

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 316/2022)

ÍNDICE

CAPÍTULO I. GENERAL

OBJETO DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

1. ANTECEDENTES

2. OBJETO

3. DURACIÓN.

CAPÍTULO II. ESPECÍFICO

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

4. REQUISITOS TÉCNICOS.

5. METODOLOGÍA CONTROL Y SEGUIMIENTO

6. EQUIPO DE TRABAJO

ANEXOS

ANEXO I. MEDIOS

CAPÍTULO I. GENERAL

OBJETO DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

1. ANTECEDENTES

ANTECEDENTES

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, 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.

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 y un objetivo al menos un millón de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo se digitalicen antes del final del año 2024.

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 y ciberseguridad.

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), 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 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 del 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 (e adelante, “el Convenio”).

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/>

FUNCIONAMIENTO BÁSICO DEL PROGRAMA KIT DIGITAL

Sin perjuicio de lo indicado en la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de las ayudas correspondientes, a continuación, se resume el funcionamiento básico del Programa.

La concesión de la ayuda en el Programa Kit Digital se efectuará con la entrega de la subvención en forma de un “bono digital” que el Beneficiario deberá emplear en la contratación de una o varias soluciones de digitalización, de las disponibles en un Catálogo de Soluciones de Digitalización del Programa, recogido en la plataforma AceleraPyme de la Entidad Pública Empresarial Red.es. Para ello, firmará Acuerdos de Prestación de Soluciones de Digitalización con los Agentes Digitalizadores Adheridos que prestarán las soluciones de digitalización adoptadas por los Beneficiarios.

Una vez formalizado y validado el Acuerdo de Prestación de Soluciones de Digitalización, que recogerá las características/funcionalidades a implementar, su plazo de ejecución o desarrollo, la entrega, las obligaciones entre ambos y para con el Programa y el importe del “bono digital”

aplicable mediante cesión del derecho al cobro de la ayuda concedida, entre otras cuestiones, se procederá a la prestación de la solución de digitalización por parte del Agente Digitalizador Adherido de la solución escogida.

El pago de la prestación se realizará por el Beneficiario mediante la cesión al Agente Digitalizador Adherido de la parte del “bono digital” asociado al Acuerdo de Prestación de Soluciones de Digitalización suscrito, y abono de la parte correspondiente de los costes no subvencionados.

El agente digitalizador recibirá el pago de la parte del “bono digital” asociado al Acuerdo de Prestación de Soluciones de Digitalización, una vez presente la justificación de las acciones realizadas, en nombre del Beneficiario, y sea verificada por la entidad colaboradora. Dicha justificación consistirá en la documentación exigida y las demás pruebas admitidas en derecho, en su caso, y se deberá presentar al finalizar cada una de las dos fases de prestación de la solución: (1) un primer pago a cuenta tras la justificación de la fase inicial, que corresponde con la implantación de dicha solución y (2) un pago final una vez justificada la fase de mantenimiento de la prestación de la solución de digitalización comprometida.

JUSTIFICACIÓN DE LA TRAMITACIÓN URGENTE

La urgencia en el despliegue del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, a través del cual se articula el acceso de España a la financiación de los diferentes mecanismos del Instrumento Europeo de Recuperación para impulsar la recuperación económica, mitigar los impactos negativos derivados de la pandemia del COVID 19 y apoyar el proceso de transformación estructural definido, en particular, en la agenda europea para la doble transición verde y digital, requiere una particular agilidad en la implementación de las medidas recogidas, con el fin de poder iniciar su ejecución en los plazos más breves posibles y lograr el impacto perseguido desde el punto de vista macroeconómico y estructural, así como la adecuada consecución de los objetivos que se establecen en los diferentes programas, tanto en términos de plazos como en número de beneficiarios, y acordados con la Comisión Europea. Para ello, es necesario adaptar las normas generales que regulan la elaboración de las disposiciones de carácter general y los procedimientos administrativos, así como la suscripción de convenios para la ejecución de los fondos del Instrumento Europeo de Recuperación. Las pymes necesitan ahora más que nunca todos los apoyos que el sector público pueda ofrecerles para acompañarlas en su camino a la digitalización.

En este sentido, el convenio suscrito entre la Entidad Pública Empresarial Red.es y la Cámara de Comercio de España para regular las condiciones de la colaboración de ambas entidades en el programa Kit Digital establece en su cláusula tercera, punto 10 que la Cámara de Comercio de España colaborará 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.

Dada la necesidad urgente de minimizar el impacto económico y social de la crisis de la COVID 19, en línea con lo recogido en Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo y en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, así como la responsabilidad institucional de la

Cámara de Comercio de España en la gestión de los fondos europeos a favor de las pymes, se considera que el apoyo y los recursos que ésta pone a su disposición a través de estos programas pueden considerarse medidas urgentes y extraordinarias para la protección del interés general de nuestro tejido empresarial así como para la continuidad en la actividad productiva y el mantenimiento del empleo, extremos ambos imprescindibles para la reactivación económica del país.

Por todo lo expuesto, se justifica la puesta en marcha inmediata y con carácter urgente de programas de apoyo a la digitalización de las pymes, de forma que los recursos disponibles lleguen cuanto antes a las empresas.

En el ámbito procedimental, mediante Real Decreto-ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, se declaran de tramitación urgente los procedimientos administrativos que estén vinculados a la ejecución de los fondos incluidos en el ámbito de aplicación de la norma con carácter excepcional, durante el periodo de implementación previsto en la normativa nacional y comunitaria correspondiente y ceñidos, exclusivamente, a la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Las instrucciones de contratación de la Cámara de España prevén la tramitación urgente de procedimientos de contratación previa justificación de las circunstancias que concurren y justifican tal urgencia.

Naturaleza de la CÁMARA DE ESPAÑA

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.

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 de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, con la colaboración de la Cámara de Comercio de España. 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 por su división en lotes, por 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 los mejores resultados de eficacia con las mejores condiciones económicas. 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 31 de diciembre de 2022.

El contrato podrá prorrogarse, antes de su finalización, con dos posibles prórrogas, la primera hasta el 31 de diciembre de 2023 y la segunda hasta el 31 de diciembre de 2024.

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 Digital entre los potenciales beneficiarios - empresas de entre 0 y 50 empleados y personas en situación de autoempleo - y facilitar el acceso a los mismos a las diferentes convocatorias de ayudas.

Adicionalmente, la campaña servirá para sensibilizar a las micro y pequeñas empresas, 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 50 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

Se deberá 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 de la duración inicial del contrato se realizará la creación de contenidos, adaptados a los diferentes tipos de medios: impresos, digitales y audiovisuales. En concreto, incluye la elaboración de:

- Piezas redaccionales: como mínimo una para cada medio o grupo editorial recogidos en el Anexo I de este Pliego, tanto en versión para soporte impreso (mínimo una página) como digital (de extensión similar a la versión impresa)
- Piezas de video: elaboración de al menos seis piezas de video con una duración mínima de 1' 30"
- Piezas de audio: elaboración de al menos cuatro piezas de audio (duración mínima 3')

En caso de acordarse las prórrogas previstas, para cada anualidad se realizará la nueva creación de los contenidos mencionados adaptados al plan de medios.

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 Digital: objetivo, requisitos, ayudas, tipología de soluciones digitales, 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 de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial 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 se presentarán los siguientes ejercicios creativos:

- Propuesta de contenido redaccional para medios impresos sobre testimonios de casos de éxito de empresas beneficiarias.

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

4.2.2. COMPRA ESPACIOS EN LOS MEDIOS

ESTRATEGIA DE MEDIOS

La empresa deberá presentar en su propuesta una memoria explicativa de la estrategia de medios que propone, centrada en medios impresos nacionales y locales, radio y medios digitales, 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 para la duración inicial del contrato 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 impresos nacionales y locales; medios digitales; emisoras de radio nacionales.
- 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 propuesta de estrategia de medios en ningún caso tendrá carácter vinculante para la Cámara de Comercio de España que, una vez analizada la propuesta, efectuará, en su caso, las observaciones que considere oportunas para mejorar su eficacia 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 de la duración inicial del contrato se realizará la Compra de espacios en los medios para la difusión de la campaña de publicidad en:

- Medios impresos: de alcance nacional y local (publicación como mínimo de una pieza redaccional en cada medio o grupo editorial recogidos en el Anexo I de este Pliego).

- Internet: ediciones digitales de medios impresos y medios de comunicación nativos digitales (publicación como mínimo de una pieza redaccional y de al menos 4 piezas de video en cada medio o grupo editorial recogidos en el Anexo I de este Pliego).
- Radio: emisoras de radio nacionales (publicación de un mínimo de cuatro microespacios en las emisoras recogidas en el Anexo I de este Pliego).

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 que permitan verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos y establecer las medidas correctivas en su caso. Al finalizar la campaña y anualmente en su caso la empresa deberá realizar un informe de ejecución que permita a la Cámara de España evaluar la efectividad de la campaña.

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** se detallarán 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.

Se incluirá un cuadro de mando con cada una de las acciones y de forma específica cada uno de los soportes seleccionados detallando objetivos cubiertos, impresiones, clics, cuñas, inserciones, tarifa oficial, descuento ofertado y aplicado, honorarios de agencia, coste neto, coste con IVA y porcentaje inversión.

Emisión del **informe de ejecución final** con 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. Cuadro de mando final con cada una de las acciones y de forma específica cada uno de los soportes seleccionados detallando objetivos cubiertos, impresiones, clics, cuñas, inserciones, tarifa oficial, descuento ofertado y aplicado, honorarios de agencia, coste neto, coste con IVA y porcentaje de inversión.

- **Justificantes de ejecución.** Se aportarán 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.

- Tarifas oficiales publicadas por los medios, y si no estuvieran publicadas los certificados del medio y documento explicativo con aplicación de descuento ofertado y honorarios de agencia
- Certificaciones de emisión de los medios
- Pruebas de emisión con capturas de pantalla de las campañas en internet y url,s.
- Pruebas papel de los medios impresos
- Pruebas radio, cuñas
- 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 el caso del Jefe de proyecto y de 3 años en los restantes perfiles.

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 éste, 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 IMPRESOS

SOPORTES IMPRESOS
El País
El Mundo
La Vanguardia
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.

MEDIOS DIGITALES

SOPORTES DIGITALES
El País
El Mundo
La Vanguardia
El Confidencial
El Español
VozPopuli
Eldiario.es
El Independiente
El Plural
OkDiario
Grupo Merca2 (*)
Cronica Global (*)
Economía Digital
Grupo Vocento (*)
Prensa Ibérica (*)
Grupo Joly (*)
Promecal (*)
Grupo Henneo (*)
La Razón
Expansión
Cinco Días

SOPORTES DIGITALES
El Economista
Otros medios

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

EMISORAS DE RADIO

La puntuación de las condiciones económicas ofertadas para emisoras de radio se valorará de acuerdo con la siguiente tabla de ponderaciones:

SOPORTES RADIO
Cadena SER
Cadena COPE
Onda Cero
Otros