



Guía de comunicación integrada de marketing para
SociedadDeportivoQuito



1. INTRODUCCIÓN



Esta guía de Comunicación Integrada del Marketing (CIM) para Sociedad Deportivo Quito ha sido desarrollada como resultado de un proceso de investigación con sustento científico y bibliográfico que partió del análisis de la situación actual del equipo.

Tras el desarrollo de la Guía se aplicarán las estrategias y tácticas creadas bajo el criterio del autor del presente trabajo, para el mejoramiento de la comunicación del club Sociedad Deportivo Quito con respecto su público objetivo, representado por la hinchada del equipo; a través de una propuesta integral que consiste en posicionar la marca Deportivo Quito y AKD en la mente de los hinchas.

De esta forma se podrá cumplir con los objetivos de mantener y fidelizar a los aficionados actuales y captar a los hinchas potenciales con mensajes y propuestas comunicativas mas claras y sensibles para los aficionados del fútbol.

A continuación es importante citar las palabras del Econ. Fernando Mantilla, presidente del club Sociedad Deportivo Quito, que en su mensaje expresa el sentir del despertar de una nueva generación de seguidores del equipo.

“El Quito, la AKD era un gigante dormido, su hinchada no se había desesperado, se había producido la rotación de una nueva generación ¡niños, jóvenes y muchas niñas y adolescentes seguían sumándose a la esperanza, había nacido una “Hinchada Diferente”! Llena de fieles, como si fuese una religión, que esperaba lanzar su evangelio cuando el Quito vuelva ser campeón.

Se reflejaba la influencia familiar, la tradición, una nueva hermandad había surgido, ahí nació la idea de que la equitación alterna lleve el color de la noche, al principio costó acostumbrarse y el “muy fúnebre” paso al “me encanta”; a fines del 2008 nos habíamos coronado campeón del fútbol nacional vistiendo esta indumentaria lo que se repetiría en los años venideros, es así como al año siguiente el Quito repetiría la gloria alcanzando el Bi-campeonato, pero aun habían incrédulos que esperaban la caída, el nuevo Quito empezaba a desplazar a los nuevos ídolos nacidos de la sequía, en el 2010 un no menos. (AKD, 2012)

2. HISTORIA DEL CLUB



El origen del apelativo la AKD se remonta a la época de los años 40 cuando se funda "Sociedad Deportiva Argentina" exactamente el 9 de julio de ese año en las esquinas de la calle Flores y Manabí, céntrico lugar de Quito, la Plaza del Teatro.

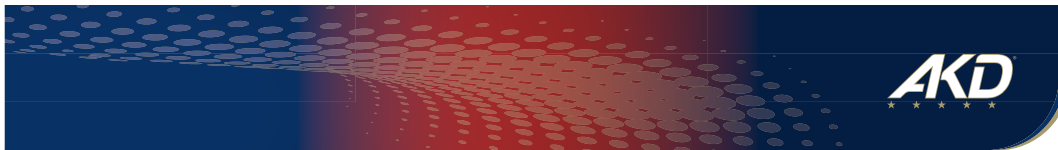
Sus fundadores: (Julio Aguirre, Guillermo Albornoz, Alfonso Almeida, Ernesto y Alfonso Arcentales, José Carrera, Jorge Arias, Ángel Castañeda, Rodolfo Cepeda, Gonzalo Gómez, Carlos M. Guerra, Jorge Landázuri, Alfonso, Humberto y Rafael Morales, Galo Portero, Manuel P. Terán, Gonzalo Yáñez y Luis Velásquez), inspirados por la vistosidad del fútbol gaucho, sus colores y en especial por las glorias alcanzadas por Racing Club de Avellaneda, coincidencia mente conocido de igual forma como la Academia, portaba los colores patrios argentinos el "blanco y el celeste" que pasaron a ser parte del Glorioso Argentina.

Los primeros jugadores del Glorioso Argentina pertenecieron a Clubes como Gladiador Sporting Club y el Club Real Manabí, principalmente.

La Sociedad Deportiva Argentina, asciende a la Segunda Categoría Amateur, después de ganar el primer campeonato interbarrial de Quito superando a catorce equipos diferentes. Permanece en Segunda dos años, siendo subcampeón el primero y campeón el segundo (disputó 3 partidos más para lograrlo) lo que le permite ascender a la Categoría Máxima Amateur de la cual fue campeón en 1950.

