PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PROMOCIÓ D'ESTUDIS GESTIONATS PER LA FUNDACIÓ POLITÈCNICA DE CATALUNYA A TRAVÉS DE XARXES SOCIALS 2025-2026

ANTECEDENTS, OBJECTE I ABAST

LinkedIn és actualment la xarxa social professional amb més volum d'usuaris a escala mundial, compta amb més de 1.000 milions d'usuaris registrats a tot el món i present en més de 200 països, segons les dades estadístiques publicades al web de *LinkedIn* a juny de 2025[1].

A Espanya, segons dades de març de 2025, LinkedIn comptava amb aproximadament 3.250.000 usuaris, el que representa al voltant del 6,7 % de la població nacional[2].

Aquesta xarxa social està conformada per usuaris qualificats acadèmicament i/o professionalment que cerquen oportunitats laborals. Per tant, la formació gestionada per la Fundació Politècnica de Catalunya (FPC) desenvolupa un paper molt important en aquesta xarxa social, ja que pot ajudar als seus usuaris a millorar i impulsar la seva carrera professional.

LinkedIn Ads és la plataforma que proporciona *LinkedIn* als seus anunciants per oferir i gestionar la publicitat a la seva plataforma, mostrant els anuncis en el perfil dels usuaris registrats i permet a l'FPC arribar de forma molt efectiva al seu públic objectiu a través d'anuncis segmentats per país, nivell professional, empresa en la qual treballen, grups de debat als quals pertanyen, etc.

Des del departament de Màrqueting i Comunicació es considera necessària i idònia la contractació del servei de publicitat a la xarxa social *LinkedIn Ads.* Aquest servei permetrà la creació de campanyes de publicitat per a promocionar els estudis gestionats per l'FPC mitjançant la plataforma de publicitat que ofereix *LinkedIn* i els seus associats.

Des de l'FPC s'impulsaran diferents campanyes promocionals i estacionals al llarg del curs acadèmic 2025-2026 i el nombre de clics (nombre de vegades que un usuari a accedit a un anunci), impressions (nombre de vegades que ha sortit publicat un anunci) i conversions rebudes a cadascuna de les campanyes actives durant cada mes permetran avaluar l'impacte publicitari de *LinkedIn Ads*.

Atesa la necessitat i idoneïtat de la contractació, i en coherència tecnològica amb els equips que actualment disposa i empra l'FPC, per a cada equip es defineix una configuració estàndard mínima; així mateix es defineixen les opcions de substitució i ampliació de components.

PLA DE TREBALL

A continuació es detallen les fases de treball per a la realització de campanyes de publicitat en línia a la plataforma *LinkedIn Ads*:

[1] Font: https://news.linkedin.com/about-us#Statistics

[2] Font: NapoleonCat – "LinkedIn users in Spain, March 2025"

Fase 1: anàlisi i definició del públic objectiu dels estudis que s'han de promocionar, (edat, estudis afins, professions i llocs de feina afins, grups i temàtiques d'interès, àmbit geogràfic, etc.).

Fase 2: definició, disseny i creació de les campanyes de publicitat. Es crearan els *copys* (texts dels anuncis) i les creativitats digitals per a cadascun dels anuncis que conformen les campanyes i grups d'anuncis. Cada campanya i grup d'anuncis estarà segmentada pels factors, audiències i interessos analitzats prèviament a la fase 1, adients per a cada estudi de formació gestionat per l'FPC.

Fase 3: seguiment i optimització diària de cadascuna de les campanyes, analitzant el rendiment de cada anunci.

Fase 4: avaluació global de totes les campanyes i anàlisi del retorn de la inversió. Aquesta avaluació es farà setmanalment per tal de poder redirigir i optimitzar les campanyes per obtenir uns resultats més efectius.

RECURSOS NECESSARIS PER A DUR A TERME L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

Plataforma de *LinkedIn Ads* i els espais de la xarxa que *Linkedin* cedeix per ubicar els anuncis.

PREVISIONS MÈTRIQUES

Les campanyes de *LinkedIn Ads* es mesuren principalment mitjançant les següents mètriques:

- Clics (nombre de vegades que els usuaris han fet clic en un anunci);
- Impressions (nombre de vegades que ha sortit publicat l'anunci);
- CPC mitjà (cost per clic mitjà).

Volum curs acadèmic 2024-2025:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	2.019	255.199	1,31 – 3,50

*dades previstes.

Volum previst pel curs acadèmic 2025-2026:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	15.000	3.850.175	1,50 – 6,50

*dades previstes.

FIXACIÓ DE PREU

El pressupost dels plecs s'ha calculat atenent a la complexitat del servei a prestar i a que no és possible fixar amb precisió un preu final cert.

El valor del preu definitiu dependrà del nombre de clics o d'impressions rebudes en cadascuna de les campanyes actives durant cada mes.

DURADA DEL CONTRACTE

La durada del present contracte es fixa en 12 mesos i serà vigent durant el període comprès entre l'1 de setembre de 2025 i el 31 d'agost de 2026, ambdós inclosos.

PROPOSTES DE MILLORA

El licitador pot proposar a la seva oferta tècnica una relació de millores complementàries no contemplades en aquestes especificacions tècniques que ajudin a optimitzar el funcionament del servei objecte de la contractació i que no representin cap increment en el preu del contracte.

INTERPRETACIÓ

Pel no previst en el present plec o contradictori respecte del disposat en el plec de clàusules administratives particulars (PCAP), prevaldrà el previst en el PCAP.

Barcelona, juliol de 2025

Gerard Campanera Mercè
Òrgan de Contractació