



PLAN DE MARKETING DEL SIAD (SISTEMA INTEGRADO DE ADMINISTRACIÓN DEPORTIVA) QUE IMPULSE SU INTRODUCCIÓN EN LAS LIGAS BARRIALES DE LA CIUDAD DE QUITO

Autor: Paúl Herrera

Director: Ing. Jiménez Elisabeth

Codirector: Ing. Iturralde María Fernanda

CAPITULO I



GENERALIDADES DEL PROYECTO



JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

SIAD

Digitalizar la información

Mantener la información en la web

Crear una base de datos útil para los usuarios

Comunicar oportunamente su contenido

Plan de Marketing

META
Introducción del SIAD en las Ligas Barriales de Quito



ADVANTECHSYS CIA. LTDA.



OBJETIVO

Elaborar el plan de Marketing del SIAD (Sistema Integrado de Administración Deportiva) que permita su introducción en las Ligas Barriales en la Ciudad de Quito.



Revisar las Generalidades y Fundamentación Teórica para obtener una base conceptual que valide la investigación y definir los objetivos en el desarrollo del plan de Marketing.

Efectuar un estudio de mercado en las Ligas Barriales para determinar los mecanismos para la introducción del SIAD.

Realizar el planteamiento para establecer el direccionamiento estratégico que mantendrá la empresa.

Elaborar el Plan de Marketing Mix para la introducción del SIAD en el mercado.

Realizar las Conclusiones y Recomendaciones de la ejecución de plan de Marketing.

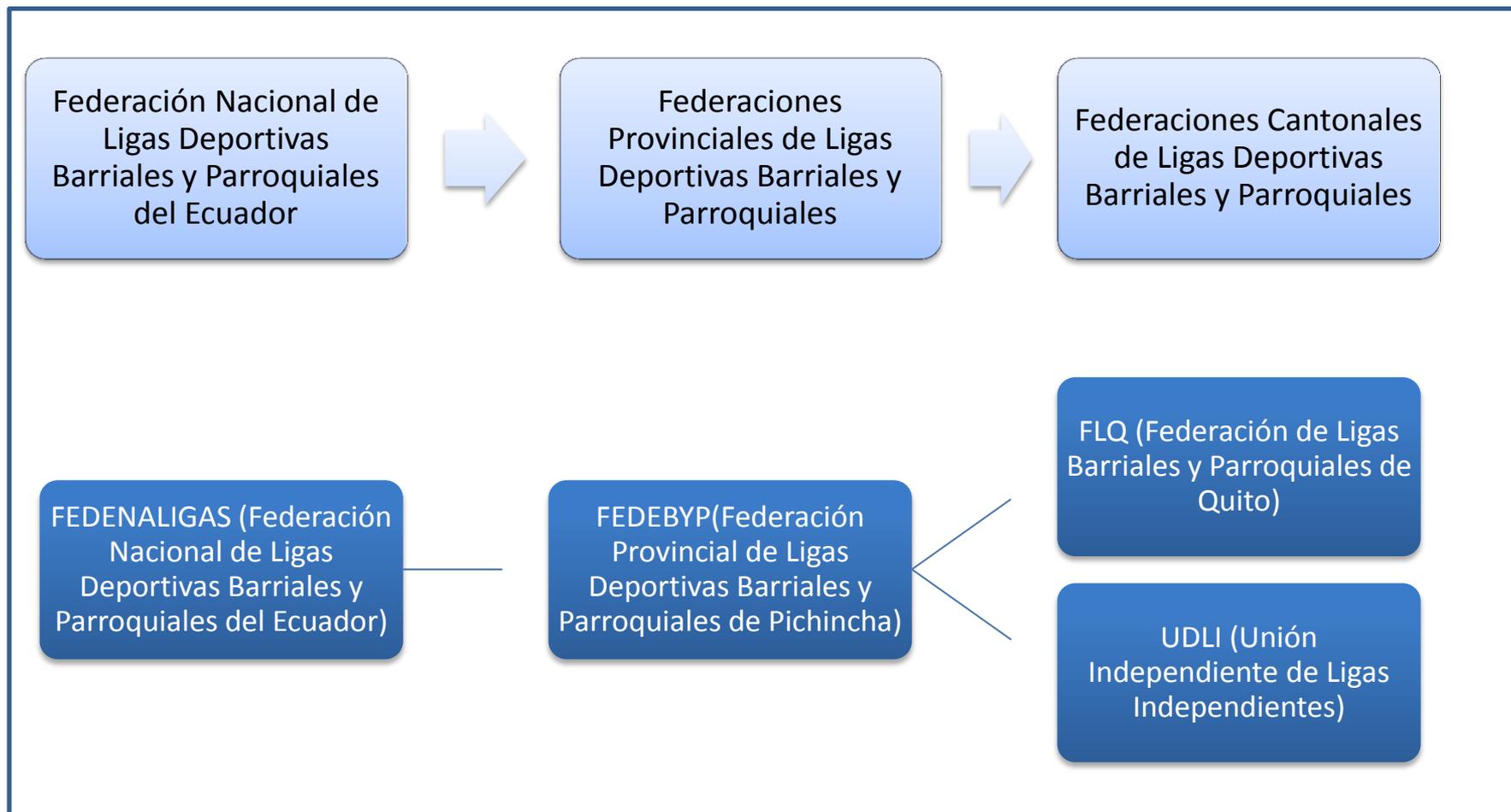


ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO

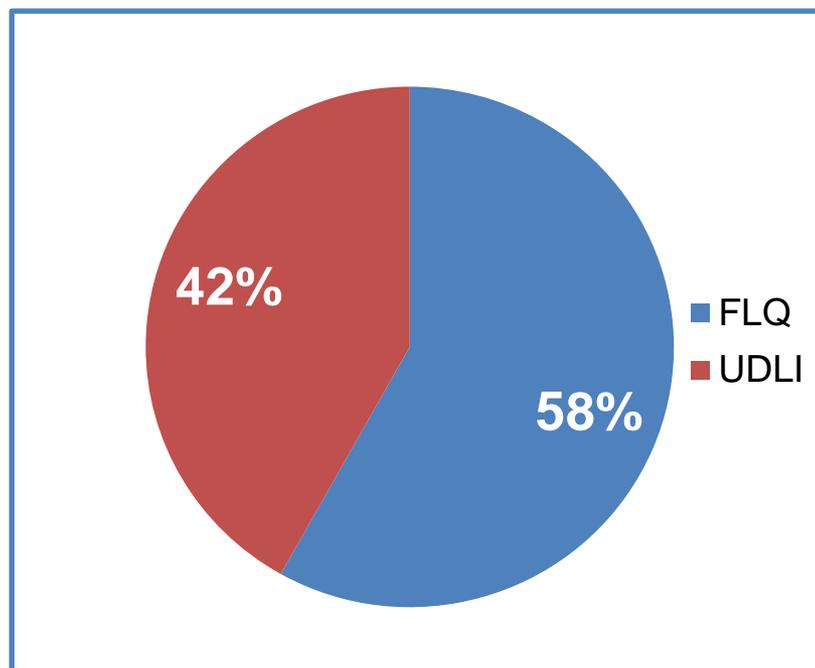
Realizar un Estudio de Mercado que analice a la empresa y su entorno, obteniendo resultados para diseñar estrategias que permitan la comercialización del Sistema Integrado de Administración Deportiva en las Ligas Barriales de la ciudad de Quito.

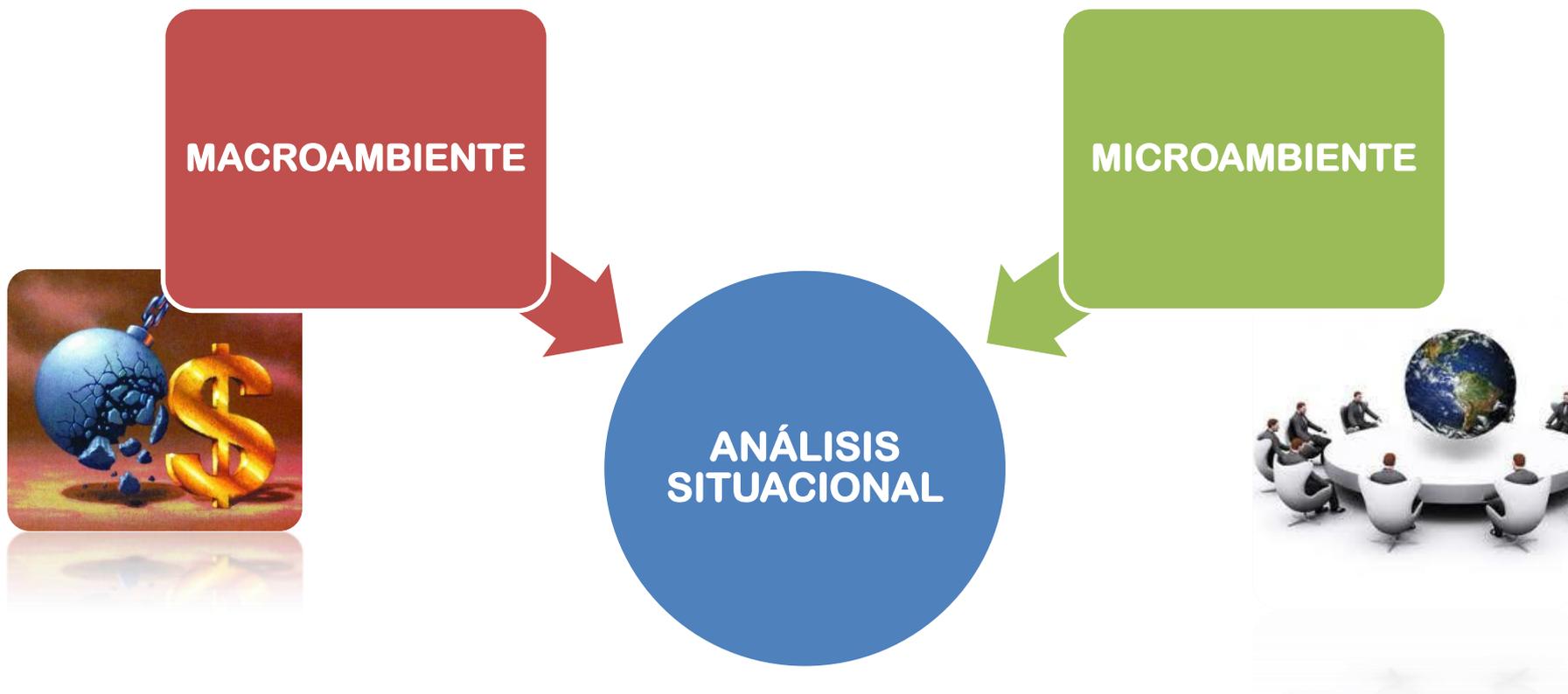
Tamaño del Mercado

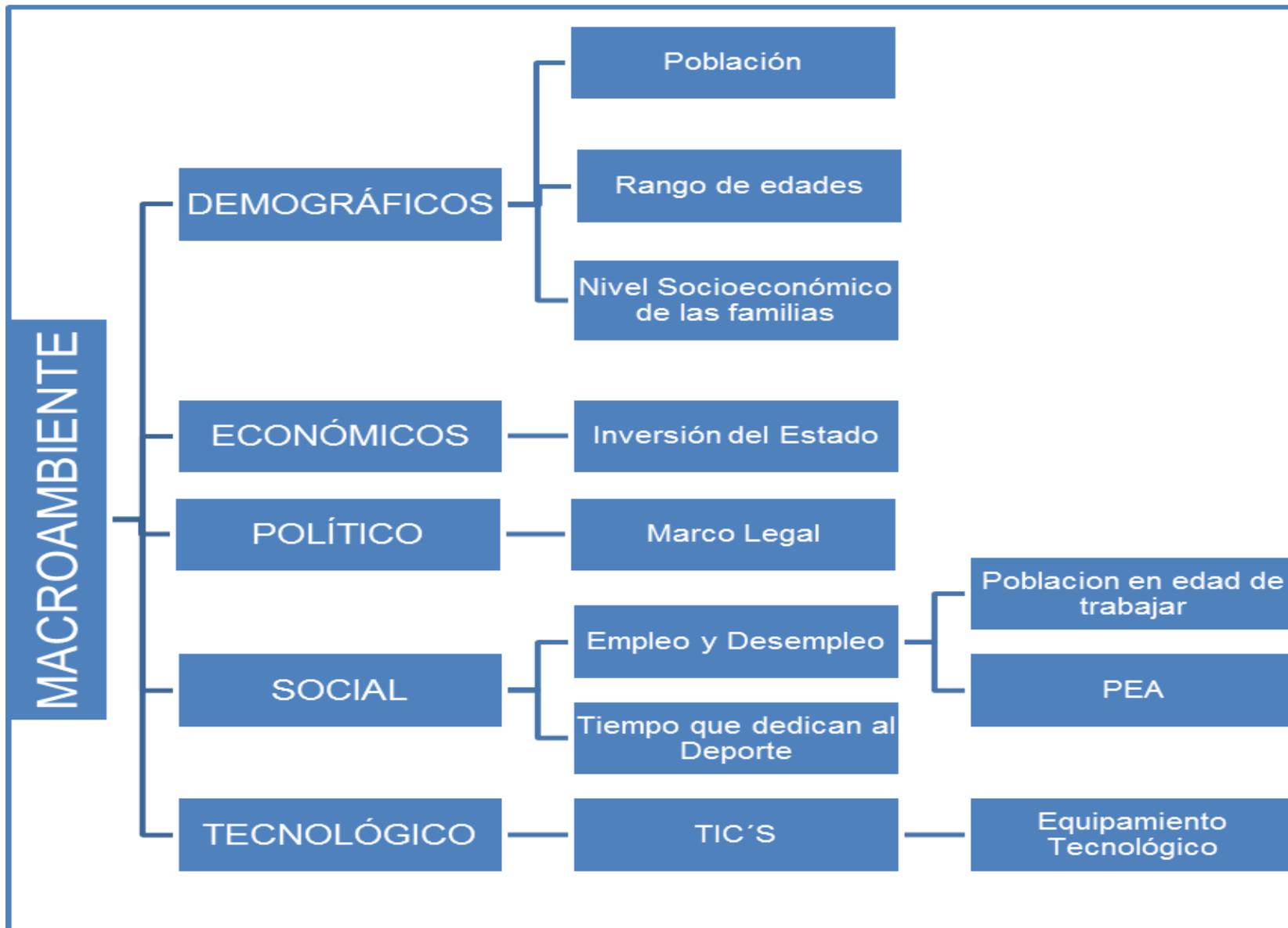




	FLQ	UDLI	TOTAL
Número de Ligas	93	67	160
Porcentaje	58,13%	41,88%	100,00%

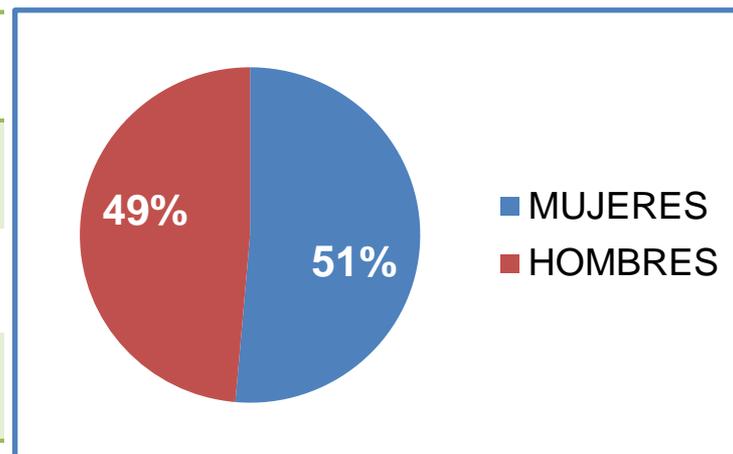




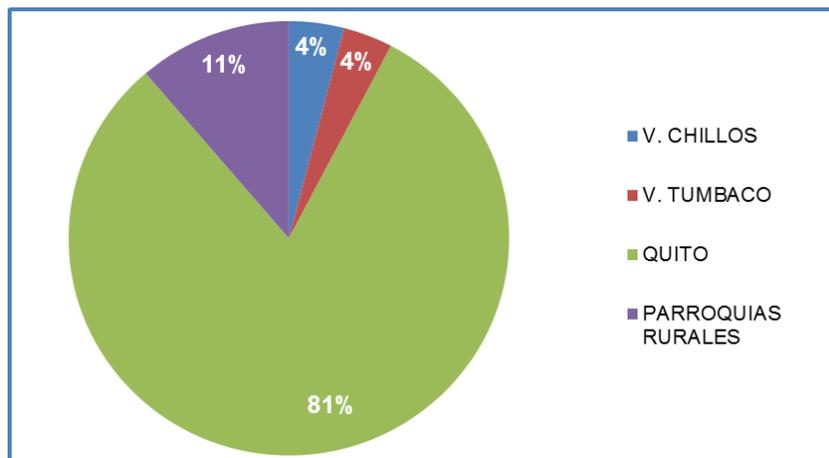


Población de Quito por Sexo

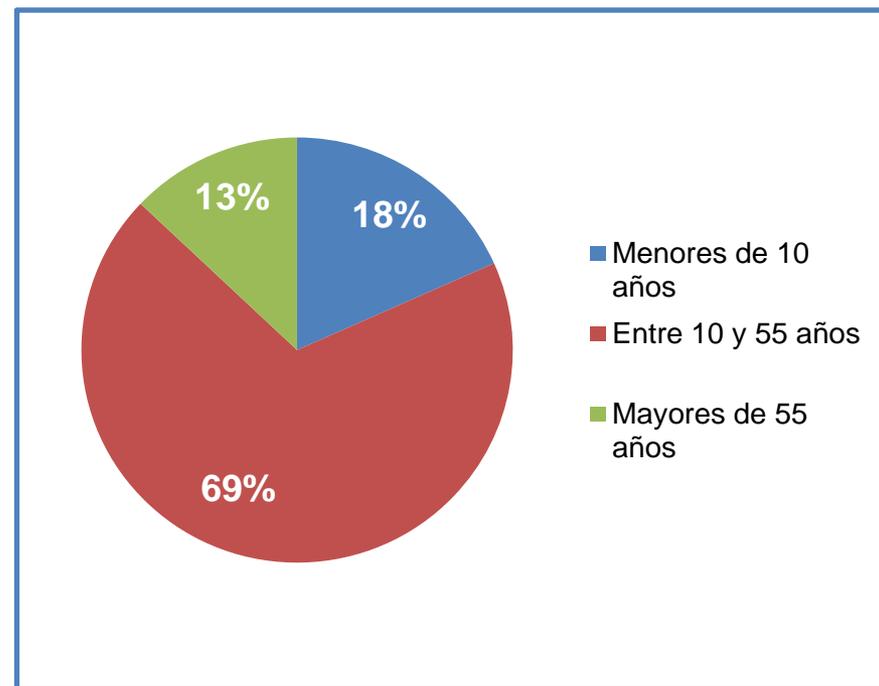
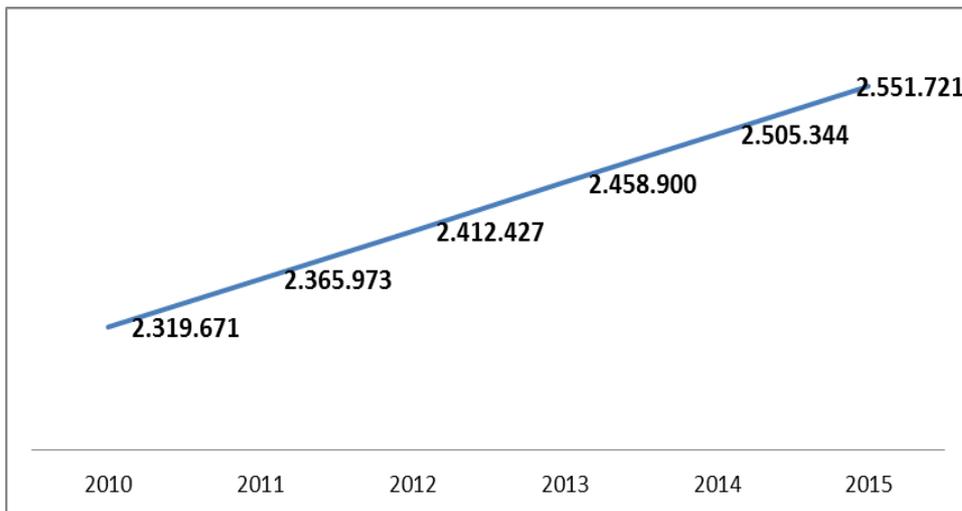
	2010
MUJERES	1.150.380
HOMBRES	1.088.811
TOTAL	2.239.191



Población de Quito por zonas

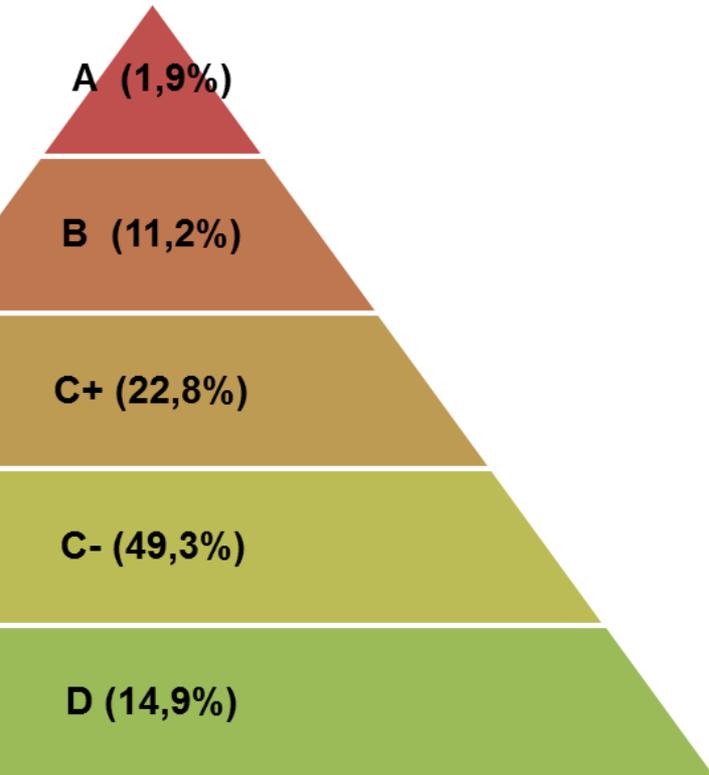


Población proyectada de Quito



Rango por edades de Quito

Nivel Socioeconómico en Pichincha



NIVEL C+

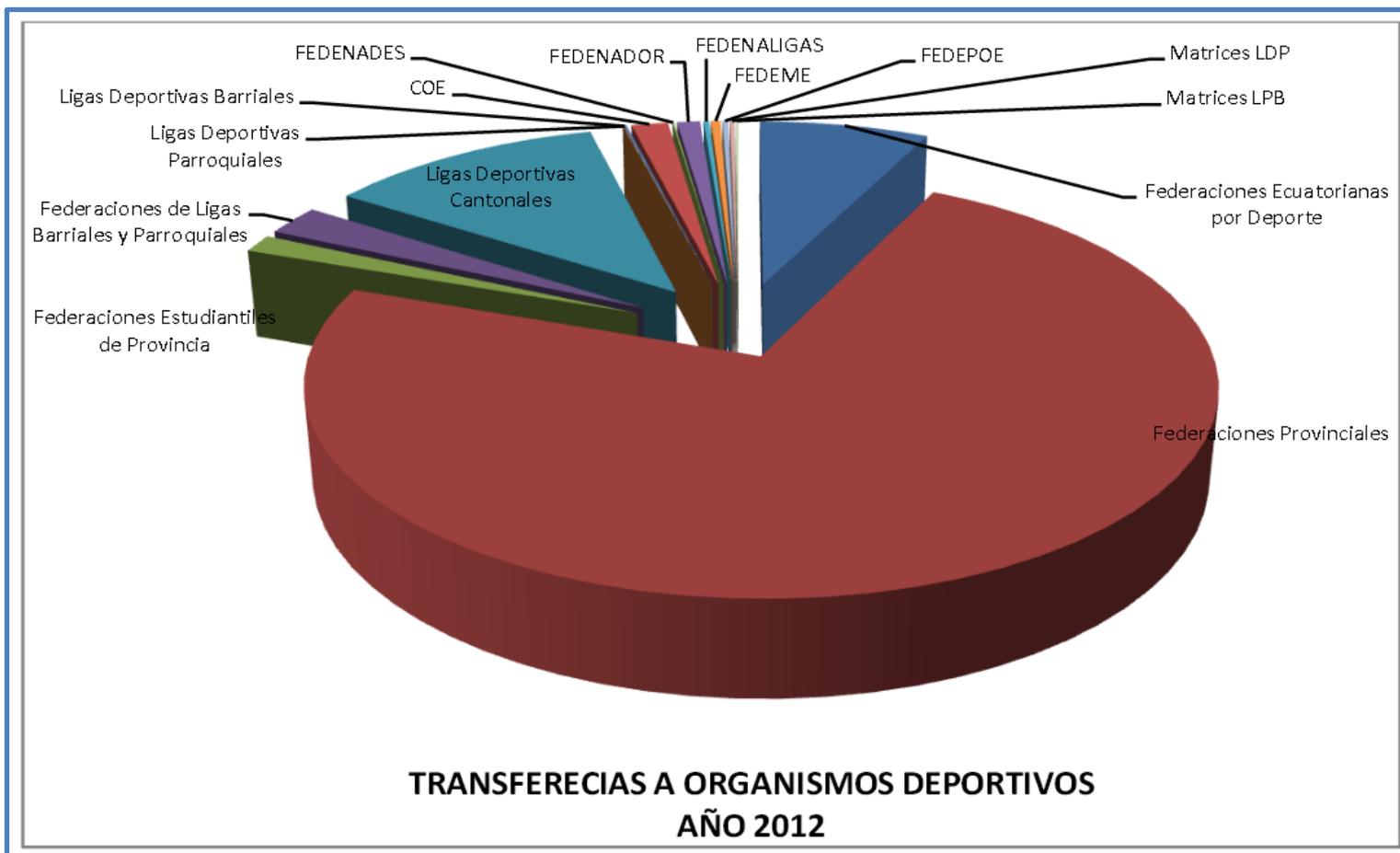
Tecnología

- ✓ El 39% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet.
- ✓ El 62% de los hogares tiene computadora de escritorio
- ✓ El 21% de los hogares tiene computadora portátil.
- ✓ En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- ✓ El 90% de los hogares utiliza internet.
- ✓ El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- ✓ El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.

INVERSIÓN DEL ESTADO AL DEPORTE



ECONÓMICO

Político

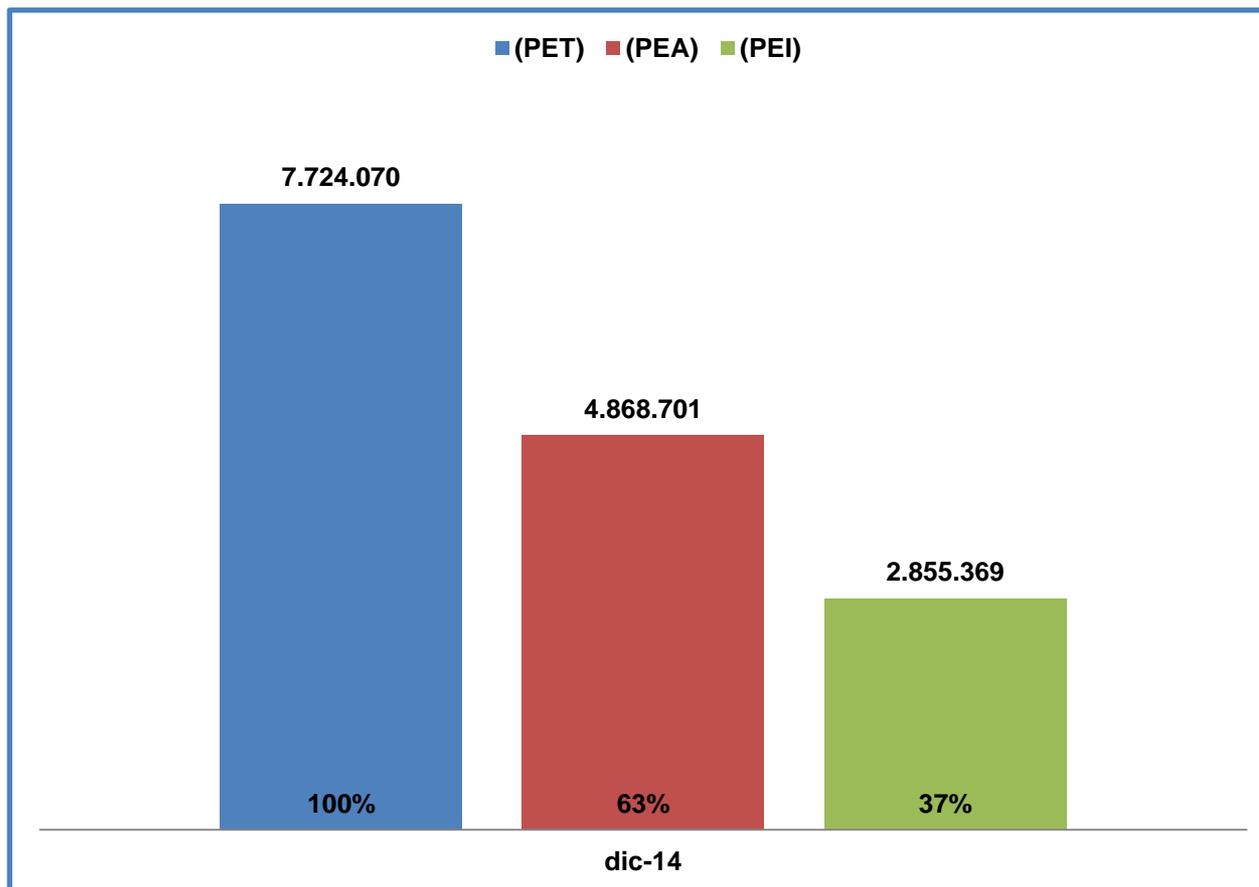
MARCO LEGAL

Articulación del Sistema Nacional de Planificación Participativa

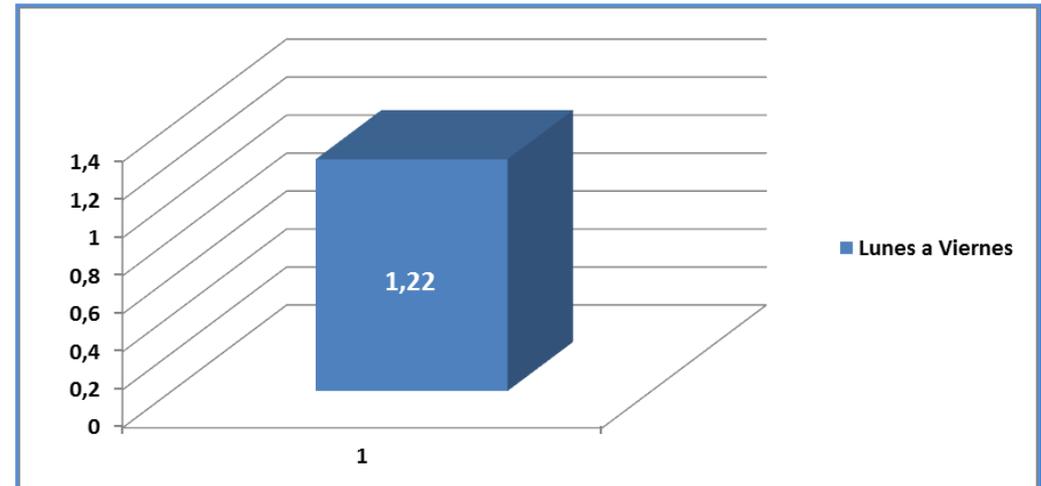
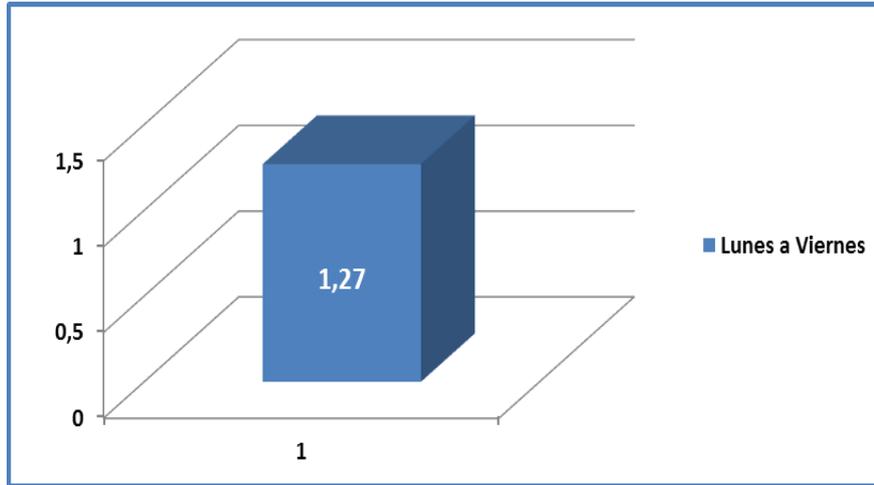


POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

SOCIALES



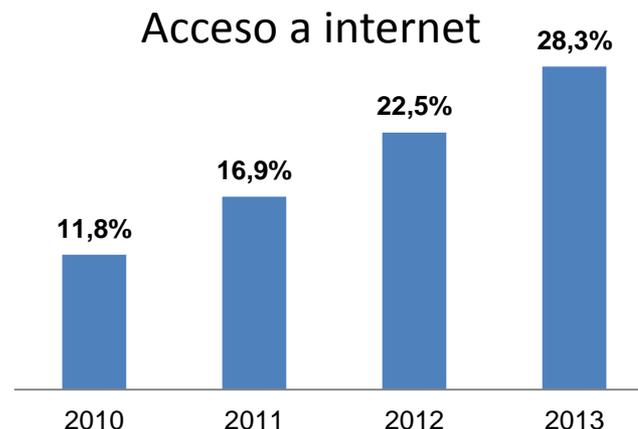
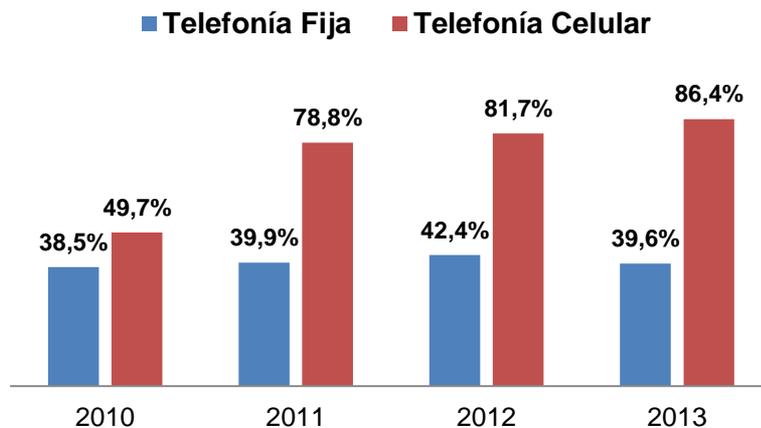
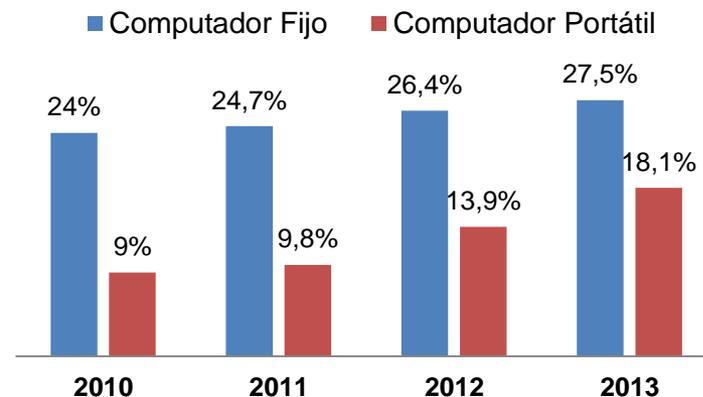
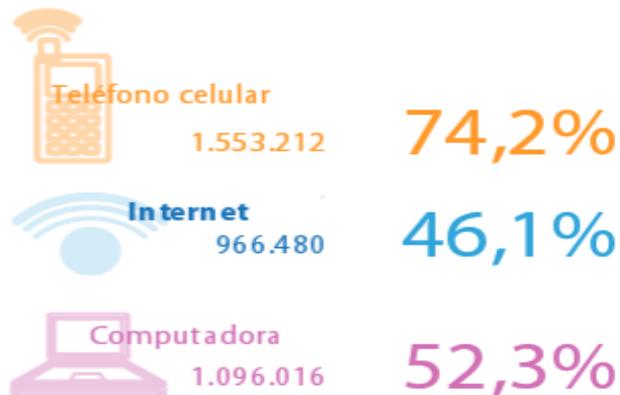
USO DEL TIEMPO DEDICADO AL DEPORTE



USO DEL TIEMPO DEDICADO AL DEPORTE EN PICHINCHA

TECNOLOGÍAS

PERSONAS QUE UTILIZARON EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES**

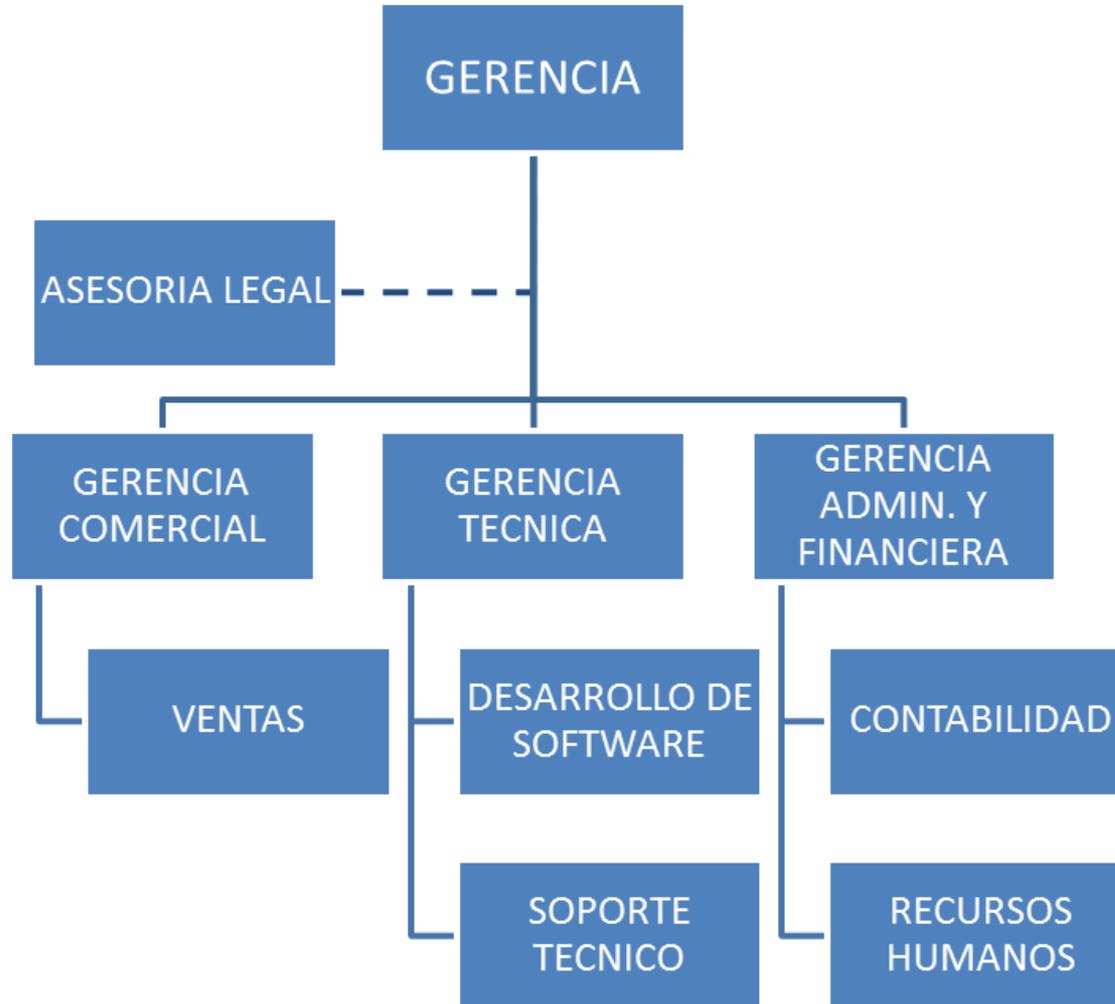


Análisis Interno





ANALISIS INTERNO ADVANTECHSYS



Análisis Financiero de Advantechsys

Capital de Trabajo = Activos Circulantes – Pasivos Circulantes

Capital de Trabajo = 52.834,35 – 21.245,21 = 31.589,14

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activos Circulantes}}{\text{Pasivos Circulantes}}$$

