

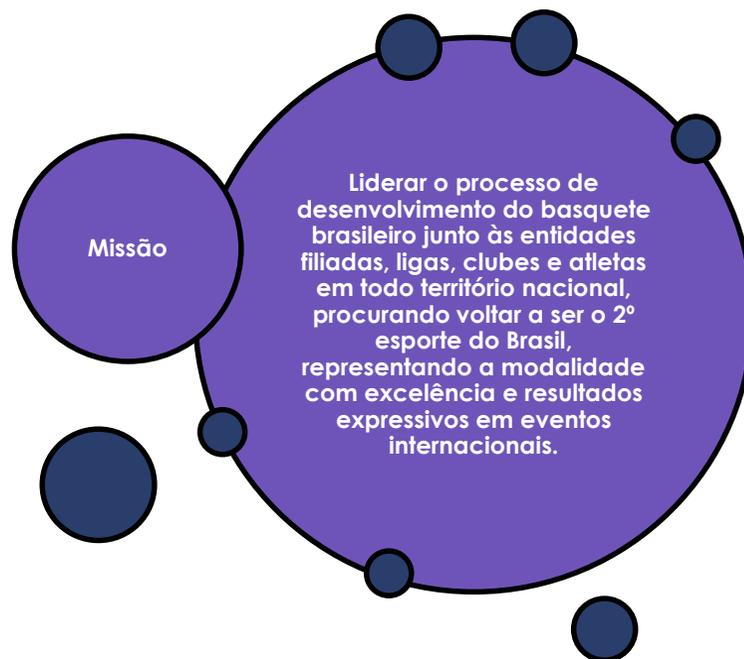


BASQUETE BRASIL
Um só Basquete

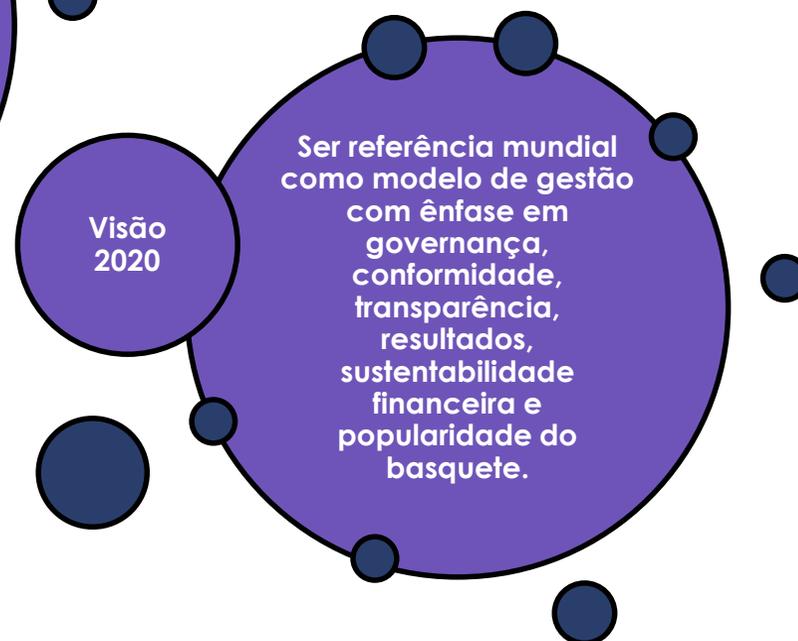


Missão e Visão

... qual a razão de ser do
Basquete Brasil? ...