Debido a una disposición de la Asociación de Fútbol Amateur de Pichincha (AFNA), que no permitía que cualquiera de sus clubes asociados lleven el nombre de un país extranjero excepto el de España, la Sociedad Deportiva Argentina decide cambiar su nombre a Sociedad Deportivo Quito, y sus colores del celeste y blanco cambiaron al azul y rojo (azul y grana). El último partido con el nombre de Sociedad Deportiva Argentina se da el 30 de enero de 1955, derrotando 4-0 al Barcelona, y su primer partido como Sociedad Deportivo Quito se lleva a cabo el 27 de febrero de 1955. En ese año y los dos siguientes 1956 y 1957, el Quito, como sería conocido desde ese entonces obtuvo el primer tricampeonato para después de 6 años, en 1963, volver a obtener un nuevo título en los campeonatos interandinos. A partir de 1964 los campeonatos se volvieron nacionales y su primer campeón fue Sociedad Deportivo Quito, repitiendo esta gloria 4 años mas tarde en 1968.

Nadie olvidará jamás a ese equipo de ensueño bajo el mando del profesor Juan Ruales: Allende, Romanelly, Muñoz, Mario "Chivo" Galárraga y Charpantier; Guerrero y Suárez; Pardo, Torres, Ordóñez, Molina y Contreras.



En 1964 Deportivo Quito califica al Campeonato Nacional, gracias al cuarto lugar conseguido en el Campeonato Interandino del mismo año, ganado por Politécnico. Para dicho torneo, no se cuenta con la participación de los equipos guayaquileños que tenían aspectos reglamentarios y económicos para abstenerse de intervenir. Ratificando que sabe crecerse en las instancias finales Deportivo Quito empata en el primer lugar del Campeonato Nacional con Liga de Quito y El Nacional, definiendo así el título nacional en una liguilla a una sola vuelta entre estos tres equipos.

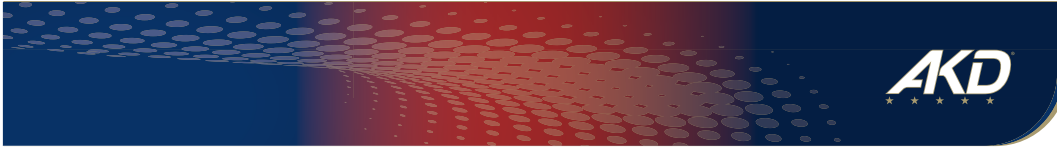
En 1968 se realiza un campeonato plenamente nacional en modalidad todos contra todos. Terminada la primera etapa, Deportivo Quito obtiene el primer lugar con 9 puntos de ventaja sobre sus perseguidores, Barcelona y Emelec, que obtienen 27. Así, los azulgranas pasan a disputar una liguilla final de todos contra todos en la que participan los seis mejores del torneo. Jugadas 31 fechas y sin aflojar la punta, el 29 de noviembre Deportivo Quito iguala a 0 goles con El Nacional y se proclama campeón nacional por segunda ocasión.

Pasaron 40 años desde el último título azul grana y se inicia el año con un equipo totalmente renovado bajo la batuta del director técnico Carlos Sevilla y re potenciado con el regreso a Deportivo Quito de su ídolo Luis Fernando Saritama. La Academia contó con 45 puntos obtenidos en base a 13 victorias, 6 empates y 3 derrotas, que le permiten alcanzar su paso a la liguilla final, a la cual clasifican de primero a cuarto respectivamente: Deportivo Quito, Liga de Quito, Deportivo Cuenca y El Nacional en un sistema de todos contra todos, de 12 equipos.

Para la siguiente fase, Deportivo Quito pasa a formar parte del Grupo 1 (en el 2008, para esta etapa se forman dos grupos que entregarían, cada uno, un cupo adicional para la liguilla final) junto con Barcelona, Olmedo, El Nacional, Emelec y Deportivo Azogues. Una vez concluida esta etapa, Barcelona y Macará (ganador del Grupo 2) completan el conjunto de equipos que disputarían el título nacional.

El cuadrangular por el título encontraría a La Academia en su mejor momento físico y futbolístico. El equipo terminó en primer lugar invicto y sin recibir ni un solo gol en contra despachando al "favorito" Liga de Quito al empatar 0-0 en el Atahualpa y vencéndolo 1-0 en Casa Blanca. Una vez más al igual que en el 2008 LA AKD dejaba en el camino a su clásico rival.

Paralelamente a la parte futbolística, en la parte institucional mediante una reforma de estatutos aprobada por los socios del club el equipo pasaba a ser administrado por la empresa española SEK, empresa que incursionaba en el fútbol ecuatoriano para cubrir los huecos financieros de



SDQ y posicionar su prestigiosa marca a través de nuestra Institución. El rival de la gran final era el Deportivo Cuenca equipo que venía haciendo una buena campaña en su respectivo cuadrangular despachando sin contemplaciones al otro "favorito" Emelec.