$$\text{Liquidez} = \frac{52.834,35}{21.245,21} = 2.48$$





ANALISIS FODA ANALISIS INTERNO

CAPACIDAD	Factor (Asunto)	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Directiva	Infraestructura propia ●	x						x		
	Uso de planes estratégicos				x			x		
	Habilidad para responder a la tecnología cambiante	x						x		
	Imagen Corporativa.					x			x	
	Políticas Internas de Trabajo					x			x	
	Toma de decisiones		x						x	
	Capacidad para enfrentar a la competencia					x			x	
	Comunicación Interna				x				x	
Capacidad Competencia	Lealtad y satisfacción del cliente	x						x		
	Participación de mercado				x				x	
	Variedad de Sistemas		x						x	
	Proveedores y disponibilidad de insumos			x					x	
	Servicios complementarios		x						x	
	Ventaja del potencial crecimiento del mercado ●	x							x	
Capacidad Financiera	Liquidez, disponibilidad de fondos internos ●	x							x	
	Habilidad para competir con precios	x							x	
	No se depende de instituciones financieras		x						x	
Capacidad Tecnológica	Nivel de tecnología usada en el servicio ●	x								x
	Aplicación de tecnologías informáticas		x							x
Capacidad Recursos Humanos	Experiencia del personal ●					x				x
	Nivel de remuneración		x							x
	Trabajo en equipo			x						x



ANALISIS FODA ANALISIS EXTERNO

FACTORES	ASUNTO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
DEMOGRÁFICOS	Tamaño del mercado por población	●	x					x		
	Tendencia a crecer de la población			X				x		
	Segmento de edades		x							x
ECONOMICO	Inversión del Estado para Entidades Deportivas	●			x			x		
POLITICO	Regulación de la información y transparencia			X						x
	Manejo eficiente de los recursos				x			x		
SOCIAL	Plan del Buen vivir, Inclusión del Deporte	●		x						x
	Recuperación Integral de la persona (Estrés)			X						x
	Nivel Socioeconómico de las familias				x			x		
	Aumento de la Población Económicamente Activa			x						x
	Uso del tiempo recreativo	●		X						x
COMPETITIVO	Incremento del número de competidores					X		x		
	Existencia de servicios sustitutos	●					x	x		
TECNOLOGICO	Facilidad de acceso a la tecnología		x					x		
	Nuevas tecnologías			X						x
	Resistencia al cambio tecnológico	●			x			x		



Matriz General Electric

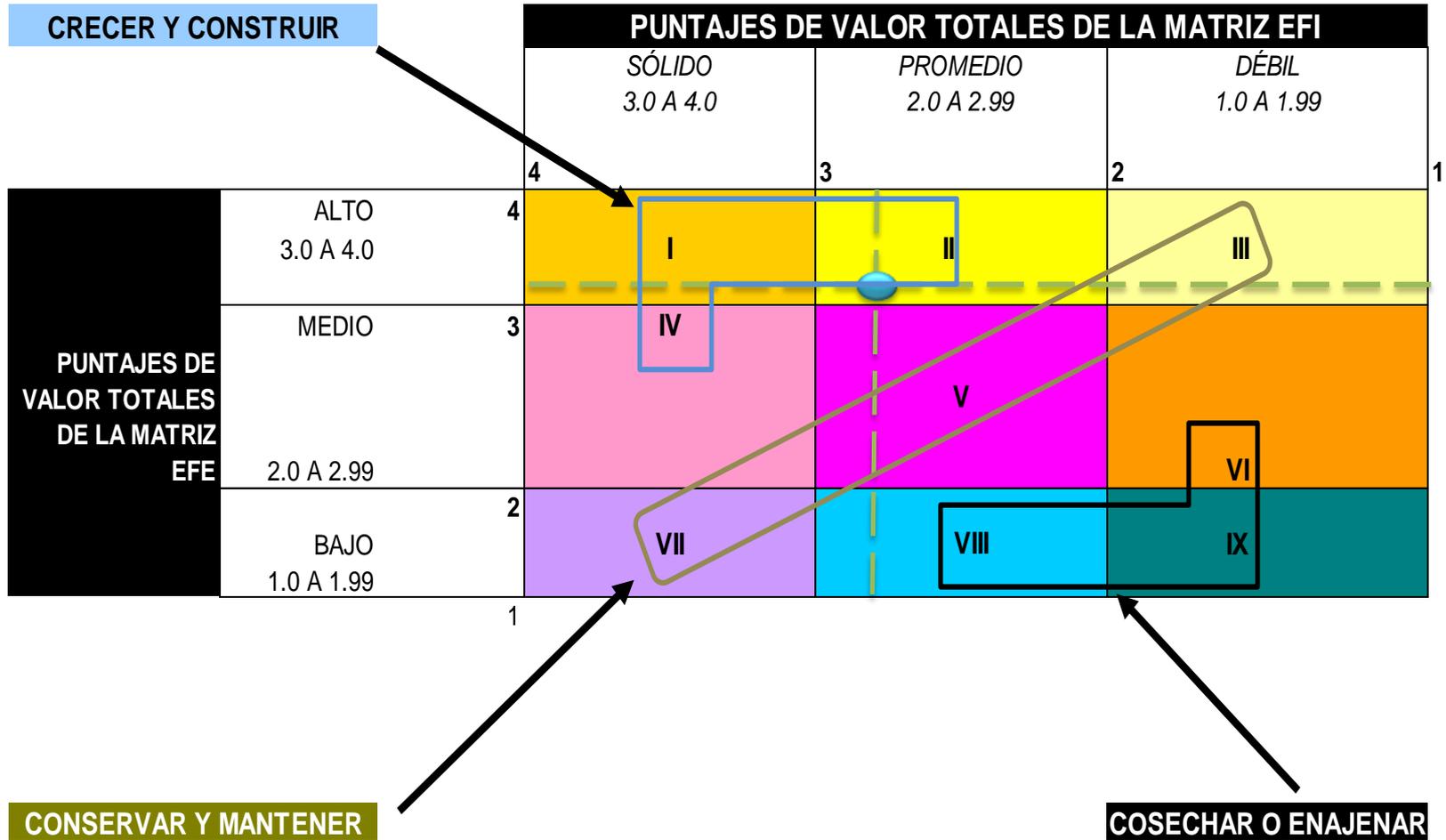
FACTORES INTERNOS CLAVES			
FORTALEZAS	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Lealtad y satisfacción del cliente	0,15	4	0,6
Habilidad para competir con precios	0,15	3	0,45
Infraestructura Propia	0,1	3	0,3
Liquidez, disponibilidad de fondos internos	0,08	3	0,24
Habilidad para responder a la tecnología cambiante	0,05	4	0,2
Nivel de tecnología usada en el servicio	0,05	4	0,2
Ventaja del potencial crecimiento del mercado	0,05	2	0,1
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
DEBILIDADES	VALOR	CLASIFICACIÓN FEC	VALOR PONDERADO
Comunicación interna	0,10	2	0,2
Participación de mercado	0,08	2	0,16
Uso de planes estratégicos	0,08	2	0,16
Imagen Corporativa.	0,05	1	0,05
Políticas Internas de Trabajo	0,03	1	0,03
Experiencia del personal	0,03	2	0,06
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL	1		2,75



Matriz General Electric

FACTORES EXTERNOS CLAVES			
OPORTUNIDADES	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Facilidad de acceso a la tecnología	0,13	4	0,52
Nuevas tecnologías	0,10	4	0,4
Uso del tiempo recreativo	0,08	3	0,24
Plan del Buen vivir	0,08	4	0,32
Segmento de edades	0,07	3	0,21
Regulación de la información y transparencia	0,06	2	0,12
Tamaño del mercado por población	0,06	4	0,24
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
AMENAZAS	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Resistencia al cambio tecnológico	0,12	1	0,12
Manejo ineficiente de los recursos	0,08	3	0,24
Incremento del número de competidores	0,07	3	0,21
Existencia de servicios sustitutos	0,07	3	0,21
Inversión del Estado para Entidades Deportivas	0,05	3	0,15
Nivel Socioeconómico de las familias	0,03	2	0,06
	0	0	0
TOTAL	1		3,04

MATRIZ INTERNA Y EXTERNA IE



Desarrollar e invertir



Matriz PEYEA

FORTALEZAS FINANCIERAS (FF)	+1	+2	+3	+4	+5	+6	TOTAL
Capital Propio					X		5
Capital de Trabajo			X				3
Liquidez			X				3
Riesgos implícitos en el negocio		X					2
TOTAL		2	6		5		3,25
Calificación							
+1 : Peor							
+6 : Mejor							

FORTALEZAS INDUSTRIAL (FI)	+1	+2	+3	+4	+5	+6	TOTAL
Potencial de Crecimiento					X		5
Barreras de Entrada				X			4
Conocimientos tecnológicos					X		5
Potencial de Utilidades				X			4
Planificación estratégica		X					2
Estabilidad Financiera			X				3
TOTAL		2	3	8	10		3,8
Calificación							
+1 : Peor							
+6 : Mejor							



Matriz PEYEA

VENTAJA COMPETITIVA (VC)	-6	-5	-4	-3	-2	-1	TOTAL
Alianzas estratégicas				X			-3
Participación en el Mercado			X				-4
Calidad de Producto					X		-2
Ciclo de Vida del Producto					X		-2
Control sobre Proveedores				X			-3
Lealtad de los Clientes					X		-2
TOTAL			-4	-6	-6		-2,7

Calificación

-1 : Mejor

-6 : Peor

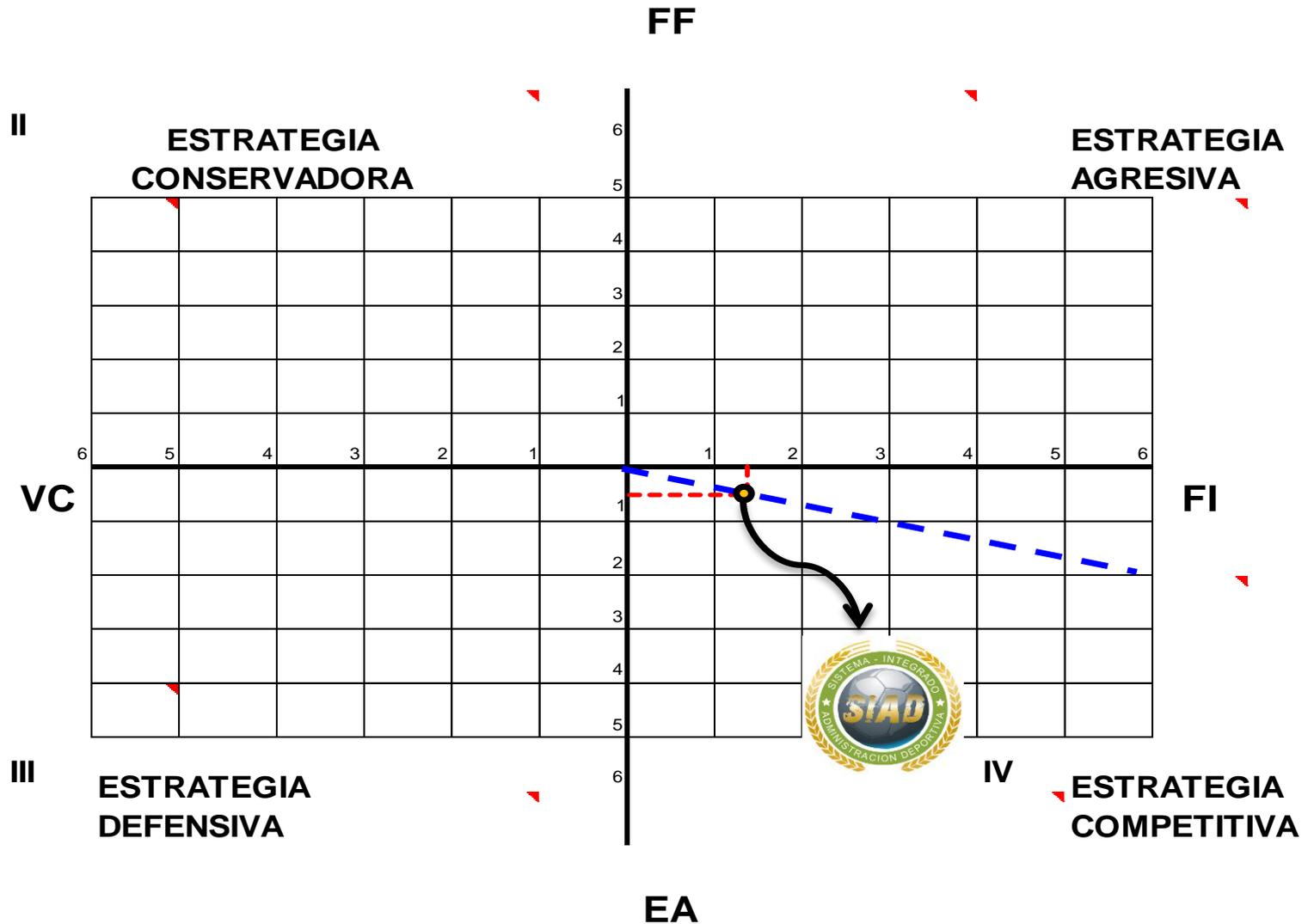
ESTABILIDAD AMBIENTAL (EA)	-6	-5	-4	-3	-2	-1	TOTAL
Clientes resistentes al cambio Tecnológico			X				-4
No existe un crecimiento sostenido de clientes			X				-4
No existe una presión competitiva					X		-2
Difícil penetración en las Ligas		X					-5
TOTAL		-5	-4		-2		-3,75

Calificación

-1 : Mejor

-6 : Peor

Gráfico PEYEN



Ventajas competitivas en la industria con alto crecimiento

Hallazgos relevantes de la Investigación de mercado

La mayoría de Ligas Barriales tienen entre 500 a 1000 personas.