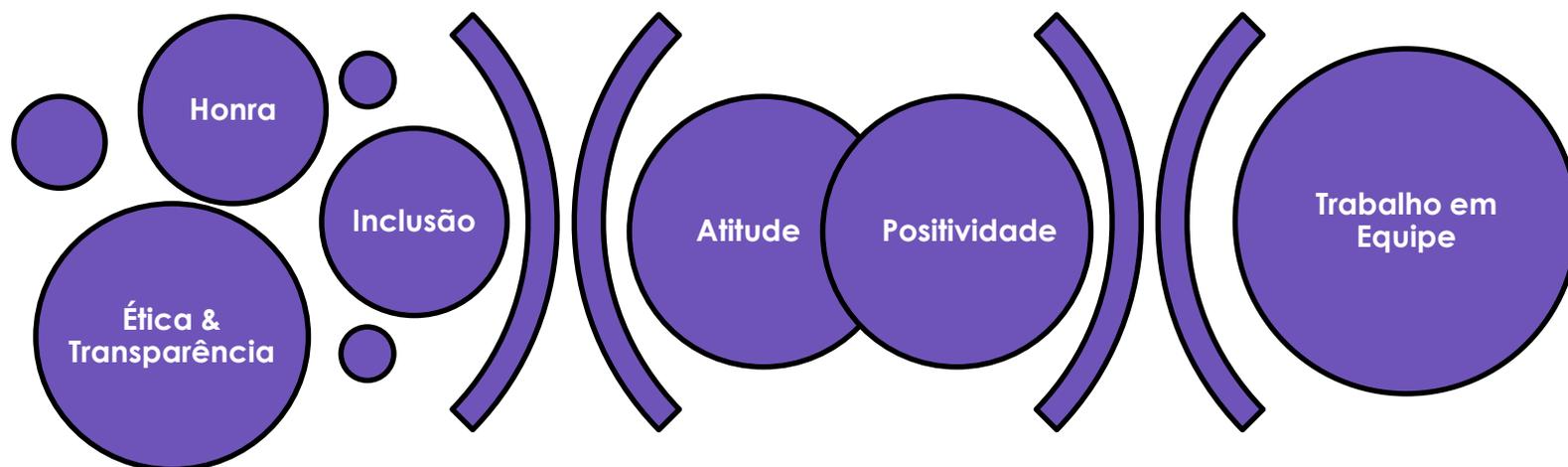


... onde queremos chegar
nos próximos anos? ...





Valores



Busca por Excelência



MAPA ESTRATÉGICO 2017/2020

Missão: Liderar o processo de desenvolvimento do basquete brasileiro junto às entidades filiadas, clubes e atletas em todo território nacional, procurando voltar a ser o 2º esporte do Brasil, representando a modalidade com excelência e resultados expressivos em eventos internacionais.

Visão: Ser referência mundial como modelo de gestão com ênfase em governança, conformidade, transparência, resultados, sustentabilidade financeira e popularidade do basquete.

RESULTADOS

Fortalecer a credibilidade do Basquete Brasil junto as entidades nacionais, internacionais e patrocinadores

Consolidar o valor da marca Basquete Brasil e entidades filiadas

Recuperação Financeira da Entidade

Colocar o Basquete como 2º Esporte no Brasil

Atingir resultados esportivos de relevância nas principais competições internacionais

PARTES INTERESSADAS

Atletas, Técnicos e Árbitros

- Desenvolvimento do trabalho de base
- Desenvolvimento da área técnica
- Aprimoramento da área de arbitragem
- Fortalecimento do basquete feminino
- Criar a cidade de basquete e centros regionais de treinamento
- Criar circuito nacional de 3X3

Entidades

- Auxiliar na gestão das Federações
- Aprimorar relações com as entidades que gerenciam o esporte e o basquete no Brasil e no mundo

Patrocinadores

- Construção da nova plataforma de negócios com base nas diretrizes estabelecidas no novo Plano de Marketing

Sociedade

- Massificar a prática do esporte
- Aproximar os atletas e ex-atletas da sociedade
- Criar o Museu do Basquete

PROCESSOS INTERNOS

Gestão e Governança

- Plano de Ação para estruturar e implementar nova Gestão e Governança, baseado em programa de integridade e conformidade
- Definição de processo administrativos e de gestão orçamentária
- Garantir, de forma transparente, o acesso às informações sobre a aplicação de recursos, prestação de contas e resultados

Monitorar a implementação das ações do Plano Estratégico até 2020

PESSOAS

Estruturação do novo Organograma

Desenvolvimento da Política de Cargos e Salários

Seleção e Contratação de profissionais capacitados

Capacitação e Desenvolvimento de Competências

Estruturação de Plano de Engajamento e Comunicação Interna

Onde Estamos

CONDIÇÕES QUANDO ENTRAMOS EM 2017

RECUPERAÇÃO

- ❑ Dívidas enormes deixadas pela administração anterior.
- ❑ Falta de um patrocinador máster que nos dê condições de ir pagando esta dívida e para que possamos trabalhar o basquete, desde a base até o alto rendimento.
- ❑ Falta de confiança dos stakeholders em razão dos desmandos da administração anterior.



CONDIÇÕES QUANDO ENTRAMOS EM 2017

RECUPERAÇÃO



- Avaliação da situação em 13/08/17
 - Caixa – zero
 - Salários atrasados – 3 meses
 - Impostos atrasados – 6 a 18 meses
 - Sem certidões fiscais
 - Condomínio atrasado – 2 anos
 - Pessoal – 30
 - Folha de pagamento – app R\$ 300K
 - Suspenso pela FIBA
 - Sem repasses do COB
 - Prestação de contas atrasadas com o Ministério
 - Sem crédito nos bancos
 - Inúmeros processos cíveis e poucos trabalhistas



