El alcance del contrato incluye la prestación de los siguientes servicios:

## 4.2.1 CREACIÓN DE CONTENIDOS

### MEMORIA DE LA CAMPAÑA

Los licitadores deberán presentar la descripción del planteamiento general de la campaña, la estrategia de la propuesta de contenidos, así como el argumentario de mensajes a difundir dando cobertura a los objetivos de comunicación, la adecuación al público objetivo, capacidad para transmitir dichos objetivos y generar recuerdo entre el público objetivo.

### CREACION DE CONTENIDOS

En el transcurso del contrato, la empresa adjudicataria realizará la creación de contenidos, adaptados a los diferentes tipos de medios, y más específicamente medios digitales y audiovisuales. En concreto, incluye la elaboración de:

- Piezas redaccionales: como mínimo dos para cada medio o grupo editorial recogidos en el Anexo I de este Pliego.
- Piezas de vídeo: elaboración de, al menos, seis piezas de video con testimoniales de beneficiarios del programa con una duración mínima de 1' 30"
- Piezas de audio:
  - Elaboración de dos piezas de audio para cada uno de los medios incluidos en el Anexo I de este Pliego (duración mínima 1').
  - Elaboración de una campaña de audio para cada uno de los podcasts propuestos en la oferta del licitador.

El contenido de estas piezas deberá incluir, tanto consideraciones generales sobre los beneficios que la digitalización comporta para las pymes, como la explicación del programa Kit Consulting: objetivo, requisitos, ayudas, tipología de servicios de asesoramiento en transformación digital, procedimientos de solicitud, etc. Asimismo, podrán incluirse entrevistas con responsables del Programa, así como testimonios de casos de éxito de empresas beneficiarias.

Todos los contenidos deberán ser aprobados previamente a su publicación por la Cámara de Comercio de España y Red.es. En cualquier caso, la Cámara de Comercio de España podrá modificar y ajustar los contenidos propuestos por el adjudicatario para adaptarlos a las necesidades del proyecto, así como solicitar la creación de nuevos contenidos, en caso necesario.

La propuesta de contenidos deberá incluir o hacer referencia a la financiación recibida por parte de la Unión Europea a través del Fondo - Next Generation EU, el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, y Red.es.

Todos los elementos y piezas utilizados en la campaña deberán ajustarse a los estándares y normativas de la Cámara de Comercio de España de acuerdo con la normativa europea de aplicación.

## **EJERCICIOS CREATIVOS**

En la oferta y como anexos los licitadores presentarán los siguientes ejercicios creativos:

- Propuesta de un ejemplo de contenido redaccional para medios digitales sobre testimonios de casos de éxito de empresas beneficiarias.
- Propuesta de un ejemplo de contenido en formato video sobre testimonios de casos de éxito de empresas beneficiarias.
- Propuesta de un ejemplo de microespacio para radio sobre testimonios de casos de éxito de empresas beneficiarias.
- Propuesta de un ejemplo de contenido para podcast.

### **4.2.2. COMPRA DE ESPACIOS EN LOS MEDIOS**

#### **ESTRATEGIA DE MEDIOS**

Los licitadores deberán presentar en su propuesta una memoria explicativa de la estrategia de medios que propone, centrada en medios digitales nacionales y locales, emisoras de radio y podcast, que se considere más eficaz en términos de resultados en función del presupuesto disponible, así como el planteamiento de asesoramiento y control de las campañas.

- Planificación de la estrategia de medios más adecuada en términos de eficiencia de los soportes y eficacia presupuestaria para lograr la mayor y mejor cobertura de la campaña de publicidad utilizando medios digitales nacionales y regionales, y emisoras de radio nacionales.
- En el caso de los podcasts, el licitador deberá incluir en su propuesta espacios alojados en las principales plataformas y de mayor afinidad con nuestro público objetivo, teniendo en cuenta parámetros como la tasa de escucha o listen through rate (LTR), u otros que garanticen la mayor eficiencia de la inversión. En cuanto a los formatos, la propuesta del licitador deberá indicar aquellos que sean más adecuados para los objetivos de la campaña, tales como audio preroll, audio instream, formatos integrados sincronizables, etc.
- Asesoramiento sobre evolución de audiencias, eficacia presupuestaria, rentabilidad de soportes y cualquier otro aspecto que permita tomar las decisiones idóneas para la compra de espacios publicitarios.

- Control de las campañas: la empresa adjudicataria deberá realizar un seguimiento diario de las campañas que permita verificar los objetivos propuestos.

La Cámara de Comercio de España, durante la ejecución de contrato, podrá, en su caso, efectuar las observaciones que considere oportunas para mejorar la eficacia de la estrategia de medios y se reservará el derecho a elegir los soportes a utilizar en cada campaña por razones de idoneidad y/o política presupuestaria.

## **COMPRA DE ESPACIOS EN LOS MEDIOS**

En el transcurso del contrato se realizará la Compra de espacios en los medios para la difusión de la campaña de publicidad en:

- Medios digitales de alcance nacional y local, tanto en ediciones digitales de medios impresos como en medios nativos digitales (publicación como mínimo de dos piezas redaccional y dos videos en cada medio o grupo editorial recogidos en el Anexo I de este Pliego).
- Radio: emisoras de radio nacionales (publicación de un mínimo de dos microespacios en cada una de las emisoras recogidas en el Anexo I de este Pliego).
- Podcast: el licitador deberá realizar en su propuesta la selección de podcast que considere más afines al público objetivo de la campaña (empresas de entre 10 y 249 empleados) y que ofrezcan mayores tasas de Listen Through Rate (LTR)

En el caso de grupos editoriales se incluye las publicaciones en cada uno de los medios del grupo. (Anexo I de este pliego).

La empresa adjudicataria prestará el asesoramiento y apoyo técnico necesario para el buen desarrollo de las campañas de publicidad, con carácter permanente durante la ejecución del contrato. Así mismo realizará un seguimiento continuo de la publicidad ordenada comprobando su aparición en los medios de comunicación o cualquier otro soporte contratado y aportará los resultados de ese seguimiento mediante los estudios de audiencia u otros procedimientos propios del sector.

Para el seguimiento de la campaña, además de la información diaria se realizarán informes mensuales y anuales que permitan verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos y establecer las medidas correctivas en su caso. Al finalizar la campaña la empresa deberá realizar un informe de ejecución que permita a la Cámara de España evaluar la efectividad de la misma.

### **4.2.3. CONTROL Y SEGUIMIENTO**

Los licitadores deberán detallar de manera clara la metodología y herramientas a utilizar durante el desarrollo de los trabajos para el cumplimiento de los objetivos fijados en los Pliegos de Condiciones Particulares y de Prescripciones Técnicas. Se deben concretar al menos los siguientes puntos:

- **Herramientas y metodología** para la ejecución del proyecto, considerando además la necesaria coordinación entre la planificación en medios y la producción de los contenidos.

- **Informe mensual de seguimiento de las acciones realizadas**

En el **informe mensual**, el adjudicatario detallará los contenidos desarrollados, las publicaciones realizadas y de forma específica cada uno de los soportes seleccionados, el seguimiento de resultados de la campaña describiendo los objetivos de difusión conseguidos, actuaciones con mayor impacto del periodo, análisis comparativos de periodos, conclusiones y recomendaciones de mejora, así como cuantos aspectos acrediten la ejecución de la campaña en los términos contratados en los términos que establezca la Cámara de España.

- **Informe final de ejecución**

En el informe final de ejecución, el adjudicatario incluirá la descripción de las actividades realizadas, así como de los resultados de la campaña en el que se describan los objetivos de difusión conseguida, y de forma específica cada uno de los soportes seleccionados, actuaciones con mayor impacto, análisis comparativos de periodos, así como cuantos aspectos acrediten la ejecución de la campaña en los términos contratados en los términos que establezca la Cámara de España.

- **Justificantes de ejecución.** El adjudicatario aportará junto con los informes de seguimiento los justificantes de que el Proyecto ha sido efectivamente realizado en cada una de las acciones definidas.

