

PLIEGO DE CONDICIONES PARA EL SERVICIO DE **EVENTOS DE STREET MARKETING** PARA EL PROGRAMA FORMATIVO “DIGITAL-IA”, EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA – NEXT GENERATION EU



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU

Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria d'Innovació,
Tecnologia i Recerca
i Societat Digital

GVA NEXT

valgrAI



Contenido

1	ANTECEDENTES	4
2	ORGANISMO O ENTIDAD CONVOCANTE.....	5
3	OBJETO DEL CONTRATO	5
3.1	Introducción	5
3.2	Ámbito territorial	7
3.3	Público objetivo	8
3.4	Resultados esperados	8
4	ALCANCE DE LOS TRABAJOS A PRESUPUESTAR	8
4.1	Análisis Previo y diseño estratégico	8
4.2	Diseño de la estrategia de Street Marketing	9
4.3	Organización y producción de los eventos	9
4.4	Ejecución de las acciones.....	9
4.5	Seguimiento y evaluación.....	9
5	REQUISITOS DE LOS CONCURSANTES	9
5.1	Solvencia económica	9
5.2	Solvencia técnica y profesional.....	10
5.3	Equipo de trabajo	10
6	PLAZO DE EJECUCIÓN	10
6.1	Fase 1 – Planificación y diseño	10
6.2	Fase 2 – Ejecución de eventos	11
6.3	Fase 3 – Evaluación y cierre	11
7	FACTURACIÓN Y PAGO DE LOS TRABAJOS	11
7.1	Hitos de facturación	11
	Hito 1. Planificación y diseño.....	11
	Hito 2. Ejecución de eventos.....	11
	Hito 3. Evaluación y cierre.....	12
7.2	Pago	12
8	PENALIZACIONES	12
8.1	Penalizaciones por retrasos	12
8.2	Penalizaciones por no ejecución de eventos	12
8.3	Penalizaciones por falta de entrega o entrega incorrecta de los informes	12
8.4	Penalizaciones por incumplimientos en materia de imagen, mensajes o identidad corporativa.....	13



9	CONTENIDO Y PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS	13
10	FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS.....	14
11	VALORACIÓN DE LAS OFERTAS Y CONTRATACIÓN	14
11.1	Valoración subjetiva (50 puntos)	14
11.2	Valoración objetiva (50 puntos).....	15
12	CAUSAS DE EXCLUSIÓN	16
13	DISPOSICIÓN FINAL	16



1 ANTECEDENTES

La Fundación VALGRAI se constituye como fundación privada de carácter científico-educativo, naturaleza permanente y sin ánimo de lucro con el protectorado de la Generalitat, que tiene, como misión, según se recoge en sus estatutos, desempeñar el papel coordinador entre las universidades públicas y otros actores relevantes en actividades de formación, investigación, difusión, transferencia tecnológica sobre inteligencia artificial y, como objetivo estratégico, crear un sello de calidad dentro del sistema universitario valenciano en cuanto a estudios de inteligencia artificial, mediante la atracción y generación de talento formativo e investigador, así como consolidar un clúster que se posicione en la primera línea internacional de la investigación y los estudios de posgrado.

La Generalitat tiene una decidida apuesta por la transformación del modelo económico del territorio, con una visión que comprende el corto, medio y largo plazo, y una orientación a la puesta en valor del impulso de proyectos para la reducción de la brecha digital, en colaboración con entidades y organismos de la Generalitat con competencia en el desarrollo de la sociedad digital y otros proyectos tecnológicos.

En el marco del Componente 19 - Plan Nacional de Capacidades Digitales, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) del Gobierno de España, en fecha 6 de mayo de 2025 se formalizó Convenio entre la Generalitat, a través de Presidencia de la Generalitat, y la Escuela Valenciana de Postgrado y Red de Centros de Investigación en Inteligencia Artificial - Fundación de la Comunitat Valenciana (ValgrAI), para fomentar actuaciones de capacitación digital para la ciudadanía en el marco del Plan de recuperación, Transformación y Resiliencia (en adelante “Convenio DIGITAL-IA GVA-ValgrAI”).

En base al mencionado Convenio y con la finalidad de planificar y ejecutar el programa formativo destinado a la capacitación digital de la ciudadanía, la Fundación VALGRAI licita los correspondientes contratos para cumplir con el objetivo de dicho Convenio.