El partido de ida de la gran final jugado en la ciudad de Cuenca ante una gran presencia de hinchas quiteños Deportivo Quito empató 1-1 con el Deportivo Cuenca. El gol de La Academia lo anotó Marcos Pirchio.

La gran final del campeonato que se jugó un 5 de diciembre La Academia se proclamó campeón 2009 al vencer 3-2 a su rival con goles de Daniel Mina y Michael Arroyo en dos ocasiones para sellar el primer Bicampeonato en la historia de Sociedad Deportivo Quito.

Al terminar primero en la tabla general, le correspondía jugar primero en el Estadio George Capwell de la ciudad de Guayaquil el día Domingo 11 de diciembre, a las 16 horas. En este partido se vio un Deportivo Quito concentrado en conseguir los tres puntos, objetivo que lograría. El sábado 17 de diciembre a las 12 horas se jugaba la segunda y definitiva final, El partido mostraba un equilibrio en las acciones, el poste salvó a los 2 equipos en la primera etapa. Para el segundo tiempo se hicieron variantes que permitieron mejorar el ataque de la Academia, siendo Matías Alustiza, quien al minuto 88 marcara el gol de la tranquilidad. El marcador final fue de 1-0, 2-0 en el global, con lo que la Academia se coronaba como justo campeón.

3. ESCUDO



Durante la era de Sociedad Deportiva Argentina, se utiliza un escudo de color blanco con cinco franjas verticales de color celeste, semejantes a los colores de la bandera argentina, y que en la parte superior contiene el nombre "S.D. ARGENTINA". Posteriormente con el cambio de nombre, el escudo de Sociedad Deportivo Quito pasa a ser un escudo blanco con bordes dorados, en la parte inferior tiene tres franjas verticales, dos azules a los costados y una roja en el centro, como los colores de la bandera de la ciudad de Quito, y en la parte superior, escrito el nombre "S.D. QUITO".

4. Uniforme

Uniforme titular: Camiseta azul marino y rojo a franjas verticales, pantalón azul marino, medias azules marinos a franjas horizontales rojos.

Uniforme alternativo: Camiseta blanca con detalles azules marinos, pantalón rojo, medias blancas.

5. Auspiciantes

La camiseta actual lleva la marca Fila, empresa surcoreana de confección y distribución de accesorios deportivos; con la cual el club tiene vínculo desde 2012. Teleamazonas posee los derechos televisivos y el sponsor principal es la soda estadounidense Pepsi a partir del 21 de enero de 2011. Esta es la cronología de las marcas y patrocinadores de la indumentaria del club.

Período	Proveedor
1986-1994	Sin Marca
1994	Reebok
1995-1996	Soccer
1997-1998	Lotto
1999-2000	Reebok
2001	Lotto
2002-2007	Puma
2008-2011	Diadora
2012-presente	Fila

6. PATROCINADOR



Las siguientes tablas detallan cronológicamente las empresas proveedoras de indumentaria y los patrocinadores que ha tenido el Deportivo Quito desde el año 1986 hasta la actualidad:

Período	Patrocinador
1986	Banco Ecuatoriano de Desarrollo (BEDE)
1987-1990	Sin Patrocinador
1991-1992	Banco de Préstamos
1993	Sin Patrocinador
1994-1995	Quito Motors (Ford)
1996	Textiles del Pacífico
1997-1998	Tripetrol
1999-2005	Pilsener
2006 Sin	Patrocinador
2006-2007	Movistar
2007	Cybercell
2008	Sin Patrocinador
2008	U&S Uribe y Schwarzkopf Planificación y Construcción
Copa Sudamericana 2008	AeroGal
2009	Sin Patrocinador
2009	U&S Uribe y Schwarzkopf Planificación y Construcción
2009	U&S Uribe y Schwarzkopf Planificación y Construcción; Banco Territorial Casa Tosi Global
Inicios de 2010	Universidad Internacional SEK Ecuador
2010	U&S Uribe y Schwarzkopf Planificación y Construcción; Icaro; Panchonet Yapa
2011	Pepsi U&S Uribe y Schwarzkopf Planificación y Construcción, Icaro Radiólogos Asociados Yapa Raptor Mobile BlackBerry
2012	Pepsi Raptor Mobile Gonzalo Sánchez CNT Mercedes-Benz (mangas); DirecTV U&S Uribe y Schwarzkopf Planificación y Construcción (espalda); Radiólogos Asociados Centro de Fisioterapia y Rehabilitación Luis E. Rojas (pantaloneta)

7. INFRAESTRUCTURA



7.1. Estadio Olímpico Atahualpa

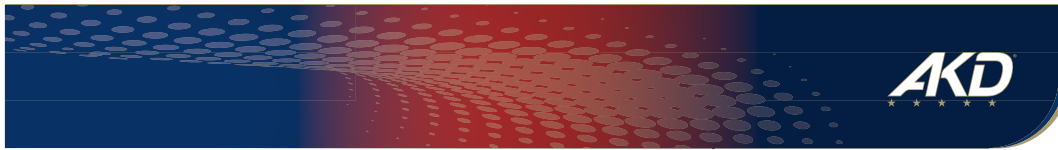
El Estadio Olímpico Atahualpa "El coloso del Batán", es el estadio donde juega Sociedad Deportiva Quito. Fue inaugurado oficialmente el 25 de noviembre de 1951 y tiene una capacidad oficial para 39 mil 816 espectadores. Se encuentra ubicado en la Avenida 6 de Diciembre y Naciones Unidas, en el sector de El Batán, al norte de la ciudad de Quito capital del Ecuador a aproximadamente 2.800m sobre el nivel del mar.

7.2. Complejo deportivo

El 17 de Enero de 1974, tras múltiples gestiones del Ing. Ney Mancheno Velasco y su directorio, la Municipalidad de Quito entrega un lote de terreno de 27.248 m2 en Carcelén para la construcción de las instalaciones deportivas del club. Con el paso del tiempo y gracias a la tenacidad e invaluable labor de presidentes y dirigentes, en el solar vacío de Limpiopungo, "Solo tierra y cielo" como sé lo conocía, el 22 de Febrero de 1992 se inaugura el complejo deportivo que con justicia lleva el nombre de su gestor el Ing. Ney Mancheno Velasco. El complejo de Carcelén, es el conjunto de instalaciones donde el equipo de primera realiza sus prácticas y concentraciones previas a los partidos y se considera un patrimonio de la Institución.

8. Históricas futbolísticas del Deportivo Quito

- Puesto histórico: 5º (según la RSSSF).
- Temporadas en Serie A: 48 (1957-1965, 1968-1971, 1972-1974, 1975, 1976, 1978-1979, 1980-Presente)
- Temporadas en Serie B: 6 (1971-1972, 1974, 1976, 1977, 1980)
- Temporadas en Segunda Categoría: 3 (1965-1967)
- Mayores goleadas conseguidas:
 - En campeonatos nacionales:
 - ⊙ 8-0 contra Delfín S.C. (25 de marzo de 1995),
 - ⊙ 7-1 contra Emelec (25 de septiembre de 2004),
 - ⊙ 5-1 contra LDU de Quito (23 de julio de 2006).
 - ⊙ 6-0 contra Universidad Católica (2 de marzo de 2008).
 - ⊙ 5-0 contra Universidad Católica (20 de noviembre de 2010).
 - En torneos internacionales:
 - ⊙ 5 - 0 contra Guadalajara (17 de abril de 2012).
 - ⊙ 4 - 1 contra Universidad de Chile (03 de Mayo del 2012).



- Mayores goleadas recibidas:
 - En campeonatos nacionales:
 - ⊙ 7 - 0 contra Emelec (28 de noviembre de 1996),
 - ⊙ 4 - 2 contra Liga de Quito (2 de noviembre de 2003),
- Máximo goleador: Fabián Cubero 63 goles oficiales
- Mejor puesto en la liga: 1º (5 veces)
- Peor puesto en la liga: 10º (1979)
- Primer partido en campeonatos nacionales:
 - Deportivo Quito 2 - 1 Barcelona (10 de noviembre de 1957 en el estadio El Ejido)
- Primer partido en torneos internacionales oficiales:
 - Deportivo Quito 0 - 1 The Strongest (31 de enero de 1965 en el estadio Olímpico Atahualpa)
- Participaciones en Copa Libertadores: 9 (1965, 1969, 1986, 1989, 1998, 2009, 2010, 2011, 2012)
- Participaciones en Copa Sudamericana: 4 (2008, 2010, 2011, 2012)

RESUMEN

Nombre oficial: Sociedad Deportivo Quito.

Fecha de Fundación: 9 de julio de 1940 como Sociedad Deportiva Argentina.

Presidente: Fernando Mantilla.

Director Técnico: Carlos Ischia.

Estadio: Olímpico Atahualpa.

Capacidad: 39 mil 816 aficionados.

9. NOMINA DE JUGADORES 2012



N°	Nacionalidad	Pos.	Nombre	Edad	Procedencia
1	Ecuador	POR	Marcelo Elizaga	40 años	Emelec
2	Ecuador	DEF	Giovanny Espinoza	35 años	Unión Española
3	Ecuador	DEF	Isaac Mina	31 años	Barcelona SC
5	Ecuador	MED	Alex Bolaños	27 años	Universidad Católica
6	Ecuador	DEF	Mauricio Folleco	28 años	Imbabura SC
7	Ecuador	MED	Fidel Martínez	22 años	Cruzeiro
8	Ecuador	MED	Freddy Olivo	29 años	LDU de Loja
9	Ecuador	MED	Edder Vaca	26 años	LDU de Loja
10	Ecuador	MED	Luis Saritama	28 años	Alianza Lima
11	Argentina	DEL	Matías Alustiza	27 años	Arsenal de Sarandí
12	Ecuador	POR	Adrián Bone	23 años	Espoli
13	Ecuador	DEF	Luis Romero	27 años	Manta FC
14	Ecuador	DEF	Jonathan Tejero	19 años	Inferiores
15	Ecuador	MED	Santiago Morales	33 años	Universidad Católica
16	Ecuador	MED	Dixon Arroyo	19 años	Inferiores
17	Ecuador	MED	Juan Carlos Paredes	24 años	Deportivo Cuenca
18	Argentina	DEL	Maximiliano Bevacqua	31 años	Manta FC
19	Uruguay	DEL	Waldemar Acosta	25 años	Técnico Universitario
20	Ecuador	DEF	Luis Checa	28 años	Aucas
21	Ecuador	DEL	Luis Congo	23 años	Imbabura SC
22	Argentina	DEL	Luis Miguel Escalada	25 años	Manta FC
23	Ecuador	DEF	Wilson Folleco	22 años	Imbabura SC

24	Ecuador	MED	Mavin Cortez	22 años	Técnico Universitario
25	Ecuador	DEL	Dany Luna	20 años	Rocafuerte FC
26	Ecuador	MED	Edison Vega	22 años	Imbabura SC
27	Ecuador	MED	Cristian Penilla	21 años	Espoli
28	Ecuador	DEF	Leandro Lemos	20 años	Manta FC
33	Ecuador	POR	Paúl Alarcón	34 años	Deportivo Cuenca
50	Ecuador	DEF	Joao Montaña	17 años	Manta FC
52	Ecuador	DEF	Pedro Velasco	18 años	Inferiores
54	Ecuador	DEF	Carlos Angulo	19 años	El Nacional
56	Ecuador	DEL	José Miguel Andrade	19 años	Defensor Sporting
57	Ecuador	MED	Ayrton Preciado	17 años	Inferiores
-	Ecuador	POR	Israel Gutiérrez	18 años	Inferiores
-	Ecuador	MED	Luis Eduardo Arce	17 años	Inferiores

10. Nomina de cuerpo técnico.

Equipo técnico	Nacionalidad
Entrenador(es)	
Carlos Ischia	Argentino
Entrenador(es) adjunto(s)	
Óscar Quiroga	Argentino
Preparador(es) físico(s)	
Diego Rousse	Argentino
Facundo Martinez	Argentino
Entrenador(es) de porteros	
Carlos Enriquez	Ecuatoriano

11. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO



MISIÓN

Inculcar el amor y la pasión por el club Sociedad Deportivo Quito en los niños y jóvenes, quienes se identifican plenamente con el emblema de la AKD, con el fin de crecer la gran hinchada que transmita todos los valores y principios del Club de generación en generación.

VISIÓN

Ser el mejor club del Ecuador y Sudamérica, el cual, posee un bagaje histórico muy rico, con una hinchada muy participativa y fiel y un equipo sólido e inteligente que se mantenga dejando huella y acumulando campeonatos y copas a través de la historia.

VALORES

- La familia
- La herencia, pues uno es hincha del Deportivo Quito ya que su papá lo es y se transmitirá de generación en generación.
- El respeto al deporte.
- Vivir con pasión los triunfos del equipo.

12. Objetivos

- Posicionar la Marca con un mensaje claro que garantiza un posicionamiento uniforme que incremente en un 5% anual el número de hinchas socios de la AKD.
- Redefinir el concepto de comunicación de la marca en un mensaje integrador, que muestre a Sociedad Deportivo Quito como el emblema de los resultados futbolísticos y a la AKD como una marca comercial del equipo.

