

**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 DIGITAL (EXPEDIENTE N.º
00021/2026)**

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 DIGITAL

Con fecha de 13 de julio de 2021, el Consejo ECOFIN aprobó el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia 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 (PRTR) está estructurado en torno a las cuatro transformaciones que el Gobierno situó como estratégicas en cuanto a la política económica en 2018: la transición ecológica, la transformación digital, la igualdad de género y la cohesión social y territorial. Además, conforma el instrumento de desarrollo 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, movilizando 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.

La inversión 3 del componente número 13 del “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia” (Impulso a la PYME), en línea con el “Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025”, pretende impulsar los importantes procesos de aumento de productividad mediante la digitalización, la innovación y la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, se constituye en instrumento de financiación de sus programas, en particular el denominado “Programa Kit Digital”, con un presupuesto de 3.067 millones de euros, que tiene por objetivo fomentar la digitalización de pequeñas y medianas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo.

El Programa Kit Digital tiene por objeto la concesión de ayudas a pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo para la adopción de soluciones de digitalización disponibles en el mercado que pertenezcan a una serie de categorías de soluciones digitales, entre otras, en los ámbitos de comercio electrónico, sitio web y presencia en internet,

gestión de redes sociales, gestión de clientes, business intelligence y analítica, gestión de procesos, factura electrónica, servicios y herramientas de oficina virtual, comunicaciones seguras, ciberseguridad y Marketplace.

La Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, en el marco de la Agenda España Digital 2025, 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 Kit Digital) -modificada por la Orden ETD/734/2022, de 26 de julio, por la Orden ETD/739/2023, de 20 de junio, por la Orden TDF/435 /2024, de 9 de mayo y por la Orden TDF/ 240/2025, de 1 de marzo-, establece en su artículo 24, que Red.es es el Organismo competente para la concesión de las ayudas del Programa Kit Digital.

Asimismo, la citada Orden establece en su artículo 14, que la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España (en adelante también 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, siendo responsable en el seguimiento y control de las ayudas concedidas en el marco del Programa Kit Digital.

De acuerdo con lo dispuesto en la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, y en el artículo 16 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, la Cámara de España y Red.es han suscrito, con fecha 7 de febrero de 2022, un Convenio que tiene por objeto establecer las condiciones y obligaciones que asume de la Cámara de España como entidad colaboradora de las ayudas concedidas en el marco del Programa Kit Digital, así como establecer el marco general de la colaboración entre la Cámara de España y Red.es en la gestión de las referidas ayudas (en adelante, “el Convenio”).

El Convenio Kit Digital ha sido modificado en tres ocasiones. El 22 de noviembre de 2022, Red.es y la Cámara de España firmaron una primera adenda de modificación del Convenio Kit Digital (C042/21-SI AD1). Posteriormente, el 27 de julio de 2023 se suscribió una segunda adenda (C042/21-SI AD2) y, finalmente, el 2 de septiembre de 2025, ambas entidades firmaron una tercera adenda (C042/21-SI AD3).

El Convenio -publicado mediante Resolución de 8 de febrero de 2022, en el Boletín Oficial del Estado de 16 de febrero de 2022-, establece que la intervención de la Cámara de España como entidad colaboradora, se realizará en todas las convocatorias que se publiquen al amparo de la citada Orden. Más información en <https://acelerapyme.gob.es/>

En este contexto, al amparo de lo previsto en la Orden ETD/1498/2021, la Dirección General de la Entidad Pública Empresarial Red.es, M.P., procedió a convocar, mediante extracto de la Resolución de 24 de febrero de 2022, las ayudas destinadas a la digitalización de las empresas

correspondientes al Segmento I (entre 10 y menos de 50 empleados) de los potenciales beneficiarios previstos en el artículo 7 de la citada Orden (BOE de 26 de febrero de 2022).

También se han convocado las ayudas destinadas a la digitalización de las empresas correspondientes a los Segmentos II (entre 3 y menos de 10 empleados) y Segmento III (entre 0 y menos de 3 empleados) de los potenciales beneficiarios previstos en el artículo 7 de la citada orden. Los extractos de estas convocatorias se han publicado en el Boletín Oficial del Estado de 2 de agosto de 2022 y de 12 de octubre de 2022, respectivamente.

Asimismo, el 22 de julio de 2023 se publicó en el Boletín Oficial del Estado, el extracto de la Resolución de la entidad pública empresarial Red.es por la que se convocan las ayudas del Programa Kit Digital destinadas a la digitalización de las comunidades de bienes, sociedades civiles con objeto mercantil, sociedades civiles profesionales y explotaciones agrarias de titularidad compartida del Segmento I (entre 10 y menos de 50 empleados), del Segmento II (entre 3 y menos de 10 empleados) y del Segmento III (entre 0 y menos de 3 empleados) 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 -financiado por la Unión Europea- Next Generation EU.

El 11 de mayo de 2024 se ha publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE nº 115) la Orden TDF/435/2024, de 9 de mayo, que incluye a las medianas empresas como nuevos beneficiarios de estas subvenciones públicas. Esta medida tiene como propósito estimular la modernización y adopción de soluciones digitales en el ámbito empresarial, con el fin de potenciar la eficiencia en el desempeño de sus operaciones económicas. De esta manera, se establecen dos nuevos segmentos de beneficiarios, diferenciados por el número de empleados: el Segmento IV abarca a medianas empresas con entre 50 y menos de 100 empleados (también se incluyen aquí aquellas empresas con menos de 50 empleados que tengan condición de mediana empresa), mientras que el Segmento V comprende a medianas empresas con entre 100 y menos de 250 empleados.

Del mismo modo, se incrementa el importe máximo de ayuda por beneficiario para el Segmento III de Pequeñas empresas o Microempresas de entre 0 y menos de 3 empleados, aumentando la cuantía máxima de 2.000 euros hasta 3.000 euros. El aumento del importe ha potenciado el número de solicitudes en las convocatorias de este Segmento, así como el efecto incentivador que supone en la promoción del Programa Kit Digital por parte de los Agentes Digitalizadores Adheridos.

Asimismo, la citada Orden TDF/435/2024, ha llevado a cabo la actualización del Catálogo de Soluciones de Digitalización, mediante la cual se adaptan las categorías existentes a las necesidades de las medianas empresas y se incorporan nuevas categorías de solución, entre ellas, Servicio de Ciberseguridad Gestionada. Igualmente, y atendiendo a la irrupción de la inteligencia artificial (IA) en la sociedad, así como a su integración creciente en las operaciones diarias de las empresas, se incorporan tres nuevas categorías en el Catálogo de Soluciones de

Digitalización: «gestión de clientes con IA asociada», «*Business Intelligence* y analítica e IA asociada» y «gestión de procesos con IA asociada».

Del mismo modo, se actualiza el Catálogo de Soluciones de Digitalización para las entidades comprendidas en el Segmento III. En este segmento, se contempla la posibilidad de subvencionar la prestación de un nuevo servicio denominado «Puesto de trabajo seguro», incentivándose así la automatización de tareas, gestión eficiente de los datos y la comunicación fluida, mejorando con ello la productividad y la competitividad de las pymes del Segmento III, en un entorno de seguridad.

Por último, con fecha 10 de diciembre de 2024, se publicó en el Boletín Oficial del Estado, el extracto de la “Resolución de la entidad pública empresarial Red.es, M.P. por la que se convocan las ayudas destinadas a la digitalización de empresas del Segmento IV (entre 50 y menos de 100 empleados) y el Segmento V (entre 100 y menos de 250 empleados) 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 -Financiado por la Unión Europea- Next Generation EU (Programa Kit Digital)”.

El plazo de solicitud de ayudas de las diferentes convocatorias de Kit Digital concluyó el 31 de diciembre de 2024 para las convocatorias correspondientes a los segmentos I y II, el 30 de junio de 2025 para la convocatoria correspondiente a los segmentos IV y V, y el pasado 31 de octubre de 2025, para la convocatoria del segmento III y la convocatoria destinada a la digitalización de las comunidades de bienes, sociedades civiles con objeto mercantil, sociedades civiles profesionales y explotaciones agrarias de titularidad compartida.

RESULTADOS DEL PROGRAMA KIT DIGITAL

Kit Digital ha sido el programa de ayudas a la digitalización más demandado de la historia de España. En total, se han concedido 901.000 ayudas a pymes y personas autónomas de todo el territorio y se ha impactado a 2.671.000 personas trabajadoras en todas las provincias y el 92% de los municipios españoles.

El programa ha introducido, además, importantes innovaciones en lo relativo a la agilización, transparencia y flexibilidad de la tramitación de las ayudas. Bajo el lema de ‘cero papeles’ y gracias a herramientas de robotización, se ha conseguido agilizar su gestión, reduciendo el tiempo de tramitación de expedientes de tres horas de media a tres minutos. Si la solicitud era correcta, se ha concedido en un plazo de 15 días. Se han llevado a cabo 24 millones de comprobaciones automáticas a través de 39 robots al servicio del programa. Esto ha permitido ahorrar más de 9 millones de horas en gestiones administrativas.

Todos los resultados del programa pueden consultarse [aquí](#)

NATURALEZA DE LA CÁMARA DE ESPAÑA. DESARROLLO DE FUNCIONES COMO ENTIDAD COLABORADORA EN EL PROGRAMA KIT DIGITAL

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 gestión, seguimiento y comprobación de las ayudas concedidas en el marco del Programa Kit Digital, 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 Digital, proponiendo y ejecutando acciones de divulgación y promoción del programa con el objetivo de hacer llegar información de interés al público objetivo de Kit Digital.

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 Digital 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 Digital 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 como se establece en el artículo 14.1 de la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, en el marco de la Agenda España Digital 2025, 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 Kit Digital).

El Programa Kit Digital 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 campaña 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 2026.

CAPÍTULO II. ESPECÍFICO

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

4. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

4.1. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

El objetivo principal de la presente campaña de comunicación es difundir los resultados del programa Kit Digital entre la ciudadanía, así como los elementos innovadores que se han introducido en la gestión para garantizar la transparencia, agilidad, flexibilidad y lucha contra el fraude.

Adicionalmente, la campaña servirá para sensibilizar a las pymes así como a las personas en situación de autoempleo 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 0 y menos de 250 empleados y personas en situación de autoempleo.

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 planificados. En concreto, incluye la elaboración de:

- Piezas redaccionales para cada medio o grupo editorial recogidos en el Anexo I de este Pliego.
- Piezas de audio para cada uno de los podcasts propuestos en la oferta del licitador.

El contenido de estas piezas deberá ajustarse a los objetivos de comunicación incluidos en el punto 4.1 de este PPT.

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, el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, Red.es y a la Cámara de Comercio de España como entidad colaboradora.

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, como anexos, los licitadores presentarán los siguientes ejercicios creativos:

- Propuesta de un ejemplo de contenido redaccional para medios digitales sobre los resultados del programa Kit Digital.
- 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, 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.
- 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 una pieza redaccional en cada medio o grupo editorial recogidos 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 0 y 249 empleados y personas en situación de autoempleo) y que ofrezcan mayores tasas de Listen Through Rate (LTR)

En el caso de grupos editoriales se incluye la publicación 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 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 y todos los que fueran necesarios para justificar la difusión publicitaria contratada, tales como:

- Pruebas de publicación con capturas de pantalla de las campañas en internet y url,s.
- Pruebas de emisión en podcast.

Por lo tanto, el contrato comprende la realización de informes periódicos mensuales 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 ejecutivo de contenidos
- 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 Currículum 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 14^a 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 esta 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
Eldiario.es
El Plural
Grupo Vocento (*)
Prensa Ibérica (*)
Grupo Joly (*)
Promecal (*)
Grupo Henneo (*)
La Razón
Expansión
Cinco Días
El Economista

(*) En el caso de grupos editoriales, se ofertará un único precio por grupo, pero se deberán incluir inserciones en cada una de las cabeceras.