ValgrAI comunica la actividad de Digital-IA a través de diferentes canales —página web, redes sociales, boletines informativos, medios de comunicación y eventos—, ofreciendo información sobre sus programas de máster y doctorado, proyectos de investigación, becas, colaboraciones y jornadas de transferencia de conocimiento. Para alcanzar sus objetivos estratégicos de visibilidad y consolidación institucional, resulta imprescindible disponer de un servicio especializado en planificación, gestión y ejecución de campañas de comunicación y difusión.

La contratación de un servicio de estas características permitirá planificar y ejecutar acciones de comunicación eficaces que fortalezcan la imagen institucional de ValgrAI y difusión del proyecto Digital-IA, para mejorar su alcance entre los públicos objetivo y contribuyan al cumplimiento de su misión de promover la inteligencia artificial responsable, sostenible y orientada al bienestar social en la Comunitat Valenciana.

Digital-IA es un proyecto impulsado por la Generalitat Valenciana, a través de los Fondos Next Generation, y gestionado por ValgrAI. El objetivo de este proyecto está centrado en acercar la Inteligencia Artificial y las habilidades digitales a los habitantes de municipios de menos de 20.000 habitantes que no estén bajo la influencia de un área urbana funcional.

Hasta junio de 2026, más de 17.000 personas de unos 300 municipios valencianos tendrán la oportunidad de acceder de manera gratuita a una oferta de formación diversa y adaptada a diferentes colectivos, con modalidades presenciales, virtuales y online.



2 ORGANISMO O ENTIDAD CONVOCANTE.

El presente Pliego de Bases ha sido redactado por la Escuela Valenciana de Postgrado y Red de Centros de Investigación en Inteligencia Artificial - Fundación de la Comunitat Valenciana (ValgrAI). ValgrAI es una fundación privada sin ánimo de lucro formada por la Generalitat Valenciana, las cinco universidades públicas de la Comunitat Valenciana (Universitat de València, Universitat Politècnica de València, Universitat d'Alacant, Universitat Jaume I y Universidad Miguel Hernández) y diez empresas del sector, que coordina la formación y la investigación en Inteligencia artificial en la Comunitat Valenciana para responder a las necesidades tecnológicas de las compañías y promover la creación de nuevo talento en inteligencia artificial, renovando así el modelo productivo de la Comunitat Valenciana.

La presentación de Ofertas de Presupuesto por parte de los equipos invitados implica la plena aceptación de estas bases y demás reglamentaciones incluidas en el presente pliego.

La Entidad Convocante se reserva el derecho a interpretar este Pliego, incluso con posterioridad a su publicación y/o remisión equipos invitados, o llevar a cabo actuaciones análogas, siempre para garantizar el buen cumplimiento del fin de esta convocatoria abierta y asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos en el Convenio suscrito con la GVA; todo ello sin perjuicio del derecho de desistir de esta convocatoria, y realizar una nueva, con un nuevo pliego modificado

3 OBJETO DEL CONTRATO

3.1 Introducción

La presente licitación tiene por objeto la contratación de un servicio integral de diseño, organización, ejecución y evaluación de acciones de Street Marketing destinadas a la difusión del proyecto Digital-IA, con el fin de incrementar el número de personas inscritas en los cursos formativos asociados al proyecto.

Las acciones se desarrollan en las provincias de Castellón, Valencia y Alicante, mediante eventos presenciales de alto impacto comunicativo, orientados a la captación directa de público objetivo y a la generación de interés y notoriedad del proyecto.

Las finalidades principales del contrato son:

- Visibilizar el proyecto ante la ciudadanía.
- Transmitir de forma clara los beneficios de la formación.
- Reducir barreras de acceso a la información.
- Facilitar la inscripción directa en los cursos.

El proyecto “Digital-IA” tiene como objetivo reducir la brecha digital en municipios con menos de 20.000 habitantes que no forman parte de ninguna de las Áreas Urbanas Funcionales (AUF) de la Comunitat Valenciana mediante programas formativos dirigidos mejorar la capacitación digital de los ciudadanos, en especial de los colectivos sociales más necesitados en este punto. A través de cursos de formación en competencias digitales básicas e intermedias en la era de la Inteligencia Artificial, se pretende capacitar a más de 17.000 personas entre mayo 2025 y junio de 2026. Los grupos objetivo incluyen personas mayores, mujeres, desempleados, y población en edad escolar y jóvenes, pero también toda la ciudadanía en general de estos municipios. Cada curso tendrá una duración mínima de 7,5 horas y cubrirá temas como ciberseguridad, interacción con la administración pública, y el uso de Inteligencia Artificial (IA) como herramienta para romper la



brecha digital, facilitando el acceso y formación en digitalización a los ciudadanos de los municipios objetivo. Se espera que el proyecto fomente la inclusión digital, mejore el acceso a servicios digitales y contribuya al desarrollo socioeconómico de las zonas con especiales dificultades geográficas siguientes:

PROVINCIA DE ALICANTE:

Atzúbia, l', Agost, Agres, Aigües, Albatera, Alcalalí, Alcosser, Alcoleja, Alfafara, Algorfa, Algueña, Almudaina, L'Alqueria d'Asnar, Balones, Banyeres de Mariola, Benasau, Beneixama, Benejúzar, Benferri, Beniarbeig, Beniardà, Beniarrés, Benigembla, Benidoleig Benifato, Ijófar, Benilloba, Benillup, Benimantell, Benimarfull, Benimassot, Benimeli, Benissa, Poble Nou, Benitatxell/Benitachell, Biar, Bigastro, Bolulla, Busot, Callosa d'en Sarrià, Callosa de Segura, Camp de Mirra, Cañada, Castalla, Castell de Castells, Catral, Confrides, Cox, Quatretondeta, Daya Nueva, Daya Vieja, Dolores, Fageca, Famorca, Formentera del Segura, Gata de Gorgos, Gaianes, Gorga, Granja de Rocamora, el Castell de Guadalest, Guardamar del Segura, el Fondó de les Neus/Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, Jacarilla, Xaló, Xixona/Jijona, l'Orxa/Lorcha, Llüber, Monforte del Cid, Monòver/Monóvar, Murla, Muro de Alcoy, Ondara, Onil, Orba, Orxeta, Parcent, Pedreguer, Pego, Penàguila, el Pinós,/Pinoso, Planes, Rafal, Ràfol d'Almúnia, Redován, Relleu, Rojales, Romana, Sagra, Salinas, Sanet y Negreals, San Fulgencio, San Miguel de Salinas, Sax, Sella, Senija, Tàrbena, Teulada, Tibi, Tollos, Tormos, la Torre de les Maçanes/Torremanzanas, Vall d'Alcalà, Vall d'Ebo, la Vall de Gallinera, la Vall de Laguar, Verger, els Poblets, San Isidro.

PROVINCIA DE CASTELLON:

Nules, l'Alcora, Segorbe, Peníscola/Peñíscola, Moncofa, Alcalà de Xivert, Almenara, Torreblanca, Betxí, les Alqueries/Alquerías del Niño Perdido, Altura, Cabanes, la Vilavella, Vall d'Alba, Chilches/Xilxes, Morella, Vilafranca/Villafranca del Cid, Càlig, Sant Mateu, Artana,, Vilafamés,les Coves de Vinromà, Jérica, Viver, Soneja, Llucena/Lucena del Cid, Traiguera, Atzeneta del Maestrat, Albocàsser, Sant Jordi/San Jorge, Ribesalbes, Benlloc, ,ierra Engarcerán, Benassal, la Llosa, les Useres/Useras, Rossell, Castellnovo, Alfondeguilla, Tales, Navajas, Santa Magdalena de Pulpis, Eslida, Catí, Caudiel, Xert, Canet lo Roig, la Jana, la Salzadella, Cervera del Maestre, Geldo, Montanejos, ,Vilanova d'Alcolea, Suera/Suera, Costur, Figueroles, San Rafael del Río, Villahermosa del Río, Culla, Sot de Ferrer, Forcall, Tírig, Cinctores, Bejís, Montán, Vistabella del Maestrat, Azuébar, Chóvar, Cortes de Arenoso, Fanzara, Vall de ,Almonacid, Almedíjar, Torás, Teresa, Algimia de Almonacid, El Toro, la Pobla de Benifassà, Cirat, Alcudia de Veo, Barracas, Gaibiel, Castellfort, la Mata de Morella, Ayódar, Zuacina, la Torre d'en Doménech, Ares del Maestrat, Puebla de Arenoso, Portell de Morella, Arañuel, Benafer, la Torre d'en Besora, Vilar de Canes, Argelita, Ludien, Todolella, ,Benafigos, Aín, Olocau del Rey, Pina de Montalgrao, Xodos/Chodos, Zorita del Maestrazgo, Torrechiva, Toga, la Serratella, Villanueva de Viver, Castillo de Villamalefa, Fuentes de Ayódar, Villamalur, Espadilla, Sacañet, Matet, Pavías, Torralba del Pinar, Vallat, Herbers, Vallibona, Fuente la Reina, Villores, Higueras, Palanques, Castell de Cabres.

PROVINCIA DE VALENCIA:

Sempere, Puebla de San Miguel, Carrícola, Estubeny, Vallanca, Casas Altas, Torrella, Castellonet de la Conquesta, Vallés, Pinet, Bufali, Aielo de Rugat, Benagéber, Casas Bajas, Rugat, Benissuera, Beniatjar, la Yesa, Almiserà, la Granja de la Costera, Terrateig, Castielfabib, Bellús, Andilla, Cotes, Dos Aguas, Millares, Cerdà, Zarra, Calles, Aras de los Olmos, Sellent, Sot de Chera, Torrebaja, Salem, Gátova, Otos, Ràfol de Salem, Benissoda, Guadasséquies, Alfauir, Titaguas, Chera, Algar de Palancia, Higueruelas, Bicorp, Sant Joanet, Gestalgar, el Palomar, Montitxelvo / Montichelvo, Llocnou de Sant Jeroni, Benicolet, Villargordo del Cabriel, Alfara de la Baronia, Alcublas, Teresa de Cofrentes, Bèlgida, Quesa,



Beneixida, Benimuslem, Benavites, Alpuente, Fuenterrobles, Chulilla, Caudete de las Fuentes, Torres Torres, Cortes de Pallás, Bugarra, Jarafuel, Jalance, Novetlè / Novelé, l'Énova, Llocnou d'En Fenollet, Fontanars dels Alforins, Ademuz, Fortaleny, Quart de les Valls, Gavarda, Sumacàrcer, Llanera de Ranes, Benicull de Xúquer, Algímia d'Alfara, Senyera, Cofrentes, Antella, Sinarcas, Atzeneta d'Albaida, Montesa, Rotglà i Corberà, Tuéjar, Siete Aguas, Venta del Moro, Llaurí, Camporrobles, Alfarrasí, Ròtova, Tous, Alborache, Bolbaite, Albalat dels Tarongers, Rafelcofer, Macastre, Barx, Alcàntera de Xúquer, l'Alqueria de la Comtessa, Benifairó de la Valldigna, Estivella, Barxeta, Alfarp, Chelva, Montaverner, Quartell, Massalavés, Riola, Càrcer, Marines, la Font de la Figuera, Quatretonda, Yátova, Benimodo, Xeresa, Real, Benifairó de les Valls, Castelló de Rugat, Llutxent, Rafelguaraf, Agullent, Chella, la Pobla del Duc, Polinyà de Xúquer, Manuel, Favara, Anna, Llombai, el Genovés, Catadau, Pedralba, Navarrés, Casinos, Vallada, Corbera, Simat de la Valldigna, Albalat de la Ribera, Villar del Arzobispo, la Llosa de Ranes, Bocairent, Moixent / Mogente, la Pobla Llarga, Aielo de Malferit, Enguera, Ayora, l'Acúdia de Crespins, Benigànim, Xeraco, Guadassuar, Albaida, Castelló, Turís, l'Olleria, Almussafes, Cheste, Buñol, Alberic, Utiel, Benifaió, l'Alcúdia, Canals, Alginet, Carlet, Tavernes de la Valldigna.

El listado de municipios indicado podrá ampliarse si, durante la vigencia del contrato, se incorporan nuevos municipios al proyecto DIGITAL-IA por acuerdo de la Comisión de Seguimiento del 'Convenio DIGITAL-IA GVA-ValgrAI' o por resolución de la Conferencia Sectorial de Reto Demográfico, incluyendo, en su caso, los municipios afectados por la DANA u otros que puedan ser incorporados conforme al Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Reto Demográfico (ACSRD).

Las acciones de Street Marketing deben transmitir de forma clara, accesible y atractiva:

- La gratuidad y modalidad de los cursos.
- La utilidad práctica de la formación.
- La facilidad de inscripción.
- El impacto positivo de la inteligencia artificial en la vida personal y profesional.
- Los beneficios para los municipios que incentiven y posibiliten la participación de sus ciudadanos en esta iniciativa.
- Iniciativas como: La liga Digital-IA y el apoyo al aprendizaje mediante el acceso a una Tablet de manera gratuita.
- Estar en consonancia con la campaña de marketing y comunicación establecida.
- Diseñarse acorde al manual de identidad corporativa establecido y que se está utilizando en todas las actividades de Digital-IA.

3.2 Ámbito territorial

El servicio se presta en las siguientes provincias:

- Castellón
- Valencia
- Alicante

Es importante destacar que las actividades no se realizarán en las capitales de provincias sino en áreas de influencia comarcales, dado que va dirigido a municipios de menos de 20.000 habitantes que no dependen de un área urbana funcional.



Las acciones se desarrollarán preferentemente en espacios urbanos de alta afluencia de personas, tales como plazas, zonas comerciales, entornos educativos, ferias, eventos locales u otros espacios previamente autorizados

Se busca contar con la implicación de diputaciones, mancomunidades y entidades locales.

Los eventos se ubican preferentemente en:

- Zonas comerciales y peatonales.
- Plazas y espacios públicos.
- Entornos educativos y formativos.
- Ferias, eventos locales y espacios de gran tránsito.

3.3 Público objetivo

Las acciones se dirigen prioritariamente a:

- Personas desempleadas
- Niños y jóvenes
- Personas mayores
- Mujeres
- Adultos en proceso de mejora o cambio profesional
- Trabajadores que desean actualizar sus competencias digitales
- Ciudadanía interesada en la transformación digital y la inteligencia artificial

3.4 Resultados esperados

- Incremento significativo del número de inscripciones en los cursos del proyecto Digital-IA.
- Aumento de la visibilidad y reconocimiento del proyecto en las tres provincias.
- Impacto directo y medible sobre el público objetivo.

4 ALCANCE DE LOS TRABAJOS A PRESUPUESTAR

El **presupuesto máximo** será de 200.000€ (IVA no incluido). La empresa licitadora deberá presentar una propuesta ajustada a dicho presupuesto, no valorándose rebajas en el presupuesto, sino la calidad de la propuesta.

La empresa adjudicataria prestará un servicio integral que incluirá, como mínimo, las siguientes actuaciones:

4.1 Análisis Previo y diseño estratégico

- Análisis del proyecto Digital-IA y de sus objetivos de captación.
- Definición del público objetivo por zonas geográficas.
- Diseño de una estrategia de Street Marketing coherente, creativa y orientada a resultados.
- Definición de mensajes clave y llamadas a la acción.
- Propuesta de dinámicas participativas que favorecen la interacción y la inscripción.



4.2 Diseño de la estrategia de Street Marketing

- Propuesta creativa alineada con los valores y objetivos del proyecto Digital-IA. Es necesario presentar una propuesta de las acciones a desarrollar.
- Definición de mensajes clave y dinámicas de interacción con el público.
- Adaptación del enfoque a cada provincia y tipología de público.

4.3 Organización y producción de los eventos

- Planificación de un calendario con al menos tres **eventos** en cada una de las tres provincias hasta marzo de 2026. (Se entenderá por evento cada acción presencial de street marketing ejecutada en una ubicación concreta en fecha determinada.)
- Selección de ubicaciones estratégicas.
- Gestión de permisos y autorizaciones necesarias.
- Producción de materiales promocionales físicos (roll-ups, folletos, merchandising u otros soportes).

4.4 Ejecución de las acciones

- Desarrollo de eventos presenciales de street marketing con personal cualificado.
- Interacción directa con el público mediante dinámicas participativas.
- Información clara y directa sobre el proyecto y los cursos.
- Apoyo activo a la inscripción de las personas interesadas mediante dispositivos digitales o recogida de datos.
- Desarrollo de eventos presenciales de street marketing.
- Atención directa al público.
- Resolución de dudas en el momento.

4.5 Seguimiento y evaluación

- Registro del número de personas contactadas.
- Número de inscripciones generadas o leads captados.
- Informe final de resultados por provincia.
- Propuestas de mejora y conclusiones.

5 REQUISITOS DE LOS CONCURSANTES

5.1 Solvencia económica

- Certificado de estar al corriente de las obligaciones con la AEAT
- Certificado de estar al corriente de las obligaciones con la Seguridad Social
- Cuentas anuales de los 2 últimos ejercicios registrados



- Póliza de seguro de Responsabilidad Civil (que cubra los servicios y productos licitados)
- Escritura de poder (donde conste el cargo de quien va a firmar el contrato)

5.2 Solvencia técnica y profesional

La solvencia técnica y profesional se acreditará mediante la presentación de:

- Relación de contratos ejecutados en los tres últimos años de naturaleza similar (acciones de street marketing, promoción o eventos), indicando cliente, importe y periodo de ejecución
- Capacidad logística y operativa para actuar simultáneamente en varias provincias
- Experiencia en campañas de captación
- Certificaciones de calidad o medioambientales, si las hubiera (ISO 9001, ISO 14001, u otras equivalentes)

5.3 Equipo de trabajo

La empresa licitante deberá aportar en su equipo de trabajo:

- Personal formado en comunicación, marketing promocional, relaciones públicas o dinamización de eventos.