- 13.1. Hinchas AKD GLORIA.-** Este grupo esta caracterizado por individuos que han seguido al equipo toda su vida, en algunos casos desde sus inicios, y su nivel de fidelidad con el equipo es muy alto. Este grupo de hinchas se encuentra en un rango de edad de 12 en adelante. Su nivel de concurrencia al estadio a alentar al Deportivo Quito es muy regular. Generalmente pertenecieron o pertenecen a alguna barra brava del equipo.
- 13.2. Hinchas AKD BARRAS BRAVAS.-** Este grupo esta caracterizado por hinchas que no son tan apasionados como los hinchas participativos que por lo general asisten al estadio a alentar su equipo únicamente en fechas importantes y cuando el equipo se encuentra en momentos atractivos y destacados con victorias consecutivas y campeonatos ganados. En este grupo se encuentran hinchas ubicados en un rango de edad 12 en adelante años. Generalmente no conocen todos los beneficios de ser socio del Club, sin embargo conocen vagamente a cerca de ciertas promociones y conocen de existencia de la página web y el programa de radio AKD aunque no se hayan vinculado ni escuchado el programa.
- 13.3. AKD Junior.-** Este grupo se caracteriza por tener aprecio y gusto por el equipo, aunque no siguen de cerca los triunfos y derrotas del equipo. Simplemente se sienten identificados por el equipo pero no sienten una profunda pasión por el mismo. Los aficionados de este grupo se encuentran entre los 5 a 12. Estos son los hijos, sobrinos y nietos de los hinchas participativos o pasivos. Ellos están empezando a seguir al equipo.

14. BRIEF DE COMUNICACIÓN Y MERCADEO.



14.1. Posicionamiento de Sociedad Deportivo Quito

El Posicionamiento muestra la esencia de la marca Sociedad Deportivo Quito y los activos del equipo traducidos en beneficios de la marca, y es el medio por el cual se accede a la mente del hincha y poder posicionar un mensaje y un producto en su mente.

Así pues el mensaje que se requiere llevar al hincha es con respecto a la marca Sociedad Deportivo Quito es el siguiente:

“El Deportivo Quito es un equipo de fútbol de la Capital del Ecuador que se ha destacado en el tiempo, como un equipo de resultados que ha dejado huella en el fútbol nacional e internacional y que tiene una esencia de equipo tradicional que dejara en su hinchada un legado de pasión de generación en generación.”

A partir de esta frase de posicionamiento que se encuentra estrechamente vinculado al concepto de propuesta de valor del equipo, se va a considerar el diseño integral del mensaje y de la oferta de productos de la AKD con el fin de mantener una demanda sostenible de hinchas en el tiempo.

14.2. Campaña Publicitaria

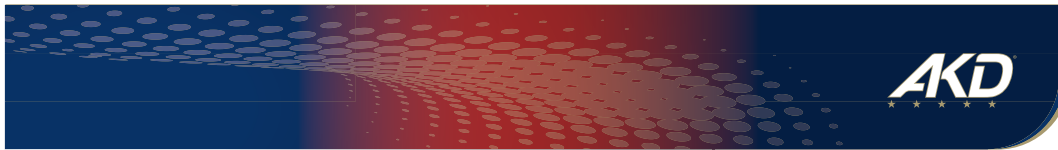
La campaña publicitaria que gira en torno al nuevo posicionamiento, se llama “Deportivo Quito, lo que fue los que es y los que será”.

14.3. Estrategias y tácticas

Las estrategias y tácticas están basadas en los estilos de vida de los hinchas: este tipo de estrategia de posicionamiento se centra en los intereses y actitudes de los consumidores, para poder dirigir las tácticas y los mensajes a ellos, según sus comportamientos y necesidades en relación al equipo.

La marca AKD surge de apelativo que tenía el Club en sus inicios. Sin embargo tuvo que cambiar su nombre por el de Sociedad Deportivo Quito y así es como se lo va a reconocer a nivel Deportivo y para todos los resultados futbolísticos con su escudo. Por otro lado AKD será impulsada como la marca comercial del Club.

Al utilizar a AKD como una marca comercial del equipo se busca como objetivo fundamental tratar de captar el mayor número de hinchas y convertirlos en socios. Esto con la finalidad de cumplir con los objetivos estratégicos de posicionar uniformemente un mensaje que lograr



incrementar el número de socios en un 5 % anual. A futuro la intención es que el estadio este lleno de socios en los partidos en los que juega el Deportivo Quito, tal como lo hacen ciertos clubes argentinos como el Boca Juniors y el River Plate. Para esto se propone la redistribuir los socios según el estudio de segmentación realizado, en el que se definieron tres grupos de hinchas.

Ya que el segundo objetivo plantea la redefinición del concepto de comunicación de la marca en un mensaje integrador, se mostrara el tradicional e histórico emblema de Sociedad Deportivo Quito para los resultados futbolísticos y al logo AKD, se lo impulsara como la imagen con fines comerciales de la marca.

14.3.1. Producto

Producto: Tarjetas de socio diferenciadas para cada grupo de hinchas.

- AKD GLORIA.- Para hinchas que han seguido al Glorioso Deportivo Quito desde sus inicios. Los de la plaza del teatro, los de la Academia.
- AKD BARRA BRAVA.- Con un toque juvenil, y resaltando la fortaleza de la hinchada de la generación actual que con bríos alienta a su AKD.
- AKDJunior.- Porque las nuevas generaciones aprenderán a querer al Quito como sus padres y hermanos, solo con pasión se puede entender este sentimiento que se transmite con amor.



