



SERVEI / UNITAT: Màrqueting i Negocis Corporatius – Gestió i Operació de Continguts i Xarxes Socials
DATA 11/11/2024

ASSUMPTE: NEGOCIAT SENSE PUBL.- INFORME PROVEÏDOR ÚNIC O LIMITAT TIPUS: SERVEIS

Número de sol·licitud: 15013094

Títol de l'expedient (coincident amb els plecs):

Social Ads - Facebook

Breu descripció del material que es demana subministrament, o del servei o obra que es demana executar:

En el marc de l'estratègia de xarxes socials, es vol continuar amb el pla de social ads engegat de 2019 per optimitzar els continguts i millorar els indicadors del Facebook i l'Instagram de TMB, tant d'àmbit turístic com de residents. En aquests dos darrers anys, s'ha confeccionat un informe de seguiment de la inversió i dels principals indicadors de les campanyes que demostren un increment de la mitjana d'abast i engagement mensual d'aquests canals, respecte anys anteriors, i s'està incrementant la seva conversió. En el cas del Facebook de TMB, l'abast s'ha multiplicat per 2,5 i les impressions han crescut un 45%. A xarxes d'àmbit turístic s'ha registrat un augment d'un 71,4% de la comunitat.

Es genera, per tant, la necessitat de poder tenir pressupost associat per a la planificació i execució de campanyes d'ads dins el gestor de Facebook d'Anuncis per poder:

- Crear anuncis i promocionar els serveis de mobilitat de TMB tant a Facebook com a Instagram, amb l'objectiu d'incrementar les vendes.
- Escollir objectiu de campanya, segmentar l'audiència i avaluar resultats dins el Centre d'Anuncis de Facebook.

Aquesta publicitat només es pot gestionar dins la plataforma pròpia de Facebook i, per tant, és un proveïdor únic per poder fer aquestes tasques.

NOM PROVEÏDOR (indicar-ne 3 per casos de prov limitats):

META PLATFORMS IRELAND LIMITED

Durada del servei o subministrament (o indicar si és puntual)

2 anys + 2 pròrroques d'un any cadascuna
(un total de 4 anys)

Marca amb una creu quina de les 10 causes de sota justifiquen procedir per la via del negociat sense publicitat (art 168 LCSP) i complimenta la informació sol·licitada pel seu cas:

	No presentació d'ofertes o ofertes inadequades en un procediment de contractació previ
X	No competència per raons tècniques o protecció de drets exclusius



	Secrets o reservats
	Imperiosa urgència per fets imprevisibles
	Negociat previ amb ofertes irregulars o inacceptables
	Subministrament per estudis o desenvolupaments
	Entregues addicionals o ampliacions d'entregues
	Condicions especialment avantatjoses
	Serveis de projectes concursats
	Obres o serveis previstos en procediments previs

Així mateix, en funció de la causa seleccionada del procediment negociat sense publicitat, caldrà justificar degudament l'esmentada selecció d'acord amb els següents paràmetres:

X	No competència per raons tècniques o protecció de drets exclusius (art.168.a.2: Quan les obres, els subministraments o els serveis només puguin ser encomanats a un empresari determinat, per alguna de les raons següents: que el contracte tingui per objecte la creació o adquisició d' una obra d' art o representació artística única no integrant del Patrimoni Històric Espanyol; que no existeixi competència per raons tècniques; o que procedeixi la protecció de drets exclusius, inclosos els drets de propietat intel·lectual i industrial). La no existència de competència per raons tècniques i la protecció de drets exclusius, inclosos els drets de propietat intel·lectual i industrial només s'aplicaran quan no existeixi una alternativa o substitut raonable i quan l'absència de competència no sigui conseqüència d'una configuració restrictiva dels requisits i criteris per adjudicar el contracte). - Identificació causa de no competència: La causa de no competència tal com s'indica a l'article 168.a.2 LCSP és que no existeix competència per raons tècniques. La publicitat a Facebook és un mitjà a través del qual s'arriba a un públic objectiu molt més acotat i dirigit a certes necessitats puntuals. La presència de TMB en aquesta xarxa social és clau i necessària per respondre als objectius estratègics en aquest àmbit. - Argumentació de la raó tècnica: Les grans multinacionals de la tecnologia (Google, Facebook, Microsoft, Twitter, LinkedIn, etcètera) ofereixen serveis que tenen un caràcter únic. No hi ha un altra alternativa al mercat que pugui substituir el seu servei. El principal motiu per escollir invertir en aquesta xarxa social a nivell empresarial és que és l'única xarxa social que permet <u>autogestionar</u> la inversió en publicitat directament des de la seva consola de gestió d'anuncis associada a Facebook i Instagram. La configuració i publicació de campanyes de <i>social ads</i> a Facebook i Instagram (Meta) és exclusiva d'aquestes xarxes socials i, per tant, s'ha de realitzar des de la seva consola de programació, per la qual cosa s'ha de tenir un compte corrent associat dins el Business Manager de Meta (el seu gestor) per poder crear els anuncis dins d'aquesta plataforma. Només pagues pels clics dels usuaris, un cost per clic bastant econòmic. Aquesta plataforma exclusiva des d'on es gestionen les campanyes permeten un únic i gran control del pressupost associat. Les plataformes publicitàries en xarxes
---	---



socials disposen d'una gran quantitat d'informació a l'abast dels anunciants. Pots saber en tot moment què està passant amb els teus anuncis en temps real i enllaçar-los amb la teva estratègia de conversió per valorar el retorn de la inversió. Una gestió que és exclusiva dins dels seus gestors d'anuncis. Per tant, no existeix cap alternativa o substitut raonable a META per poder disposar dels serveis de publicitat a Facebook i Instagram (META) en ser propietaris dels serveis.

Les particularitats de Facebook, a banda del que s'ha comentat anteriorment són: En primer lloc, que Facebook té un sistema propi on mitjançant la seva plataforma pròpia l'empresa pot realitzar anuncis dirigits a certs públics objectius, permetent segmentar directament per diversos aspectes (audiència, ubicació, edat, gènere, treball, interessos, comportaments, entre d'altres) i fent que els anuncis estiguin més enfocats a necessitats de l'empresa. En segon lloc, els anuncis de Facebook i Instagram (Grup META) no es poden realitzar a no ser que es faci amb ells directament, per tant, és necessari aquest proveïdor per poder publicar els anuncis, fer seguiment i poder canviar estratègies en temps real. Finalment, és una forma d'inversió flexible on pots controlar en temps real la despesa i ajustar al màxim les campanyes.

Els beneficis o necessitats de TMB amb la contractació d'aquest proveïdor són: Treballar directament amb Facebook fa que puguem tenir de forma instantània resultats de l'impacte dels ads que es publiquen (feedback), poder modificar les estratègies per tal d'arribar al nostre *target* si veiem que l'anunci no actua de forma correcta, i tenir presència en xarxes socials de màxim impacte amb una major interacció amb clients.

La relació directa i el treball propi ens permet aconseguir resultats eficaços, mesurar els resultats i actuar en conseqüència de forma ràpida sense desvirtuar els objectius estratègics principals.

L'anterior expedient que es va realitzar amb aquest proveïdor va ser l'any 2023 amb número d'expedient 15011967, per mitjà del procediment negociat sense publicitat, el qual finalitza el 23 de febrer de 2025, data que suposaria l'inici del present expedient.

L'anterior contracte realitzat amb Facebook es va signar a l'any 2018 (abans de l'aplicació de la LCSP) i estenia la seva vigència des del 2018 fins 2022. El número de la sol·licitud va ser 15009074.

El servei d'ads es va fer efectiu des del 2017 amb contractes directament amb Facebook fins que a finals de l'any 2018 vam regir-nos per la LCSP, licitació que es va realitzar amb un Negociat Sense Publicitat i el proveïdor únic va ser també Facebook.

NOM I COGNOMS RESPONSABLE: Natalia Cabezas Rodriguez

SIGNATURA I DATA: