

## **EVALUACIÓN TÉCNICA DE OFERTAS**

### **AGENTE DE VENTAS DE CANALES EN COLOMBIA** **EXPEDIENTE S-08742-2022**

El presente documento presenta la evaluación técnica de las propuestas presentadas para el Expediente S-08742-2022 “Agente de ventas de canales en Colombia”.

Se ha recibido solamente oferta de una empresa:

- ✓ TELE VVD, S.A.S

La valoración se ha realizado una vez analizada la propuesta presentada por la empresa licitante, analizando el cumplimiento de los requisitos recogidos en el Pliego de Especificaciones Técnicas y valorando los criterios establecidos en el Pliego de Condiciones Generales, en base a la documentación aportada.

#### **ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS**

##### **TELE VVD, S.A.S.**

Se analiza a continuación la oferta presentada en cuanto a requisitos obligatorios del servicio y criterios de valoración sujetos a juicio de valor.

Requisitos obligatorios del servicio:

1. Por los canales que menciona que representa, se puede comprobar que ninguno de ellos representa una competencia directa para STAR HD, CLAN HD, TVE INTERNACIONAL y 24 HORAS.
2. Acredita contar con una oficina en la ciudad de Bogotá, Colombia.
3. Acredita contar con un equipo conformado por 27 personas. Este recurso humano está a completa disposición de RTVE. Se soporta con las hojas de vida que dan reconocimiento a la idoneidad de cada persona para realizar un trabajo de calidad ante la representación de RTVE (CV de 12 personas).
4. Acredita contar con más de 15 años de experiencia en la representación de señales de la industria, que permite que se tenga un grado alto de confiabilidad y aceptación de los productos que representan, generando relaciones comerciales duraderas y de confianza.

TELE VVD S.A.S. presenta lo siguiente:

1. Idoneidad de la oferta. Presenta un documento “Presentación estrategias”, donde se detalla unas buenas estrategias y planes a seguir con cada uno de los principales sectores de la industria, si bien no especifica de forma detallada cómo se prestará el

servicio. A través de dicho documento demuestra un buen conocimiento de los mercados y de los intervinientes en los mismos, así como buenas ideas para el logro de sus objetivos.

## 2. Informe de situación actual mercado de TV de pago en Colombia:

- a. Panorámica general de la población colombiana con cifras de Población, con % de hombres y % de mujeres, distribución por edad, estratificación social, distribuyendo por porcentajes de clase alta, clase media, vulnerabilidad y pobreza. Asimismo, Informe TV Paga en Colombia, distribuyendo porcentajes de hogares, hogares con acceso a TV Paga, hogares suscritos a TV Paga, hogares declarados a TV Paga. Con cita de fuentes.
- b. Clasificación del servicio de televisión, con esquema de clasificación en Abierta (Nacional, Regional y Local) y Cerrada (Por suscripción y Comunitaria), con mención de fuentes.
- c. Principales operadores y su reparto en el mercado. Presencia de señales RTVE en los diferentes operadores y competencia Operadores, con mención de fuentes.
- d. Detalla la evolución del mercado de TV de pago en los últimos 5 años.
- e. Presenta un análisis de las tendencias y proyecciones del mercado de TV de pago en español.
- f. Incluye apartados adicionales como la comparativa de ratings entre TV Paga vs TV Abierta, Relación TV Suscripción y OTT, géneros televisivos más consumidos en Colombia, Rating programas TV 2021, rating y tendencias de Colombia 2023.

## 3. Plan de Marketing.

- a. Introducción. Explicación del estudio de mercado y estrategia de marketing.
- b. Plan de Marketing. No se analizan por separado cada uno de los elementos de la mezcla de MK por cada canal, centrándose en especial en las variables de producto, posicionamiento y promoción.

Se detallan estrategias B2B, enfocadas en tener una comunicación activa con los contenidos destacados de los canales:

1. Newsletter. Creación de newsletter con los destacados de cada Canal, envío mensual directo a encargados de compra de contenido nuevo y a los clientes con señal para abrir

nuevo mercado. Se define Objetivo, Alcance, Estrategia y Señales.

2. Propuestas de Ventas. Definición de plantillas de ventas con presentación del ejecutivo de ventas, resumen de señales, acompañado de contenido Multimedia. Se define Objetivo, Alcance, Estrategia y Señales.
3. Eventos de Mercado. Asistencia a eventos del gremio que se realizan en Colombia, generando que el equipo comercial pueda abordar a nuevos clientes y acercamiento a clientes actuales fortaleciendo las relaciones comerciales, tomando espacios especiales de publicidad (stands, revistas y/o banners. Se define Objetivo, Alcance, Estrategia y Señales.

Se detallan estrategias B2C, enfocadas en tener una comunicación activa con los contenidos destacados de los canales.

1. Manejo de Redes Sociales, para aumentar la participación del Televidente en las redes de TVE Internacional y así aumentar el interés del canal en el país en general. Se define Objetivo, Alcance, Estrategia.
  2. Reconocimiento de Marca. Aumentar el reconocimiento de marca en Colombia, con publicidad en las revistas especializadas del mercado y las asignadas por RTVE, promocionando los programas destacados de cada señal, como estrenos, programas diarios y/o temas que sean deseados por RTVE. Se define Objetivo, Alcance, Estrategia y Señales.
  3. Página Web especializada. TELE VVD cuenta con un espacio especializado para cada señal, de forma interactiva los clientes pueden ver el contenido destacado de cada canal y cuentan con un formulario de contacto para crear bases de datos interna. Se define Objetivo, Alcance, Estrategia y Señales.
- c. Ejercicio de asignación de presupuesto propio a las acciones planteadas, así como presupuesto de RTVE. Presenta un desglose del Presupuesto de Marketing según las estrategias definidas en el apartado anterior.

Criterios de valoración sujetos a juicio de valor:

<b>CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN SUJETOS A JUICIO DE VALOR</b>	<b>45 PUNTOS</b>
1. Idoneidad de la oferta	20 puntos
2. Informe situación actual mercado de TV de pago en Colombia	10 puntos
3. Plan de marketing de los canales de RTVE	15 puntos
<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN AUTOMÁTICOS</b>	<b>15 PUNTOS</b>
1. Herramientas o fuentes de investigación de audiencia o mercado a disposición gratuita de RTVE	5 puntos
2. Primera consulta gratuita de abogado o asesor audiovisual en el territorio	5 puntos
3. No subcontratación servicios	5 puntos
<b>CONDICIONES ECONÓMICAS</b>	<b>40 PUNTOS</b>

La puntuación total otorgada a la empresa TELE VVD S.A.S, correspondiente a los criterios de valoración sometidos a juicio de valor, es la siguiente:

<b>CRITERIO DE VALORACION</b>	<b>PUNTUACIÓN TELE VVD</b>
1. Idoneidad de la oferta	19
2. Informe situación actual mercado de TV en Colombia	10
3. Plan de marketing de los canales de RTVE	14
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>43</b>