6 PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución será hasta el 22 de marzo de 2026 (Fecha límite de ejecución), pudiendo la empresa licitadora extender esta fecha hasta el 30 de junio de 2026 en el caso de que no se haya consumido la totalidad del presupuesto. En esta fecha deberán haberse ejecutado las acciones y realizado la evaluación de estas. La ejecución del servicio se desarrollará en las siguientes fases:

6.1 Fase 1 – Planificación y diseño

Esta fase comprende el análisis inicial de los objetivos del proyecto Digital-IA, la definición de la estrategia de street marketing y la determinación de los mensajes clave que guiarán la campaña. Durante este periodo, la empresa adjudicataria deberá estudiar las características socio-demográficas de los municipios objetivo y establecer un enfoque territorial diferenciado para maximizar la eficacia de las acciones. Asimismo, se deberán concretar los criterios de selección de ubicaciones, las dinámicas de interacción y los recursos creativos necesarios para la ejecución de los eventos.

Además, en esta fase se elaborará el calendario operativo detallado para las tres provincias, incluyendo las fechas estimadas de cada acción, los equipos implicados y la previsión de materiales. La planificación deberá coordinarse con ValgrAI para garantizar la coherencia técnica, comunicativa y visual con el resto de actividades del programa Digital-IA, así como para asegurar la disponibilidad de los recursos y la correcta alineación con los hitos de justificación PRTR.

Entregable: **Informe de Planificación y Estrategia**, que incluirá análisis previo, estrategia general y por provincia, mensajes clave, cronograma detallado, propuesta creativa, necesidades logísticas y plan de permisos.

Plazo de entrega: 10 días desde la fecha de firma del contrato.



6.2 Fase 2 – Ejecución de eventos

En esta fase se llevará a cabo la implementación operativa de las acciones de street marketing en las tres provincias, conforme al calendario aprobado. La empresa adjudicataria será responsable de la instalación de los elementos promocionales, la presencia de personal cualificado, la ejecución de las dinámicas participativas y la atención directa al público. Deberá garantizarse un estándar profesional homogéneo en todos los eventos, así como la capacidad para dar respuesta inmediata a incidencias operativas o necesidades del público asistente.

De igual modo, durante esta fase se desarrollará la captación efectiva de leads y la inscripción asistida de personas interesadas en los cursos del programa. La adjudicataria deberá registrar el volumen de contactos, interacciones y conversiones logradas en cada acción, coordinando la transmisión de datos a ValgrAI bajo criterios de trazabilidad, protección de datos y cumplimiento PRTR. Estas actividades constituirán la base del análisis posterior en la fase de evaluación.

Entregable: **Informe de ejecución de evento**, que deberá incluir fecha, ubicación, personal desplazado, materiales utilizados, descripción de la acción, volumen de público, leads/inscripciones generadas, incidencias y evidencias fotográficas.

Plazo de entrega: 7 días desde la fecha del evento o 25 de marzo de 2026, lo que antes ocurra.

6.3 Fase 3 – Evaluación y cierre

Esta fase consiste en el análisis del impacto real de las acciones ejecutadas y la elaboración de conclusiones basadas en indicadores verificables. La empresa adjudicataria deberá consolidar la información recopilada durante la fase de ejecución, comparar los resultados con los objetivos iniciales y proponer recomendaciones para optimizar posibles campañas futuras. La evaluación se realizará por evento y deberá integrar métricas homogéneas que permitan contrastar el desempeño entre ubicaciones y tipologías de público.

Entregable: **Informe de evaluación y cierre de evento** (por evento y global), que deberá incluir un resumen de resultados y una valoración final del impacto y cumplimiento de objetivos.

Plazo de entrega: 15 días desde la fecha del evento o 25 de marzo de 2026, lo que antes ocurra.

El plazo de ejecución podrá ampliarse hasta el 30 de junio de 2026 a petición de la empresa licitadora, en el supuesto que no se haya consumido la totalidad del presupuesto pactado.

7 FACTURACIÓN Y PAGO DE LOS TRABAJOS

La empresa adjudicataria facturará sus trabajos de acuerdo con los hitos establecidos en el presente pliego.

