

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 2025-26

ANTECEDENTS, OBJECTE I ABAST

Meta és actualment la xarxa social amb més volum d'usuaris actius a nivell mundial, amb, aproximadament, 7.000 milions d'usuaris actius mensuals a tot el món. Instagram amb 2.000 milions d'usuaris actius mensuals, Facebook amb 3.070 milions i WhatsApp amb 2.000 milions segons *Statista.com*¹, amb dades corresponents a febrer del 2025 i les xifres de l'Informe anual "*Digital 2025 Global Overview Report*" publicat a *datareportal.com*².

Meta Platforms Ireland Limited és la plataforma que proporciona *Meta* (anteriorment, *Facebook Ireland Limited*) als seus anunciants per oferir i gestionar la publicitat a la seva plataforma, mostrant els anuncis en el perfil dels usuaris registrats així com a altres xarxes socials de la seva propietat, com Instagram, Facebook, Whatsapp, Threads, Messenger, espais webs i aplicacions associades a *Meta*, el que permet a la Fundació Politècnica de Catalunya (FPC) arribar de forma molt més efectiva al seu públic objectiu a través d'anuncis i publicacions molt segmentades per àmbit geogràfic, edat, aficions i interessos, retargeting, etc.

Des del departament de Màrqueting i Comunicació es considera necessària i idònia la contractació del servei de publicitat a les xarxes socials *Meta i Instagram*. 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 *Meta* 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 *Meta*.

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 les xarxes socials *Meta i Instagram*:

Fase 1: anàlisi i definició del públic objectiu de cada estudi de formació gestionat per l'FPC (rang d'edat, àmbit geogràfic, estudis, professions i llocs de feina afins, grups i temàtiques d'interès, etc.). Es farà servir la mateixa eina de *Meta*.

¹ Font: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

² Font: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>

Fase 2: definició, disseny i creació de les campanyes de publicitat. Es crearan els *copy*s (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 *Meta* i els espais de la xarxa que *Meta* cedeix per ubicar els anuncis.

PREVISIONS MÈTRIQUES

Les campanyes de *Meta* 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	62.886	8.246.422	0,25 - 0,80€

*dades previstes

Volum previst pel curs acadèmic 2025-2026:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	360.000	36.000.000	0,30 - 1€

*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