

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 2026-27

ANTECEDENTS, OBJECTE I ABAST

El cercador Google, segons les estadístiques a *StatCounter Global Stats*¹, amb dades corresponents al període de maig de 2026, és el motor de cerca més utilitzat a escala mundial, amb una quota de mercat superior al 90,56 %. La resta d'usuaris es reparteixen principalment entre quatre cercadors més: Bing, Yandex, Yahoo i DuckDuckGo.

A Espanya, Google és emprat pel 91,81% dels usuaris d'Internet², fet que evidencia que Google ocupa una posició dominant com a cercador i, per tant, qualsevol usuari d'Internet que cerqui informació relacionada en l'àmbit de la formació amb molta probabilitat farà ús de Google com a cercador.

Quan els usuaris fan servir paraules clau al cercador Google, els resultats de la cerca poden incloure anuncis patrocinats. Aquests anuncis també es poden mostrar en altres serveis i plataformes de Google, així com en llocs web i aplicacions associades, en funció de la configuració de les campanyes.

Aquest sistema d'orientació o recomanació d'accés a determinades pàgines web s'anomena *Google Ads*, una plataforma que proporciona Google als seus anunciants per oferir i gestionar la publicitat al seu cercador i a les pàgines web que formen part de la seva xarxa de continguts.

Des del departament de Màrqueting i Comunicació es considera necessari i idoni la contractació del servei de publicitat del servei de *Google Ads*. Aquest servei permetrà la creació de campanyes de publicitat per a promocionar els estudis gestionats per la Fundació Politècnica de Catalunya (FPC) mitjançant el cercador de *Google*.

Des de l'FPC s'impulsaran diferents campanyes promocionals i estacionals al llarg del curs acadèmic 2026-27 i el nombre de clics (nombre de vegades que un usuari ha 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 *Google Ads*.

PLA DE TREBALL

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

Fase 1: Anàlisi del volum de cerques de paraules clau relacionades amb la temàtica de cada estudi de formació gestionat per l'FPC, així com un anàlisi del tipus de perfil al qual va dirigit. Es farà servir l'eina *Keyword Planner Tool* de *Google Ads* així com *Google Trends*.

¹ Font: [Stat Counter Global Stats - Search Engine Market Share Worldwide - juny 2026](#)

² Font: [Stat Counter Global Stats - Search Engine Market Share Spain - juny 2026](#)

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. S'utilitzaran les paraules clau definides anteriorment per a cada campanya i grup d'anuncis així com les audiències 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 i paraules clau.

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 *Google Ads* i els diferents canals publicitaris disponibles segons la configuració de les campanyes (Google Search, Display, YouTube, Gmail, Discover i altres serveis de Google).

PREVISIONS MÈTRiques

Les campanyes de *Google 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); i
- CPC mitjà (cost per clic mitjà).

Volum curs acadèmic 2025-26*:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	210.000	2.820.000	1,65€

* Dades estimades a partir dels resultats acumulats fins al juliol de 2026.

Volum previst pel curs acadèmic 2026-27:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	240.000	3.500.000	1,85€

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 2026 i el 31 d'agost de 2027, 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 2026

Gerard Campanera Mercè
Òrgan de Contractació