7.1 Hitos de facturación

Hito 1. Planificación y diseño

10% del precio del evento tras la entrega y validación del **Informe de Planificación y Estrategia**.

Hito 2. Ejecución de eventos

80% del precio del evento tras la entrega y validación del **Informe de Ejecución de evento**.



Hito 3. Evaluación y cierre

10% del precio del evento tras la entrega y validación del **Informe de Evaluación y cierre** del evento.

Las facturas cuya documentación justificativa no haya sido validada por ValgrAI serán rechazadas.

7.2 Pago

El pago de las facturas se realizará en un plazo máximo de 30 días naturales a contar desde la fecha de la factura.

8 PENALIZACIONES

Con el objetivo de garantizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, la adjudicataria estará sujeta a las siguientes penalizaciones por incumplimientos:

8.1 Penalizaciones por retrasos

Cuando la adjudicataria no ejecute las acciones en las fechas previstas sin causa justificada, se aplicará una penalización del 1% del precio del evento afectado por cada día natural de retraso, hasta un máximo del 15% del importe del evento.

8.2 Penalizaciones por no ejecución de eventos

En caso de que la adjudicataria no realice alguna actuación obligatoria prevista en el pliego (montaje incompleto, ausencia de materiales, personal insuficiente...), ValgrAI podrá aplicar una penalización del 5% del precio del evento por cada incumplimiento, hasta un máximo del 15% del importe del evento.

8.3 Penalizaciones por falta de entrega o entrega incorrecta de los informes

En caso de incumplimiento en la entrega de los informes, ValgrAI podrá aplicar las siguientes penalizaciones:

- Informe de Planificación y Estrategia. 0,5% del importe total del contrato por día de retraso en la entrega del informe, a contar a partir del tercer día de retraso, hasta un máximo del 10% del precio total del contrato.
- Informe de ejecución de evento. 1% del importe del evento por día de retraso en la entrega del informe, a contar a partir del tercer día de retraso, hasta un máximo del 10% del precio del evento.
- Informe de evaluación y cierre de evento. 1% del importe del evento por día de retraso en la entrega del informe, a contar a partir del tercer día de retraso, hasta un máximo del 10% del precio del evento.
- Informe de evaluación y cierre (global). 0,5% del importe total del contrato por día de retraso en la entrega del informe, a contar a partir del tercer día de retraso, hasta un máximo del 10% del precio total del contrato.



8.4 Penalizaciones por incumplimientos en materia de imagen, mensajes o identidad corporativa

El uso inadecuado de materiales, mensajes no autorizados o vulneración de la imagen de Digital-IA podrá penalizarse con hasta el 5% del precio del evento.

Las partes acuerdan actuar de buena fe en la ejecución del contrato. No se aplicarán penalizaciones cuando la adjudicataria acredite documentalmente que un incumplimiento se debe a causas fuera de su control directo, tales como fuerza mayor o incidencias extraordinarias debidamente justificadas.

En todo caso, será ValgrAI quien decida de manera definitiva si la justificación presentada es válida o no.

Bajo ningún concepto, ValgrAI asumirá costes adicionales derivados de incidencias atribuibles a la adjudicataria.

La reiteración de incumplimientos dará derecho a ValgrAI a resolver unilateralmente el contrato, sin que ello exima a la adjudicataria del pago de penalizaciones e indemnizaciones por los costes directos ocasionados a ValgrAI.

9 CONTENIDO Y PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

La oferta consistirá en una Memoria-técnico económica que contendrá la siguiente información:

1. Breve presentación del licitador:
 - Profesional responsable del trabajo.
 - Equipo que intervendrá en el trabajo.
2. Alcance de los trabajos ofertados, que como mínimo serán los indicados en este pliego, pudiendo añadirse mejoras que serán valoradas. Las mejoras que se valorarán serán:
3. Plan de implementación y ejecución de las acciones (cronograma)
4. Precio pormenorizado de todos los servicios ofertados.
5. Acreditación de cumplimiento de los requisitos de solvencia económica, técnica y profesional especificados en el apartado 5.



10 FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

La oferta se presentará en documento en formato PDF firmado digitalmente, con una extensión máxima de 75 páginas (Arial 11, interlineado sencillo), que podrá incluir anexos, los cuales no computan en las 75 páginas de extensión máxima.

Las solicitudes deberán enviarse desde el siguiente formulario de presentación de ofertas: <https://portal.valgrai.eu/proveedor-digital-ia>

Las consultas y dudas deberán ser enviadas a digitalia@valgrai.eu. Las consultas serán analizadas y contestadas a todos los concursantes.