Para ello la empresa adjudicataria presentará los certificados o cualquier otro documento acreditativo de la ejecución de la campaña tales como; certificados de emisión en radio, en los medios gráficos, certificaciones de las capturas de pantalla de las campañas digitales y todos los que fueran necesarios para justificar la difusión publicitaria contratada.

- Certificaciones de emisión de los medios
- Pruebas de emisión con capturas de pantalla de las campañas en internet y url,s.
- Pruebas de emisión en radio.
- Pruebas de emisión en podcast.

- Así como todos los que fueran necesarios para justificar la difusión publicitaria contratada.

Por lo tanto, el contrato comprende la realización de informes periódicos mensuales, informes anuales e informe final de resultados del Plan de Comunicación y Marketing, así como un repositorio de justificantes de ejecución necesarios para la correcta certificación al Fondo Next Generation EU y a Red.es.

## **5. EQUIPO DE TRABAJO**

---

Es responsabilidad del adjudicatario la composición y dedicación al proyecto de un equipo de trabajo adecuado y con la suficiente experiencia para realizar las labores necesarias que garanticen el cumplimiento de los objetivos. El adjudicatario nombrará un jefe de Proyecto cuyas funciones serán las siguientes:

- Dirigir las actividades y los medios personales que presten los servicios impartiendo al efecto las órdenes e instrucciones necesarias para la ejecución de los mismos.
- Realizar las funciones de contacto directo y reporte con la Cámara de España.

La Cámara de España comunicará todas las directrices relativas a la supervisión general de los trabajos objeto del servicio al jefe de Proyecto.

El licitador deberá presentar la estructura del equipo de trabajo, incluyendo al menos los siguientes perfiles.

- 1 jefe de Proyecto
- 1 supervisor de contenidos
- 1 ejecutivo de contenidos
- 1 supervisor de planificación y compras
- 1 ejecutivo de planificación y compras

En concreto, en razón del objeto de este contrato, se considera que la solvencia técnica del contratista deberá acreditarse aportando el Currículo Vitae de las personas propuestas. En el CV deberá detallar los Proyectos en los que ha participado cada uno de los integrantes del equipo, acreditando una experiencia mínima de 5 años en proyectos similares en el caso del Jefe de proyecto y de 3 años en los restantes perfiles, en los términos requeridos en la cláusula 14ª del Pliego de Condiciones Particulares.

Si durante la ejecución del contrato la empresa adjudicataria tuviese necesidad de cambiar alguno de los medios personales propuestos en la oferta, lo podrá hacer previa información a la

Cámara de España y con el acuerdo de ésta, sin que ello suponga menoscabo en la calidad de los trabajos o de las fechas comprometidas.

La Cámara de España se reserva el derecho a solicitar la sustitución de alguno o de todos los miembros del equipo cuando exista razón justificada para ello. Dicha petición deberá ser indefectiblemente atendida por la empresa prestataria del servicio.

El citado personal dependerá exclusivamente de la empresa adjudicataria, y por tanto ésta tendrá todos los derechos y deberes inherentes a su calidad de empresa, debiendo cumplir las disposiciones vigentes en materia Laboral, de Seguridad Social y de Seguridad y Salud, sin que en ningún caso pueda alegarse, por dicho personal, derecho alguno en relación con la Cámara de España, ni exigirse a éste responsabilidades como consecuencia de las obligaciones existentes entre la empresa adjudicataria y sus empleados.

## ANEXO I. MEDIOS

### MEDIOS DIGITALES

SOPORTES DIGITALES
El País
El Mundo
La Vanguardia
El Confidencial
El Español
VozPopuli
Eldiario.es
El Independiente
El Plural
OkDiario
Grupo Merca2 (*)
Crónica Global

<b>SOPORTES DIGITALES</b>
Economía Digital
Grupo Vocento (*)
Prensa Ibérica (*)
Grupo Joly (*)
Promecal (*)
Grupo Henneo (*)
La Razón
Expansión
Cinco Días
El Economista
Otros medios

En el caso grupos editoriales (\*) se incluye las publicaciones en cada uno de los medios del grupo.

#### **EMISORAS DE RADIO**

<b>SOPORTES RADIO</b>
Cadena SER
Cadena COPE
Onda Cero
Otros medios