Las Ligas Barriales desean comunicar mediante las nuevas tecnologías de comunicación como celulares, páginas web, correos

La mayoría de Ligas Barriales conocen la marca “PORFINDEPORTES”

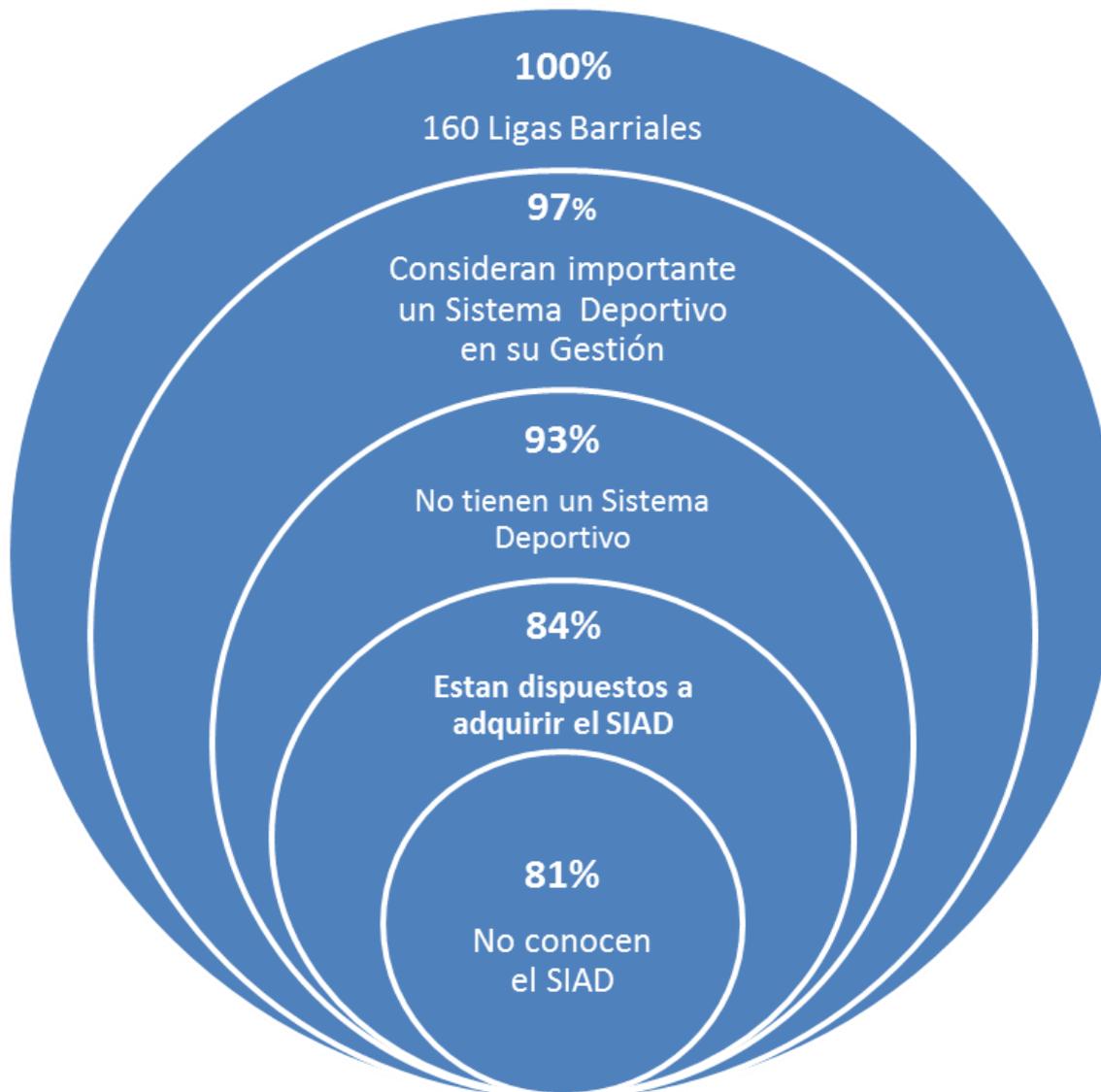
Las Ligas Barriales habitualmente reciben las ofertas de productos y servicios en sus instalaciones, con una demostración en sesiones que tienen semanalmente

Los integrantes que revisan información barrial habitualmente lo hacen en la prensa escrita como “Ultimas Noticias” y “El Extra”, ya que existen espacios semanales en estos medios

La mayoría de Ligas Barriales están dispuestas a formar Alianzas estratégicas con empresas para verse beneficiadas.



Estudio de Mercado



Comprobación de la Hipótesis

Variable Dependiente: Permitirá su introducción en las Ligas Barriales de la ciudad de Quito.

Pregunta para la variable dependiente: **(P14)**

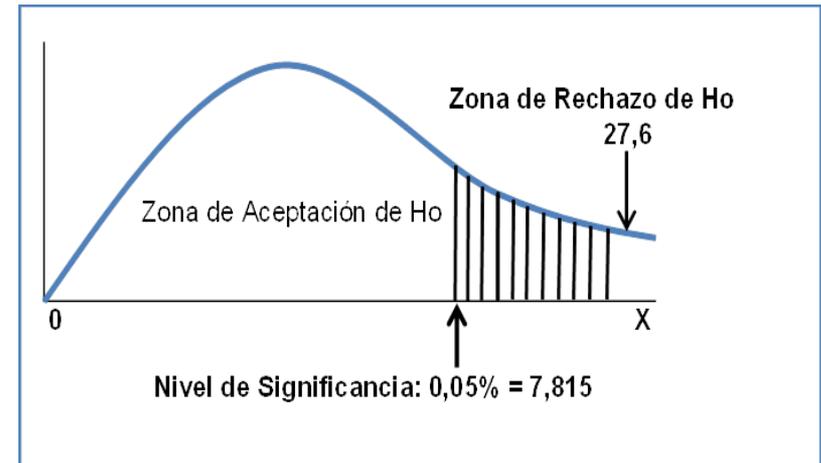
¿Considera importante un software de administración deportiva que agilice el dinamismo de su gestión?

(P19) ¿Estaría dispuesto adquirir el SIAD?

Variable Independiente: El Plan de Marketing del Sistema Integrado de Administración Deportiva (SIAD)

Pregunta para la variable independiente: **(P12)**

¿Estaría dispuesto a formar alianzas estratégicas con empresas relacionadas al deporte con el cual la liga obtiene beneficios a través de publicitar a las empresas? **(P22)** ¿Ud. Considera que la utilización de un plan de marketing contribuirá en la comunicación del SIAD?

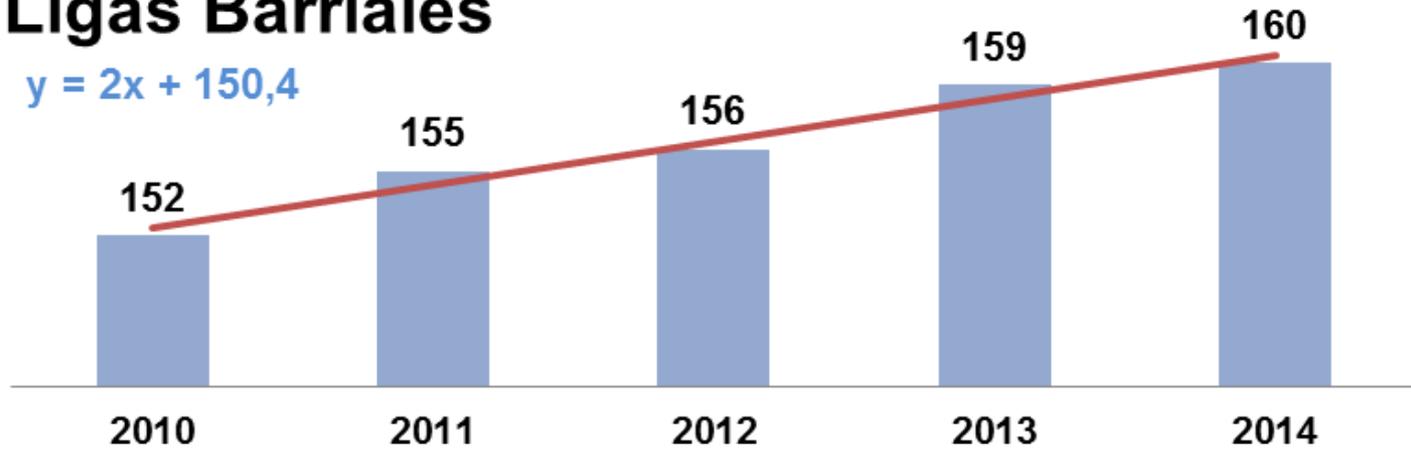


Se acepta **Ho** (hipótesis nula) si **Chi cuadrada calculada es mayor a Chi cuadrada esperada**

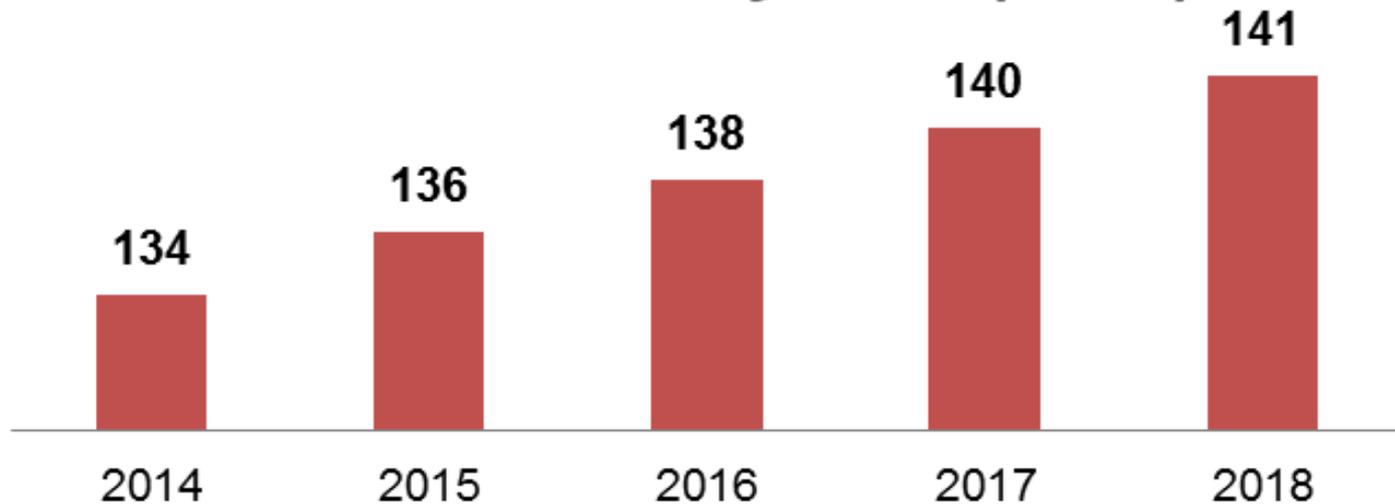
DEMANDA

Ligas Barriales

$$y = 2x + 150,4$$

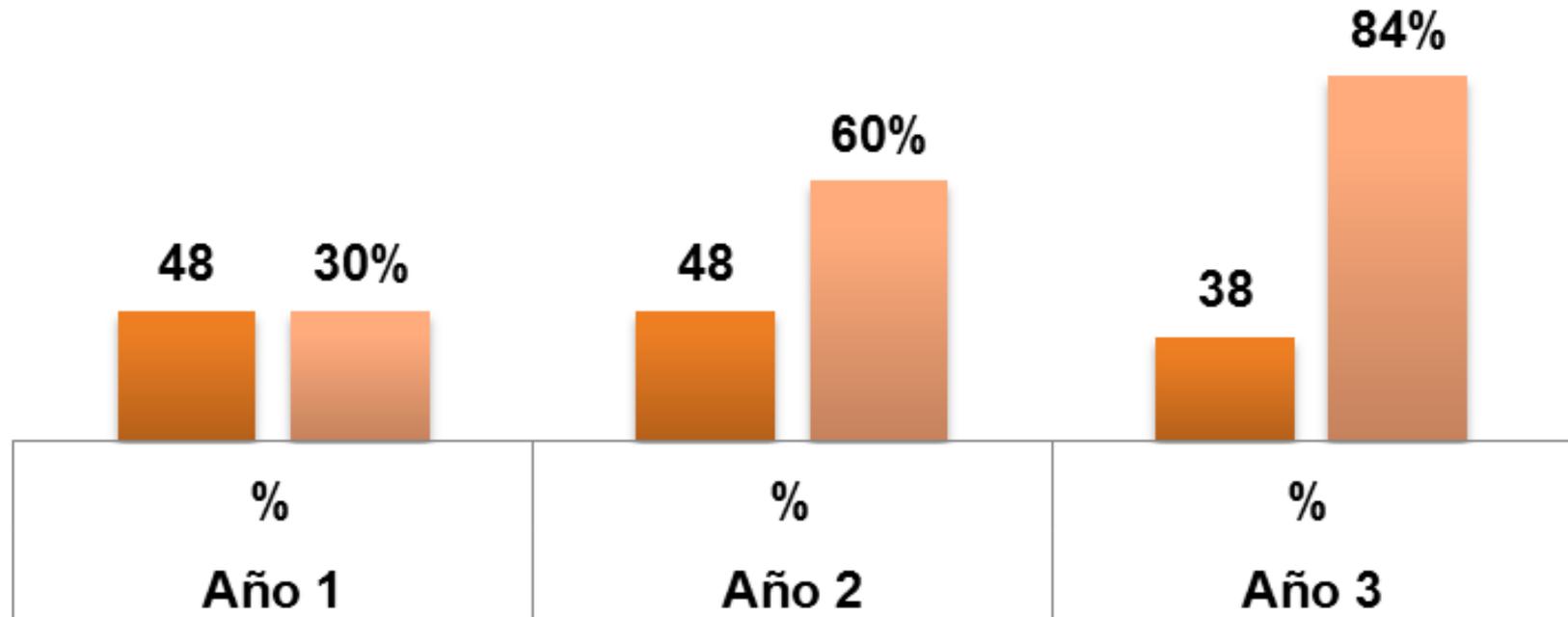


Demanda Proyecta (84%)



Ventas Proyectadas

- Porcentaje de Participación Anual
- Porcentaje de Participación Acumulada





ANÁLISIS DE LA OFERTA

- **Al no existir competencia, la oferta esta dada por la capacidad que puede soportar la empresa en Ligas Barriales**

DEMANDA INSATISECHA

- **Serían las 134 ligas barriales que estarían dispuestas a adquirir el SIAD**



CAPITULO III

PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MARKETING



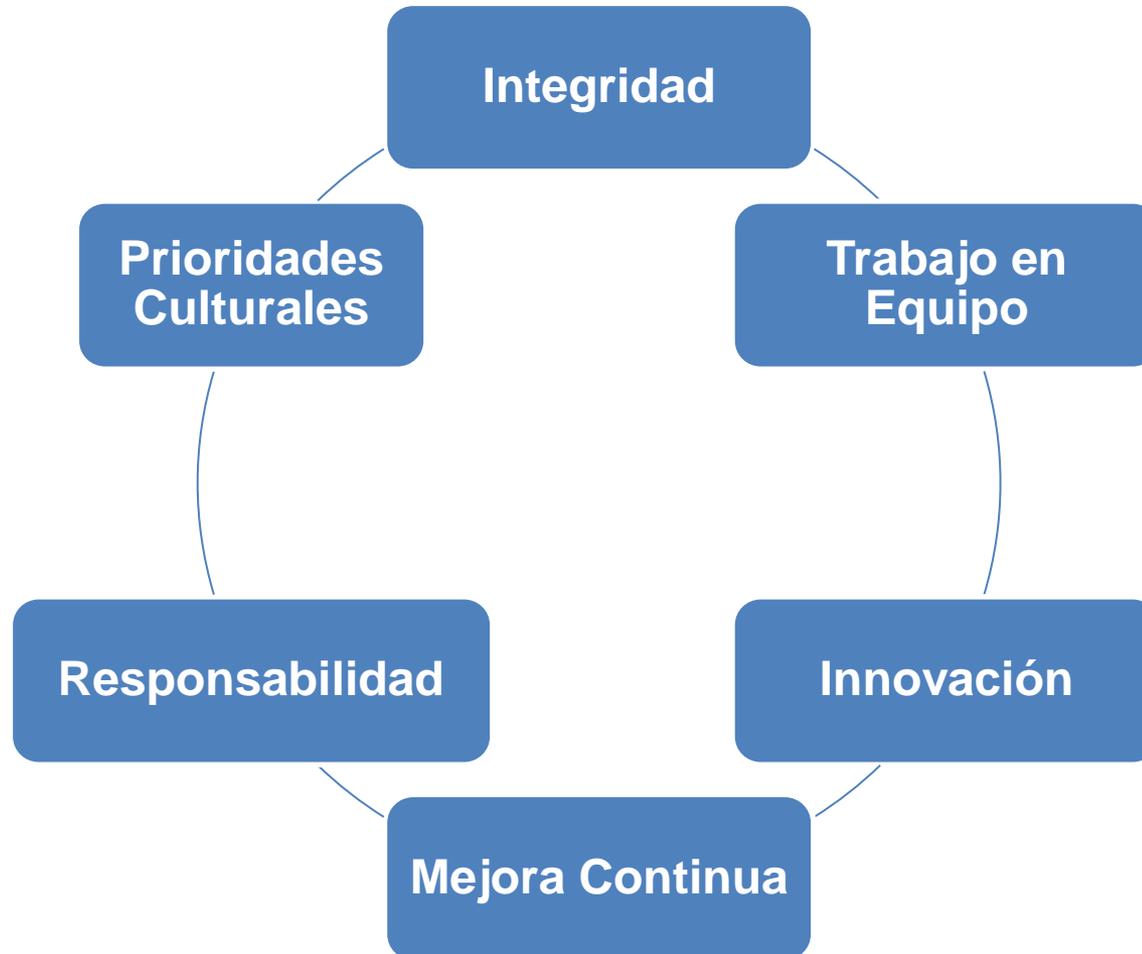
MISION

Satisfacer las necesidades tecnológicas de nuestros clientes, ofreciendo productos de la más alta calidad con servicios y asesoría de excelencia.

VISION

Ser la empresa pionera de innovación tecnológica en Pichincha enfocando el esfuerzo a la satisfacción del cliente, con personal altamente capacitado y otorgando rentabilidad sostenible a sus socios.

VALORES CORPORATIVOS





DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO- OBJETIVO 1

Objetivo Estratégico	Estrategias Genéricas		Actividades	Relación con el plan de Marketing Mix
	Teórico	Práctico		
Posicionar el Sistema Integrado de Administración Deportiva (SIAD) en las Ligas Barriales de Quito.	Estrategias de Desarrollo / Diferenciación	Visitar a los directivos de cada liga barrial	Capacitar al personal de ventas	Plaza
			Entregar publicidad impresa del SIAD por medio de tarjetas de presentación y trípticos	Promoción
			Obsequiar entre dirigentes de las ligas barriales esferos y llaveros con las distinciones del SIAD	Promoción y Posicionamiento
	Crecimiento Intensivo	Realizar Publicidad en prensa escrita	Diseñar el arte del SIAD para prensa escrita	Promoción
			Cotizar en medio de comunicación escrito Ultimas Noticias	Promoción
			Implementar Marketing 2.0 con Redes Sociales	Crear una fan page, cuenta de twitter
	Estrategia Competitiva / Especialista	Dar a conocer el SIAD mediante relaciones públicas en medios de comunicación y gremios barriales	Detallar un listado de medios de comunicación en donde se puede promocionar el SIAD mediante una entrevista	Promoción
			Hacer demostraciones en los gremios barriales	



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO- OBJETIVO 2

Objetivo Estratégico	Estrategias Genéricas		Actividades	Relación con el plan de Marketing Mix	
	Teórico	Práctico			
Obtener el 30% de participación del mercado total en el primer año	Estrategias de Desarrollo / Diferenciación	El SIAD tendrá una eficiencia del 95% en su aplicación	Servicio de Mantenimiento del SIAD	Producto	
			Instalación y capacitación del SIAD		
			Asesoría sobre el SIAD		
		Servicio Post venta en las Ligas Barriales	Comunicarse con las Ligas Barriales periódicamente	Posicionamiento	
		Plan de bonificación y descuentos del SIAD	Descuento por volumen de arrendamiento	Precio	
			Bonificación por venta		
		Formar alianzas con un medio de comunicación enfocado en el deporte barrial	Aliarse a un portal web deportivo barrial en Quito	Plaza	
		Formar alianzas con empresas relacionadas al deporte nacionales e internacionales	Conseguir bonificaciones y descuentos para las Ligas Barriales con las empresas deportivas	Promoción	
		Crecimiento Intensivo	Asistir a eventos organizados por las Ligas Barriales	Hacer un Roll Up para eventos	Promoción
				Hacer tarjetas de presentación para la fuerza de ventas	
	Entregar incentivos a la liga que tenga la base de datos más completa	Obsequiar elementos deportivos a las Ligas Barriales en base a las alianzas hechas con empresas deportivas	Promoción		



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO- OBJETIVO 3

Objetivo Estratégico	Estrategias Genéricas		Actividades	Relación con el plan de Marketing Mix	
	Teórico	Práctico			
Incrementar las ventas del 2,5% al 30% en el 2015	Estrategias de Desarrollo / Diferenciación	Crear el portafolio del SIAD para su comercialización	Crear las versiones del SIAD	Producto	
	Crecimiento Intensivo	Diseñar y comercializar una aplicación móvil del SIAD para los integrantes de las ligas barriales	Diseñar la aplicación móvil del SIAD	Promoción	
			Ofrecer y comercializar en inauguraciones de Ligas Barriales		
			Descuentos por volúmenes		Promoción y Precio
	Estrategia Competitiva/ Especialista	Promocionar las ventas del SIAD	Sociabilizar el SIAD mediante seminarios con empresas relacionadas al deporte nacionales e internacionales	Facilidades de Pago	Promoción
				Comisiones por ventas	Promoción
Cotizar un salón de eventos				Promoción y posicionamiento	



CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING MIX



PRODUCTO

Descripción





Versiones del SIAD

Producto	Descripción
SIAD Total	Uso de todos los módulos Incluye servicios de Mensajería y Email
SIAD Básico	Uso de todos los módulos Excluye servicios de Mensajería y Email
SIAD Carnetización	Incluye solo Módulo técnico incluido la Carnetización del Deportista
SIAD Msg	Solo para Clubes afiliados a una Liga Barrial costo de suscripción Anual, incluye email a cuenta del presidente de todos los movimientos efectuados con su club, y envió de hasta 10 SMS semanales cuando se registre la programación de su club.

PRODUCTO

Logotipo



Slogan

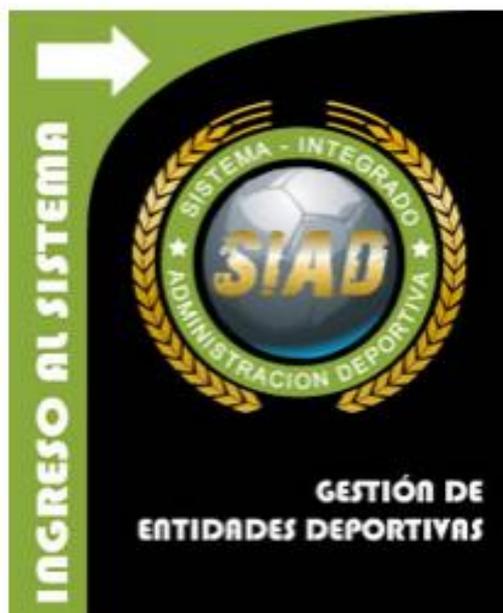


Siempre a la vanguardia tecnológica de tu Liga...

PRODUCTO

PRODUCTO

Empaque



Etiqueta





PRODUCTO

Estrategias del Producto

Estrategia	Actividad	Forma de Adquisición	
		Arrendamiento	Venta
El SIAD tendrá una eficiencia del 95% en su aplicación	Servicio de mantenimiento del SIAD	Permanente (durante el año de contrato)	Primer año gratis
	Instalación y capacitación del SIAD	A la firma del contrato	En la venta
	Asesoría sobre el SIAD	Permanente (durante el año de contrato)	Primer año gratis



Presupuesto de las estrategias

PRODUCTO

Estrategia	Actividad	Recursos	Responsables	Presupuesto
Crear el portafolio del Producto	Crear las versiones del SIAD	Humano Tecnológico	Técnico Comercial	0,00
	Servicio de mantenimiento del SIAD	Humano Tecnológico Económico	Técnico	0,00
El SIAD tendrá una eficiencia del 95% en su aplicación	Instalación y capacitación del SIAD	Humano Tecnológico Económico Material	Técnico	960,00
	Asesoría sobre el SIAD	Humano Tecnológico	Técnico	0,00
Total				960,00



PRECIO

Venta de la Licencia de uso a perpetuidad

Costo del software:	\$ 2.500,00 para cada entidad afiliada
Incluye:	Contrato de mantenimiento de 1 año al menos con un rubro equivalente al 18% del valor del software por un valor de \$ 450,00
Total Costo de Venta:	\$2.950,00

ARRENDAMIENTO

Número de Deportistas	Costo por Deportista Anual (Dólares Americanos)
1 a 500	\$ 1,50
501 a 1000	\$ 1,00
> 1001	\$ 0,70



Precios por versiones

Producto	Descripción	Precio
SIAD Total	Incluye servicios de Mensajería y Email	De Acuerdo a la Tabla Base (100%)
SIAD Básico	Excluye servicios de Mensajería y Email	85% de la Tabla Base
SIAD Carnetización	Incluye solo Módulo técnico incluido la Carnetización del Deportista	60% de la Tabla Base
SIAD Msg	Para clubes afiliados. Incluye envío de información al email del Presidente y hasta 10 sms para sus deportistas.	Precio de suscripción anual \$ 25,00