13.2.2. Precio

El socio paga una membresía no caducable en el tiempo

- AKD GLORIA.- 25 dólares (Incluye, paquete de souvenirs y 4 entradas a partidos de campeonato nacional en el Estadio Olímpico Atahualpa.)
- AKD BARRA BRAVA.- 18 dólares (Incluye bufanda AKD y 2 entradas a partidos de campeonato nacional en el Estadio Olímpico Atahualpa.)
- AKDJUNIOR.- 15 dólares (Incluye llavero AKD y 2 entradas a partidos de campeonato nacional en el Estadio Olímpico Atahualpa.)

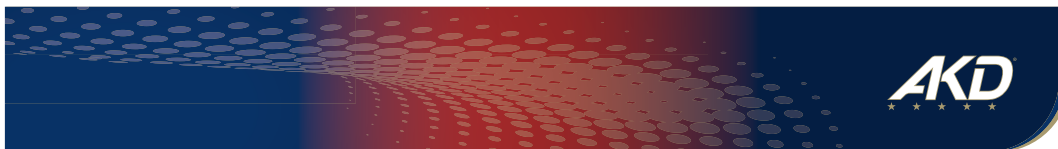
Las tarjetas AKD pueden ser recargadas a través de internet en convenio con tarjetas de crédito para la compra de abonos semestrales y anuales para todos los partidos del campeonato nacional.

13.2.3. Plaza

Se empaquetaran y venderán las membresías, esto quiere decir que cada sociatura de Deportivo Quito tiene un regalo.

- AKD GLORIA.- Paquete de souvenirs: Bufanda, llavero, gorra, jarro AKD y 5 entradas a partidos de campeonato nacional en el Estadio Olímpico Atahualpa.
- AKD BARRA BRAVA.- Bufanda, llavero, gorra, jarro AKD y 2 entradas a partidos de campeonato nacional en el Estadio Olímpico Atahualpa.
- AKDJUNIOR.- Bufanda, llavero, gorra, jarro AKD y 2 entradas a partidos de campeonato nacional en el Estadio Olímpico Atahualpa





Las membresías también serán empaquetadas con manuales de registro autónomo a través de internet. Estos serán impulsados por modelos que lleven el atuendo AKD, quienes exhibirán los paquetes de socio, y en las mesas de inscripción, personeros de Deportivo Quito son los que venderán el paquete.

Los registros de nuevos socios se harán a través de la página web oficial en el mismo módulo de registro a la página donde se incluirá una ventana para ingreso de los datos de la tarjeta socio.

Después de este proceso se brindará una bienvenida al nuevo socio y se lo vinculará a las páginas de redes sociales para su asociación a páginas fan page en Facebook y de seguimiento en Twitter.

13.2.4. Promoción

- Las tarjetas de los paquetes tendrán un descuento del 15% en el valor de la tarjeta si la compra se la en las 4 primeras semanas de lanzamiento.
- Paga una sola vez para tener la característica de socio antiguo.
- Con la tarjeta adquiere preferencia en la entrada al Estadio Olímpico Atahualpa.
- Adquiere descuentos en los boletos.
- Tiene la posibilidad de comprar abonos semestrales y anuales para asistir a todos los partidos del campeonato nacional.

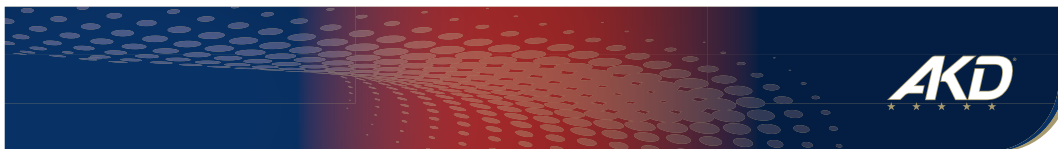
13.2.5. Publicidad

Campania: "AKD Lo que es los que fue y los que será".

Medios Radiales:

Se mantendrá el programa AKD radio, que está al aire todos los martes los a las 19:30 por Radio la Red 102.1 FM. Este es conducido por Andrea Ortiz, hinchita confesa del elenco chulla y por los miembros del Departamento de Marketing y Comunicación del equipo.

Se plantea una modificación del formato de radio de la AKD teniendo en cuenta tres espacios: DE GLORIA, DE BARRA BRAVA, AKDCITOS.



