

INFORME TÉCNICO

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA COMERCIAL PARA LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN, PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN, APOYO TÉCNICO-LOGÍSTICO Y ECONÓMICO-ADMINISTRATIVO DE CANALES DE CRTVE EN EL MERCADO RESIDENCIAL DE TV DE PAGO POR CABLE, IPTV Y DTH EN BRASIL.

EXPEDIENTE S-06496-20190906

Como introducción a este informe técnico de criterios técnicos de valoración sometidos a juicio y previa evaluación, cabe decir que los canales de RTVE son productos audiovisuales de producción propia en idioma español destinados a nutrir la oferta en este idioma de las plataformas de TV de pago de Brasil. El canal **TVE** Internacional tiene una larga trayectoria en este territorio y una buena penetración en las ofertas de canales étnicos de TV de pago de los operadores del país. El resto de canales de RTVE, **24 HORAS, STAR** y **CLAN**, no han encontrado hueco en el país. Se trata de una operación puramente comercial regulada por contratos bilaterales con cada uno de los distribuidores.

Con esta contratación se busca un agente experimentado en la venta de canales de TV y con amplio conocimiento del mercado y de sus principales actores en el territorio y con una buena implantación local, que le permita un seguimiento personal diario de la cartera de clientes, aumentar el número de distribuidores y aprovechar todas y cada una de las nuevas oportunidades que puedan surgir con el fin de introducir el resto de los canales de RTVE.

Han presentado ofertas:

- 1. INTERACTV**
- 2. STENNA**

Se analizan a continuación el informe de la situación actual del mercado de TV de pago en Brasil y el plan de marketing de TVE que ambas empresas han presentado:

INTERACTV

1. Informe situación actual del mercado de la TV de pago de Brasil.

- a) No incluye introducción. Se detallan los datos básicos generales de población y hogares del país, evolución, así como de los datos básicos de la TV de pago, tales como suscriptores, distribución por tecnología, principales actores y la cuota de mercado de cada uno, así como las tendencias observadas en relación a las nuevas tecnología, todo ello con mención de las fuentes utilizadas. Se valora este apartado con **2 puntos**.
- b) Se especifican algunos de los principales actores del mercado de TV de pago de canales étnicos con su cuota de mercado y suscriptores, aunque sin mención de ofertas o paquetes. Se valora con **1 punto**.
- d) Se aportan gráficos de la evolución experimentada por el mercado de la TV de pago que por las cifras se entiende aplica al sector de los canales étnicos aunque no se especifica así, así como de la evolución experimentada por los suscriptores de estos paquetes. Se valora con **2 puntos**.
- e) Se aporta un estudio de análisis y tendencias de canales étnicos que presenta el escenario y las tendencias que se dan en relación al grupo de canales entre los que se encuentra TVE. Se valora con **2 puntos**.

Subtotal 7 puntos

2. Plan de Marketing

- a) No se presenta introducción
- b) Comienza con un planteamiento de objetivos de promoción dirigidos a fidelizar tanto a los actuales clientes de TVE, a los espectadores finales de TVE, así como a impactar a los nuevos jugadores del mercado, los cuales se desarrolla a través de varias herramientas internas y externas, así como a través de acciones con

la comunidad española en el país. No se analiza ninguno de los 3 elementos restantes de la mezcla de marketing. Se valora con **2 puntos**.

- c) Se presenta valoración de las acciones propuestas en el aspecto de promocional ciñéndose al presupuesto mínimo obligatorio. Se valora con **3 puntos**

Subtotal 5 puntos

Total general: 12 puntos

STENNA

1. Informe situación actual del mercado de la TV de pago de Brasil.

- a) Da comienzo con una introducción general, seguida de un resumen de cifras generales demográficas desde 1980 a 2019, número de hogares y su evolución, con detalle de su reparto geográfico. Siguen los datos generales de TV de pago con detalle de hogares, con indicación de sexo, edad y capacidad adquisitiva, tecnologías, penetración, acceso a internet de los hogares, precio de suscripción, operadores principales y su cuota de mercado. Se valora con **2 puntos**.
- b) Sigue con un detalle del mercado de TV de pago de canales étnicos en Brasil, con sus principales actores y organización de paquetes. Se valora con **2 puntos**.
- c) A continuación, se relacionan los principales actores del mercado así como los datos de las ofertas de los diferentes paquetes étnicos en cada uno de los operadores, datos de penetración, distribución, suscriptores e historia. Se valora con **2 puntos**.
- d) Evolución de las suscripciones en los últimos 5 años. Se valora con **2 puntos**.
- e) Finaliza con un estudio de análisis, tendencias y proyecciones del mercado de canales étnicos brasileño en base a dos escenarios posibles, uno optimista y otro pesimista; todo ello con consignación de las diferentes fuentes consultadas. Se valora con **2 puntos**.

Subtotal: 10 puntos

2. Plan de Marketing

- a) Comienza con una introducción general focalizada en TVE seguida de un planteamiento de objetivos y situación actual. Se valora con **1 punto**.
- b) Sigue con un análisis DAFO del producto, de la competencia, posicionamiento y promoción de TVE desde varios puntos de vista y a través de varias acciones de promoción y comunicación dirigidas a la fidelización de los clientes y a la de los espectadores finales a través de diferentes herramientas tales como mailings, newsletters, promos, rejillas y servicio de atención al cliente, así como una estrategia de publicidad en redes sociales. El único elemento de MK que no se trata es el precio. Se valora con **8 puntos**
- c) Se presenta valoración de las acciones planteadas con presupuesto de inversión de 8.000 reales anuales. Se valora con **4 puntos**

Subtotal: 13 puntos

Total general: 23 puntos