Estrategias de Precio

Modalidad	Estrategia	Actividades	Cantidad	Responsable	Presupuesto
Venta	Bonificación	Diseños de documentos de forma gratuita. (Carnets, Hojas de Vocalía, etc.).	-	Comercial, Finanzas	0,00
Arrendamiento	Descuento	Más de 750 Integrantes, descuento del 10%	-	Comercial, Finanzas	0,00

PRECIO

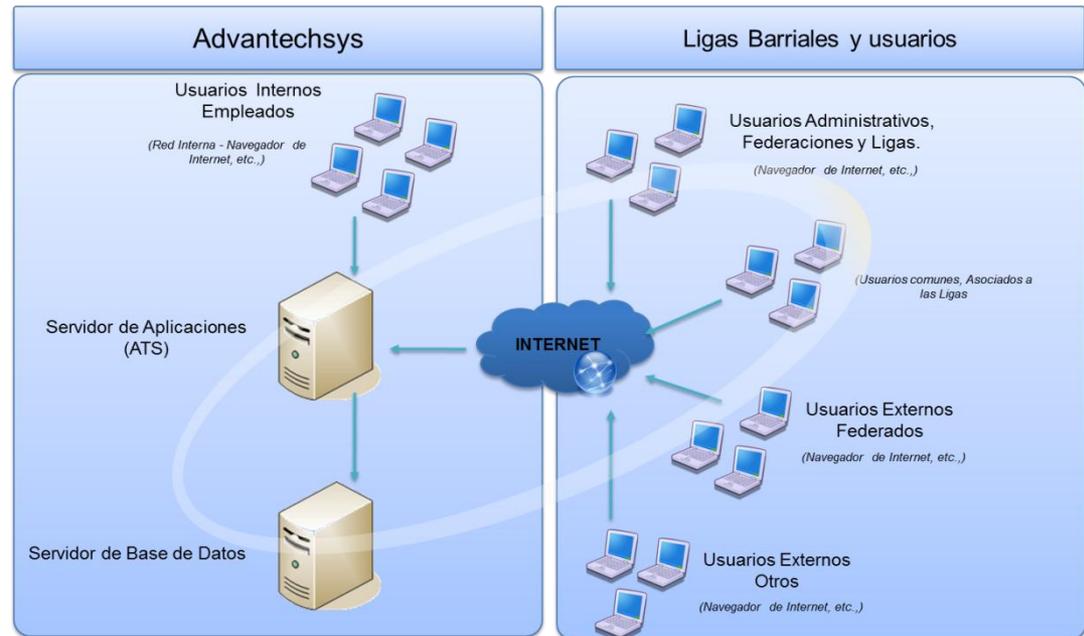
DISTRIBUCIÓN

Advantechsys

SIAD

Ligas Barriales

CANALES DE DISTRIBUCIÓN





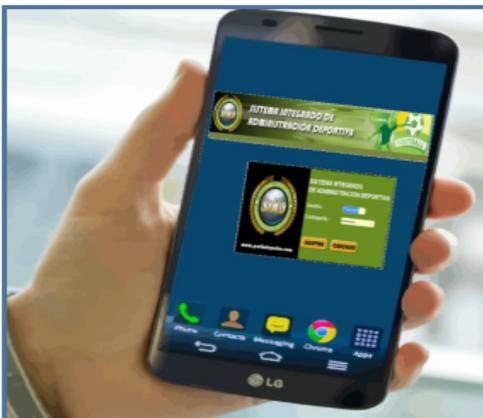
DISTRIBUCIÓN

Estrategias de Distribución

Estrategia	Actividad	Cantidad	Recursos	Responsable	Presupuesto
Visitar a los directivos de cada liga barrial	Capacitación del personal para ventas al detalle	-	Económico Humano	Comercial, Financiero Administrativo	0,00
	Transporte a las ligas barriales	160	Económico	Financiero	1.600,00
Formar alianzas con un medio de comunicación enfocado al deporte barrial	Alianza estratégica con el portal web deportivo barrial Porfindeportes	1	Económico Tecnológico	Comercial Financiero Técnico	0,00
TOTAL					1.600,00



COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Servicios en Línea

- * Calendario de Juegos
- * Sanciones del Deportista
- * Tabla de Posiciones del Equipo
- * Consultas y respuestas en línea respecto a inquietudes del deportista
- * Consejos básicos para preparación y alimentación de un deportista amateur
- * Publicación vía redes sociales de la información de sus clubes

Versiones del SIAD

SIAD Total: Uso de todos los módulos. Incluye servicios de Mensajería y Email.

SIAD Básico: Uso de todos los módulos. Excluye servicios de Mensajería y Email.

SIAD Cametización: Incluye solo Módulo técnico, incluido la Cametización del Deportista

SIAD Msq: Solo para Clubes afiliados a una Liga Barrial costo de suscripción Anual, incluye email a cuenta del presidente y envió de hasta 10 SMS semanales cuando se registre la programación de su club.



"La Excelencia en Soluciones Tecnológicas"

Dirección: Jacinto Iijón y Caamaño S/N y Rafael Bustamante Urb. La Luz Bloque 3 Piso 3 Of. 3B

Telf. (598) 022-404-770
(Moví) : 0995699636 / 0983513748 / 0984009374
(Claro) : 0987294617 / 0987294620

Web: www.advantechsys.com

Email: info@advantechsys.com

Algunos de nuestros



Sistema Integrado de Administración Deportiva



Software desarrollado en ambiente WEB que administra de manera fácil y sencilla la gestión de entidades deportivas, ayudando al crecimiento organizado y controlado permitiendo incorporar nuevos servicios para afiliados y deportistas

www.porfindeportes.com



S.I.A.D.
*Sistema de
Administración Deportiva*

El Deporte Amateur es una de las distracciones más importantes del fin de semana de los ecuatorianos, reúne familias, agrupa amigos, los amantes de la actividad deportiva se desplazan de un lugar a otro para hacer lo que mas les gusta; y demostrar la pasión por el deporte que mueve multitudes, paraliza barrios, como es el caso de aquellos q van tras la bendita pelota de futbol en busca de la explosión que produce el mágico estallido del GOOOLLLLLLLLLLLLLL.

Por ese sentimiento único, cuantas veces hemos localizado a nuestros amigos para conocer el horario de un partido de nuestro equipo favorito, cuantas veces hemos llamado a medianoche para conocer el resultado, esta es una necesidad, un sentimiento compartido por miles de corazones deportistas, hinchas, apasionados por el futbol.

Esto nos motivo a pensar en una solución, en un servicio, para los deportistas, para



MÓDULOS DEL SISTEMA

CALIFICACIONES:

- ◆ Inscripciones.
- ◆ Habilitaciones.
- ◆ Carnetización
- ◆ Admisión de nuevos equipos.
- ◆ Administración de Pases.
- ◆ Integración y validación con Asociaciones y/o Gremios Deportivos.

TÉCNICA:

- ◆ Modalidades de Campeonato.
- ◆ Fixture de Juegos por Categoría.
- ◆ Calendarios de Juegos.
- ◆ Programaciones.
- ◆ Tabla de Posiciones.
- ◆ Legalización de Actas de Juego.
- ◆ Registro histórico de proyectos y reformas al Reglamento.

SANCIONES:

- ◆ Registro de Penas a Jugadores.
- ◆ Registro de Sanciones para los Equipos.
- ◆ Calendarios de Juegos.
- ◆ Reporte a las Asociaciones y/o Gremios Deportivos de Sanciones Graves.

ADMINISTRACIÓN:

- ◆ Asuntos Sociales y Culturales.
- ◆ Relaciones Públicas.
- ◆ Arbitraje.
- ◆ Secretaria.
- ◆ Finanzas.
- ◆ Servicios Electrónicos

ARCHIVO DIGITAL:

- ◆ Manejo de Documentos:
 - ⇒ Personales.
 - ⇒ Deportivos.
 - ⇒ Administrativos.





POR FIN DEPORTES.COM

Daniel Caiza
Ejecutivo Comercial

Quito: Jacinto Jijón y Caamaño,
Urb. La Luz Bloque 3 Dpto. 3B.
Telf: 593-02-2404770

099-8136233
098-7294617
Email: daniel.caiza@porfindeportes.com
www.porfindeportes.com





Sistema Integrado de Administración Deportiva

todos los beneficios para tu Liga Barrial en el área :

TECNICA
CALIFICACION
SANCIONES
SERVICIOS EN LINEA

www.porfindeportes.com



Sistema Integrado de Administración Deportiva

todos los beneficios para tu Liga Barrial en el área :

TECNICA
CALIFICACION
SANCIONES
SERVICIOS EN LINEA

www.porfindeportes.com



Sistema Integrado de Administración Deportiva

Todos los beneficios para tu Liga Barrial en el área:
TECNICA
CALIFICACIÓN
SANCIONES
SERVICIOS EN LÍNEA

www.porfindeportes.com

APLICACIÓN MÓVIL DEL SIAD





Estrategias de Promoción

PROMOCIÓN

Estrategia	Actividad	Público Objetivo	Mensaje	Canal de Comunicación
Realizar publicidad en prensa escrita	Diseñar el arte del SIAD para publicidad Cotizar en Ultimas Noticias	Integrantes de las Ligas Barriales	Dar a conocer el SIAD	Prensa Escrita, Ultimas Noticias
Visitar a los directivos de cada liga Barrial	Entregar publicidad impresa por medio de tarjetas de presentación y trípticos	Dirigentes de Ligas Barriales	Imagen corporativa y dar a conocer el SIAD	Directo con los dirigentes de las ligas barriales
	Obsequiar esferos y llaveros del SIAD	Dirigentes de Ligas Barriales	Posicionamiento de marca e imagen corporativa	Directo con los dirigentes de las ligas barriales
Asistir a eventos organizados por las ligas barriales	Hacer un roll up para eventos	Integrantes de las Ligas Barriales	Dar a conocer el SIAD	Directo con las ligas barriales
Diseñar y comercializar una aplicación móvil del SIAD	Diseñar la aplicación web del SIAD	Integrantes de las Ligas Barriales	El SIAD es una herramienta eficiente	Directo con los integrantes
	Ofrecer y vender en inauguraciones de ligas barriales			



PROMOCIÓN DE VENTAS

Herramienta	Desarrollo
Descuentos por volumen	Como un mecanismo para impulsar las ventas se ha desarrollado un concepto de ventas por volumen en donde a partir de los 750 deportistas afiliados pertenecientes a una misma institución barrial, se considera hacer un descuento del 10% del valor total de la renta del producto, y en el costo total van incluidos los diseños de documentos de forma gratuita. (Carnets, Hojas de Vocalía)
Facilidades de Pago	Un importante mecanismo de venta, se considera la forma de pago ofrecida por la empresa para dependiendo de los montos estos puedan ser pagados hasta en 3 dividendos, sin ningún tipo de interés.
Comisiones por ventas	Una opción adicional de impulso para las ventas es la tabla de comisiones para vendedores, que oscilan entre el 15 al 25% de comisión por volúmenes de venta.



Plan de propaganda no pagada mediante demostraciones del SIAD en los gremios Barriales y entrevistas en medios de comunicación

Medio de Comunicación	Nombre del Medio de Comunicación	Contacto	Nombre
Radio	Futbol FM	Aurelio Dávila	0999702679
Radio	Rumba 94.5	David Silva	0996527558
Radio	República	Jorge Baldeón	0987718386
Radio	Pichincha Universal	Marcela Caicedo	0995694508
Prensa Escrita	Ultimas Noticias	Edwin Encalada	0998769785
Portal Web	Porfindeportes	Bryan Rojas	0987311996
Revista	Elite Deportiva	Lenin Chico	-

RELACIONES PÚBLICAS



Sociabilizar el SIAD mediante seminarios con empresas relacionadas al deporte

Empresa	Contacto	Teléfono
Gatorade 	Patricio Romero	0992750329
Jefferson Pérez Eventos 	Jefferson Pérez	09967994176
Coca Cola 	Pierangela Sierra	(593)22991801
Marathon Sports 	Bruno Zavala Intriago	(593)22483914
Cervecería Nacional 	Mario Goncalves Savinovich	04-2598888

RELACIONES PÚBLICAS



Obsequiar elementos deportivos a las ligas barriales

TÉCNICA		CALIFICACIONES		SANCIONES	
Característica	Ponderación	Característica	Ponderación	Característica	Ponderación
Ingreso de Equipos	5%	Jugadores	20%	Reglamento	5%
Registro Equipo-Categoría	5%	Calificación	10%	Registro de Tarjetas	0%
Sorteo Participación	5%	Cambios	0%	Registro Sanción Equipos	0%
Generación Fixtures	5%	Reportes	0%	Sanción Equipos	5%
Registro Rubros	5%	Campeonato Anterior	0%	Sanción Jugadores	5%
Registro Horarios	10%			Reportes Sanciones	0%
Registro Resultados	10%				
Registro de Goleadores	10%				
Ver Resultados	0%				
Tabla de Posiciones	0%				
Reportes	0%				
Total	55%		30%		15%



PRESUPUESTO COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Estrategia	Actividad	Valor	Referencia
Realizar publicidad en prensa escrita	Diseñar el arte del SIAD para publicidad	0,00	Departamento Comercial
	Cotizar en Ultimas Noticias	1.024,00	Anexo 6
Visitar a los directivos de cada liga Barrial	Entregar publicidad impresa por medio de tarjetas de presentación y trípticos	1.800,00	Anexo 3
	Obsequiar esferos y llaveros del SIAD	1.064,00	Anexo 3
Asistir a eventos organizados por las ligas barriales	Hacer un roll up para eventos	150,00	Anexo 3
Diseñar y comercializar una aplicación móvil del SIAD	Diseñar la aplicación web del SIAD	3.975,75	Anexo 5
Descuentos por volumen		0,00	Departamento Financiero y Comercial
Facilidades de Pago		0,00	Departamento Financiero y Comercial
Comisiones por ventas		0,00	Departamento Financiero y Comercial
Plan de propaganda no pagada mediante demostraciones del SIAD en los gremios barriales y entrevistas en medios de comunicación	Demostraciones en los gremios barriales	50,00	Departamento Financiero y Comercial
	Entrevistas en medios de comunicación	70,00	Departamento Financiero y Comercial
Sociabilizar el SIAD mediante seminarios con empresas nacionales e internacionales relacionadas al deporte	Cotización del evento	300,12	Anexo 4
Formar alianzas con empresas nacionales o internacionales relacionadas al deporte	Descuentos y bonificaciones para las ligas barriales	0,00	Departamento Comercial
Plan de incentivos a la liga barrial que tenga la base de datos más completa	Elementos deportivos para las ligas barriales	0,00	Departamento Comercial
TOTAL		8.433,87	



Implementar Marketing 2.0 con redes sociales

POSICIONAMIENTO



FANPAGE

TWITTER





PLAN OPERATIVO MIX Y PRESUPUESTO

Sistema Integrado de Administración Deportiva (SIAD)										
PLAN OPERATIVO DEL MARKETING MIX										
ESTRATEGIA	PRIORIDAD			REF.	CRONOGRAMA			RECURSOS	RESPONSABLE DEPARTAMENTO	PRESUPUESTO
	A	B	C		DURACIÓN	INICIO	FINALIZACIÓN			
Crear la cartera del Producto	■			Objetivo 3	1 día	02/02/2015	03/02/2015	Humano	Comercial Técnico	\$ 0,00
El SIAD tendrá una eficiencia del 95% en su aplicación	■			Objetivo 2	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Humanos Materiales Económicos	Comercial Técnico	\$ 960,00
Plan de bonificaciones y descuentos para las ligas barriales		■		Objetivo 2	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Humano	Comercial Financiero	\$ 0,00
Visitar a los directivos de cada liga barrial	■			Objetivo 1	40 Semanas	02/03/2015	07/12/2015	Económico Humano	Comercial Financiero Administrativo	\$ 1.600,00
Formar alianzas con un medio de comunicación enfocado al deporte barrial	■			Objetivo 2	1 Semana	02/03/2015	09/03/2015	Humano Tecnológico	Comercial Financiero Administrativo	\$ 0,00



PLAN OPERATIVO MIX Y PRESUPUESTO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Realizar publicidad en prensa escrita			Objetivo 1	2 Semanas	09/03/2014	23/03/2014	Humanos Materiales Económicos	Comercial Financiero	\$ 1.024,00
Visitar a los directivos de cada liga Barrial			Objetivo 1	40 Semanas	02/03/2015	07/12/2015	Económico Humano	Comercial Financiero Administrativo	\$ 2.864,00
Asistir a eventos organizados por las ligas barriales			Objetivo 2	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Económico Humano	Comercial Financiero Administrativo	\$ 150,00
Diseñar y comercializar una aplicación móvil del SIAD			Objetivo 3	1 Mes	02/03/2015	02/04/2015	Humano Económico Tecnológico	Comercial Financiero Administrativo	\$ 3.975,75
Promocionar las ventas del SIAD			Objetivo 3	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Humano	Comercial Financiero Administrativo	\$ 0,00
Plan de propaganda no pagada mediante demostraciones del SIAD en los gremios barriales y entrevistas en medios de comunicación			Objetivo 1	1 Mes	02/03/2015	02/04/2015	Humanos Materiales Económicos	Comercial Financiero	\$ 120,00
Sociabilizar el SIAD mediante seminarios con empresas nacionales e internacionales relacionadas al deporte			Objetivo 3	1 Mes	02/03/2015	02/04/2015	Humano Económico Tecnológico Material	Comercial Financiero Técnico	\$ 300,12
Formar alianzas con empresas nacionales o internacionales relacionadas al deporte			Objetivo 2	1 Mes	02/03/2015	02/04/2015	Humano	Comercial	\$ 0,00
Plan de incentivos a la liga barrial que tenga la base de datos más			Objetivo 2	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Humano Tecnológico Económico	Comercial Financiero Técnico	\$ 0,00



PLAN OPERATIVO MIX Y PRESUPUESTO

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	Implementar Marketing 2.0 con redes sociales			Objetivo 1	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Humano Tecnológico	Comercial Técnico	\$ 0,00
	Realizar publicidad en prensa escrita			Objetivo 1	2 Semanas	09/03/2014	23/03/2014	Humanos Materiales Económicos	Comercial Financiero	\$ 0,00
	Visitar a los directivos de cada liga Barrial			Objetivo 1	40 Semanas	02/03/2015	07/12/2015	Económico Humano	Comercial Financiero Administrativo	\$ 0,00
	Plan de propaganda no pagada mediante demostraciones del SIAD en los gremios barriales y entrevistas en medios de comunicación			Objetivo 1	1 Mes	02/03/2015	02/04/2015	Humanos Materiales Económicos	Comercial Financiero	\$ 0,00
	Servicio post venta en ligas barriales			Objetivo 2	Anual	03/03/2015	02/03/2016	Humanos	Comercial	\$ 0,00
	Sociabilizar el SIAD mediante seminarios con empresas nacionales e internacionales relacionadas al deporte			Objetivo 3	1 Mes	02/03/2015	02/04/2015	Humano Económico Tecnológico Material	Comercial Financiero Técnico	\$ 0,00
	TOTAL DE LA INVERSIÓN									



CONTROL Y EVALUACIÓN

ESTRATEGIA	INDICADOR	FÓRMULA	HERRAMIENTA	RESULTADO	TIEMPO
Posicionamiento de la marca y del producto	Posicionamiento de la marca	Directivos barriales que conocen la marca/ Total de directivos encuestados	Encuesta	3 primeros lugares	Anualmente
Visitar a los directivos de cada liga barrial	Visitas a ligas barriales	Visitas realizadas/Visitas Programadas	Hoja de visitas a clientes firmadas	Mínimo 90%	Mensual-anual
Realizar Publicidad en prensa escrita	Publicidad pagada	Número de observadores/ Total de tiraje	Cupones para descuentos del SIAD	Mínimo 2 persona de cada liga barrial	1 mes después de la publicación
Implementar Marketing 2.0 en Redes Sociales	Implementación en Redes Sociales	Total de seguidores / seguidores planificados	Estadísticas de las redes sociales	Mínimo 5 personas de cada liga barrial	Mensual-anual
Plan de propaganda no pagada mediante demostraciones del SIAD en los Gremios Barriales y entrevistas en medios de comunicación barrial al deporte	Demostraciones del SIAD	Número de demostraciones/ total programado	Hoja de visitas a gremios firmadas	Demostraciones en FLQ y UDLI	Anualmente
	Entrevistas del SIAD	Entrevistas realizadas/ total entrevistas programadas	Cuestionario	30% de integrantes de las ligas barriales	Después de 2 meses
El SIAD tendrá una eficiencia del 95% en su aplicación	Mantenimiento del SIAD	Mantenimiento realizados/ total mantenimiento programados	Informes de mantenimientos del SIAD	100% , se realiza trimestralmente 1 vez	Mensual-anual
	Horas operadas del SIAD	Horas operadas/ capacidad de horas	SIAD (Informe de horas laboradas)	100% de su capacidad	Mensual-anual
Servicio Post venta en las Ligas Barriales	Servicio Post venta del SIAD	Llamadas realizadas/ llamadas programadas	Informe de llamadas (Contacto y fecha)	100% de los clientes	Mensual-anual
Plan de bonificación y descuentos del SIAD	Bonificaciones del SIAD	Bonificaciones /ventas del SIAD	SIAD (Informe de Ventas)	100% de los clientes	Mensual-anual
	Descuentos del SIAD	Descuentos/arrendamientos del SIAD	SIAD (Informe de Arrendamientos)	80% de los clientes en base a la Investigación de mercados	Mensual-anual
Formar Alianzas con un medio de comunicación local enfocado al deporte barrial	Alianzas con medios de comunicación	Número de visitas web del SIAD/ total número de visitas web de Porfindeportes	SIAD, Porfindeportes (Informe de visitas)	10% mínimo	Mensualmente
Formar alianzas con empresas relacionadas al deporte nacionales e internacionales	Alianzas con empresas	Alianzas realizadas/ total Empresas invitadas	Contratos establecidos	20% mínimo, o 1 empresa	2 meses después del evento
Asistir a eventos organizados por las Ligas Barriales	Asistencia a eventos de ligas barriales	Eventos asistidos/ total eventos invitados	Informe de asistencias	95% aceptación	Mensual-anual
Plan de incentivos a la Liga que tenga la base de datos más completa	Plan de incentivos para ligas barriales	Módulos usados del SIAD/Total módulos del SIAD	Informe de uso del sistema (SIAD)	85% mínimo	Mensual-anual
Crear el portafolio del SIAD	Uso de versiones	Uso de módulos del SIAD/ total de módulos del SIAD	Informe de venta de versiones(SIAD)	85% mínimo	Mensual-anual
Diseñar y comercializar una aplicación móvil del SIAD para los integrantes de las Ligas Barriales	Diseño de la aplicación móvil del SIAD	Número de descargas móviles del SIAD/ total de descargas planificadas	Informe del SIAD sobre descargas móviles	95% nivel de aceptación de 3000 descargas planificadas	Anual
Promocionar las ventas del SIAD	Promoción de ventas	Ventas realizadas /total ventas posibles	Informe de ventas del SIAD	30% de las Ligas Barriales	Anualmente
Sociabilizar el SIAD mediante seminarios con empresas relacionadas al deporte nacionales e internacionales	Seminarios con empresas enfocadas al deporte	Seminarios realizados /seminarios programados	Contratos de Seminarios	100% de los seminarios	Anualmente

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- ✓ El estudio de mercado realizado del SIAD muestra que el 93% de ligas barriales no tienen un software deportivo y un 84% de ligas están dispuestas a adquirir el SIAD en Quito, lo que significa un nivel elevado de clientes potenciales así como un mercado atractivo para la empresa.
- ✓ En el diagnóstico situacional y con el uso de la matriz General Electric se define que la empresa Advantechsys está ubicada en el cuadrante de crecer y construir, lo que abre al producto y a la empresa una oportunidad envidiable para desarrollarse dentro del mercado de ligas barriales más aún si se considera que es un segmento completamente abandonado en temas tecnológicos, lo que permitirá con la correcta aplicación del plan de marketing posicionarse de una forma sólida y ampliar los horizontes a nuevos sectores.
- ✓ En el direccionamiento del análisis de la matriz PEYEA posiciona a Advantechsys en potenciar sus estrategias competitivas siendo esta una oportunidad de negocio en un segmento de mercado donde el desarrollo de software o la automatización de instituciones deportivas casi no existe y si existe son esfuerzos individuales mediante la utilización de aplicativos gratuitos distribuidos en internet o esfuerzos con desarrollos puntuales en Excel.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- ✓ A partir de los resultados obtenidos en las matrices se determinan objetivos de consolidación, participación y de crecimiento los mismos que permitirán el posicionamiento en las ligas barriales, incrementar la cuota de mercado y aumentar las ventas a un 30% respectivamente en el primer año.
- ✓ Las estrategias diseñadas en base a los objetivos determinados permiten que se posicione la marca y el producto en las ligas barriales, establecer relaciones directas con las ligas barriales para así aumentar sus ventas y realizar alianzas con empresas relacionadas al deporte que estén alineadas con la propuesta del SIAD.
- ✓ La evaluación y control de cada estrategia propuesta genera que se desarrollen las actividades establecidas en los tiempos propuestos, con los recursos asignados y sus respectivos responsables para así al final del periodo analizar sus resultados, lo que permite tomar decisiones con respecto a las acciones que determine la empresa.



RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a Advantechsys tomar decisiones estratégicas y aprovechar la información obtenida en el estudio de mercado para introducir el SIAD en las ligas barriales, ya que el mercado es muy amplio y debería explotarse.
- ✓ Advantechsys debería invertir capital en el plan de marketing propuesto, que está direccionado a integrarse y a comunicar el SIAD a las ligas barriales directamente.
- ✓ La empresa debe aprovechar su posición competitiva en el mercado de ligas barriales ya que no existe competencia y además el SIAD ofrece varias ventajas que deben darse a conocer para así crecer paralelamente junto a los clientes.
- ✓ Se propone que la empresa aplique las estrategias de visitas a las ligas, publicite en prensa escrita, implemente redes sociales del SIAD y participe en entrevistas de medios de comunicación barriales para posicionar la marca y el producto.
- ✓ Advantechsys debe procurar fidelizar al cliente mediante un sistema confiable, servicio post venta, bonificaciones y descuentos del sistema, incentivos a las ligas con la base de datos más completa, asistir a los eventos organizados por los clientes para así conseguir la participación de mercado deseada.
- ✓ Se recomienda a Advantechsys crear las versiones del producto, diseñar una aplicación móvil del sistema, promocionar las ventas, realizar seminarios para sociabilizar el SIAD para aumentar las ventas del producto.
- ✓ El responsable del plan de marketing debe controlar las estrategias diseñadas para cada objetivo en el tiempo establecido para evaluar los resultados en base a los parámetros establecidos.

CONSEJO