- “DE BARRA BRAVA”.- Programa de noticias actuales sobre el rendimiento del equipo y de hinchada brava.
- “DE GLORIA”.- Saldrá al aire los días jueves y es un espacio para recordar la historia del equipo sus triunfos y anécdotas.
- “AKDECITOS”, es un programa de día viernes, donde los jóvenes y niños AKD, participan en el programa de radio a través de entrevistas donde se entrega premios a la hinchada por su participación.

Medios Virtuales

La estrategia de medios virtuales debe seguir el mismo planteamiento de público objetivo y se debe promocionar los programas de radio en la página web oficial. Además que habrá un impulso a la asociación de los blogs y páginas de hinchas a la página oficial.

- Página web oficial con vinculación a las páginas web de hinchas y blogs del Deportivo Quito.

14.3.6. Relaciones Públicas

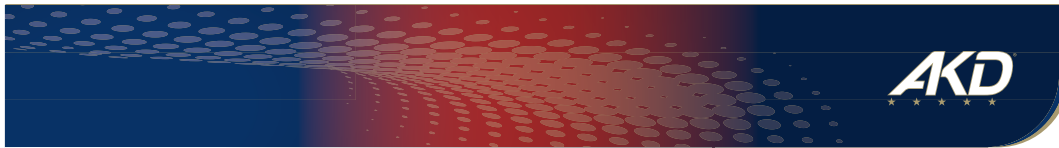
Se realizan eventos que involucren a los jugadores con sus hinchas y socios. En todos los eventos se promocionan las tarjetas de membresía por medio de impulsaciones con modelos que utilicen un atuendo AKD.

- Firmas de autógrafos con los jugadores del Deportivo Quito en los centros comerciales de la capital, (El Recreo, El Bosque, CCI, Quicentro Shopping Sur y Quicentro Shopping Norte).
- Creación de campeonatos el campeonato AKD de divisiones menores para reposicionar el nombre de cantera.

13.2.6. Marketing Directo y Merchandising

Para el marketing directo se proponen las siguientes tácticas.

- Creación de Material POP de la AKD (jarros, llaveros, gorras, bufandas). Este material tiene que ver con la campaña publicitaria de esta manera se diferenciara diseños para



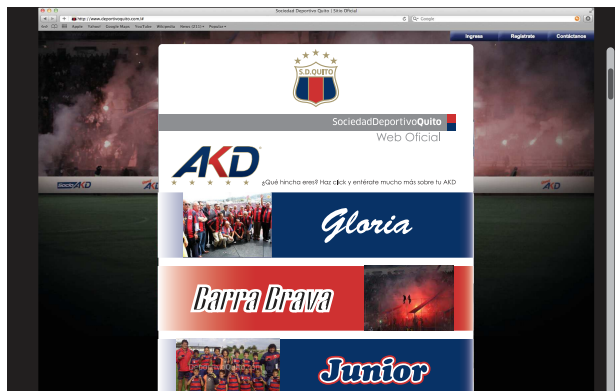
AKD GLORIA, AKD BARRA BRAVA y AKD Junior

- Se organizarán sorteos de productos a través de la página web oficial y página AKD
- Diseño del Kit de Bienvenida a los nuevos hinchas SOCIOS que estará empaquetado en las tarjetas.
- Re-edición de las camisetas con las que el equipo ha ganado campeonatos desde 1968.

13.2.7. Internet

Se propone las siguientes acciones para implementación de la campaña "AKD Lo que es los que fue y los que será".

- Rediseño de la página web incluyendo a los componentes generacionales de AKD GLORIA, AKD BARRA BRAVA y AKD Junior
- Mejoramiento de la administración de Bases de Datos, para vincularlas con sorteos y promociones.
- Potenciación de Bases de Datos Redes Sociales.
- WEB 2.0. en la web oficial
- Vinculación componentes virtuales a blogs de las barras.
- Creación de aplicaciones del Deportivo Quito para iPhone y BlackBerry Appworld.
- Creación de la página AKD, exclusiva para sorteos y premios.



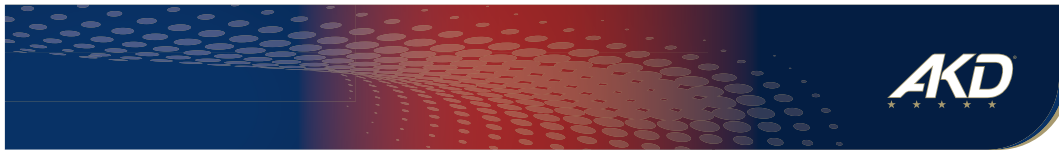
A través de los productos que se generarán en se busca posicionar un mensaje uniforme para cada uno de los segmentos.

La intención es volver racional el consumo para poder llegar de esta manera al licenciamiento de marca.

15. PRODUCTOS PARA SOCIOS.

AKD





Guía de comunicación integrada de marketing para
SociedadDeportivoQuito