El plazo máximo para la presentación de la documentación es el día 31 de enero de 2026, hasta las 14:00 horas. Finalizado el plazo máximo de presentación, no se aceptará ninguna oferta.

11 VALORACIÓN DE LAS OFERTAS Y CONTRATACIÓN

La adjudicación se realiza atendiendo, entre otros, a los siguientes criterios:

- Calidad y creatividad de la propuesta presentada
- Adecuación de la estrategia a los objetivos del proyecto Digital-IA
- Experiencia y solvencia técnica del equipo
- Capacidad de medición de resultados
- Capacidad logística y de ejecución simultánea de eventos
- Claridad y detalle del presupuesto

La valoración total es de 100 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

11.1 Valoración subjetiva (50 puntos)

Calidad técnica y estrategia propuesta (10 puntos)

- Adecuación de la propuesta a los objetivos del proyecto
- Coherencia estratégica
- Capacidad de captación directa
- Adaptación territorial
- Enfoque orientado a resultados
- Planificación detallada de acciones y cronograma

Creatividad e innovación de las acciones (10 puntos)

- Originalidad de las acciones
- Capacidad de diferenciación
- Propuestas participativas e interactivas
- Uso innovador del espacio urbano
- Al menos tres acciones por provincia.

Recursos humanos y organización (10 puntos)



- Perfil y experiencia del equipo
- Organización operativa
- Coordinación y control de calidad
- Capacidad de ejecución simultánea en varias provincias

Sistema de seguimiento y evaluación (10 puntos)

- Metodología de medición de impacto
- Indicadores claros y verificables
- Calidad del informe final
- Propuestas de mejora basadas en datos

Oferta económica (10 puntos)

- Nivel de detalle del presupuesto
- Claridad y coherencia del desglose económico

11.2 Valoración objetiva (50 puntos)

Mejora de plazos (20 puntos)

Se valorará en este apartado la capacidad de llevar a cabo al menos 9 eventos con anterioridad a la Fecha límite de ejecución. Para ello, el licitante deberá indicar cuántos eventos realizará antes de la Fecha límite de ejecución.

$$\text{Puntuación} = 20 \times \frac{\text{Nº de eventos realizados antes de la Fecha límite de ejecución (máx.9)}}{9}$$

Capacidad operativa (20 puntos)

Se valorará en este apartado la capacidad logística y operativa para simultanear eventos.

$$\text{Puntuación} = 20 \times \frac{\text{Nº de eventos simultáneos ofertados}}{\text{Nº máximo de eventos simultáneos ofertados}}$$

Experiencia (10 puntos)

Se valorará en este apartado la experiencia previa del licitante en la realización de eventos de naturaleza similar⁽¹⁾ en los últimos 2 años.

$$\text{Puntuación} = 10 \times \frac{\text{Nº de eventos realizados}}{\text{Nº máximo de eventos realizados}}$$

La empresa licitante deberá acreditar documentalmente esta experiencia, no se tendrán en cuenta los eventos no justificados ni los que a juicio de la entidad contratante no sean de naturaleza similar a los demandados.

(1) Se entenderá por eventos de naturaleza similar aquellos que cumplan simultáneamente las siguientes características:

- Sean acciones presenciales de street marketing, promoción territorial o activación en



espacio público

- *Estén orientadas a la captación directa de público, sensibilización ciudadana o inscripción en programas formativos o sociales*
- *Requieran montaje y producción en vía pública (elementos promocionales, materiales, personal dinamizador o informador)*
- *Involucren interacción directa con la ciudadanía mediante dinámicas participativas, demostraciones, microactividades o puntos informativos*
- *Hayan sido ejecutados en municipios de tamaño medio o pequeño o en contextos de proximidad ciudadano-administración*

12 CAUSAS DE EXCLUSIÓN

Será causa de exclusión directa: La no presentación o falta de acreditación de alguna documentación o información requerida en el punto 10.1; La presentación fuera del plazo indicado en el punto 10.2; no alcanzar el mínimo de 10 puntos requeridos para alcanzar el umbral de calidad mínimo.

13 DISPOSICIÓN FINAL

Los aspectos no previstos o regulados en las presentes bases, así como la interpretación de las mismas en caso de dudas y de otras cuestiones suscitadas de resultas de esta convocatoria, serán resueltos exclusivamente por los representantes de la Entidad Convocante, gozando sus acuerdos de la presunción de interpretación auténtica de las presentes bases.