CONDIÇÕES QUANDO ENTRAMOS EM 2017

RECUPERAÇÃO



- Ações emergenciais tomadas em 2017
 - Pagamento dos salários atrasados
 - Pagamento dos impostos atrasados
 - Obtenção da CND
 - Negociação com a FIBA para a retirada da suspensão (slide específico)
 - Solução das pendências com o COB
 - Contratação de auditoria externa
 - Renegociação de dívidas
 - Contrato de 3 anos com a BDO para cuidar da Governança Corporativa





CAMINHO PARA A RECUPERAÇÃO

- ❑ O Brasil é um dos pioneiros no Basquete em todo o mundo. O esporte foi introduzido no país em 1895, apenas 5 anos após sua invenção.
- ❑ Historicamente o Basquete ocupou o segundo lugar entre os esportes mais populares no Brasil. Tudo isso reforçado por uma performance em quadra que credenciava o Basquete brasileiro como um dos melhores do mundo. Performance coroada com o bicampeonato mundial masculino conquistado em 1959-1963 e o feminino em 1994, além de diversas medalhas olímpicas em ambos os naipes.
- ❑ Entretanto, com o tempo, essa posição acabou sendo perdida para modalidades que souberam se organizar melhor.
- ❑ Já temos uma Liga Masculina (NBB) muito bem organizada e caminhamos para uma Liga Feminina que pode vir a ser muito forte.
- ❑ Temos a NBA com contrato com a NBB e ajudando muito o interesse pelo Basquete se manter em evidência.
- ❑ Com isto tudo – positivo e negativo, a força latente do Basquete brasileiro permanece intacta, com seu potencial de recuperar o segundo lugar no mindshare do fã de esporte no Brasil.



O FÃ DE BASQUETE NO BRASIL

O FÃ DO BASQUETE



35 Milhões de Fãs Internautas

3 Milhões de Praticantes

Mais de 100 Times

O PERFIL DO FÃ DE BASQUETE NO BRASIL

PERFIL DO FÃ

- ❑ Analisando o perfil atual do Fã de basquete no Brasil, tomando por base a Pesquisa com o Internauta Fã de Esporte, da Ibope-Repucom (setembro 2016), é possível obter algumas conclusões.
- ❑ Inicialmente o Fã de basquete típico é masculino, tem entre 30 e 39 anos, tem renda média alta em relação à população, e está concentrado fortemente nas regiões Sudeste e Nordeste do país.
- ❑ A concentração em faixas de renda mais altas, e o peso das regiões Sudeste e Nordeste, apresentam uma importante informação para o desenvolvimento de uma estratégia de marketing efetiva.



QUEM É NOSSO FÃ



34,8 MILHÕES DE FÃS

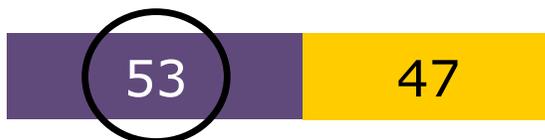
HOMEM, 30 A 39 ANOS, ALTA RENDA, NO SUDESTE E NORDESTE.

SEXO

POPULAÇÃO



FÃS
BASQUETE



masculino feminino

IDADE



18 a 29 30 a 39
40 a 54 55 +

RENDA

POPULAÇÃO



FÃS
BASQUETE



Até R\$1.147 R\$1.148 a R\$5.241
Acima de R\$5.241

REGIÃO



Norte Nordeste Sul
Centro-Oeste Sudeste



O CONSUMO DE BASQUETE NO BRASIL

CONSUMO



- ❑ A concentração do fã de basquete no Brasil, nas faixas de renda mais altas da população, indica um grande potencial de consumo a ser explorado.
- ❑ Há inegavelmente um mercado consumidor latente para produtos oficiais de basquete no país.
- ❑ Segundo a pesquisa Ibope-Repucom feita em 2015, 81% dos Super Fãs de basquete no Brasil (aqueles que declaram ter muito interesse na modalidade), consumiram produtos oficiais naquele ano.
- ❑ Apenas esse segmento significa um mercado de 7,3 milhões de brasileiros que, segundo a pesquisa, gastaram por compra mais de R\$150.

O MERCADO CONSUMIDOR DO SUPER FÃ DO BASQUETE NO BRASIL

MERCADO

**34,5 MILHÕES
DE FÃS¹**



**9 MILHÕES
DE SUPER FÃS²**



**7,3 MILHÕES
DE
CONSUMIDORES³**



**R\$156,36
TICKET MÉDIO
POR COMPRA⁴**



**R\$2,28
BILHÕES/ANO⁵**



1 - Internautas que "Tem Interesse", ou "Muito Interesse" em Basquete, Ibope Repucom, 2016.

2 - Internautas que tem "Muito Interesse" em Basquete, Ibope Repucom, 2016.

3 - 81% dos Internautas que tem "Muito Interesse" em Basquete, compraram produto oficial em 2015. Ibope Repucom, 2016.

4 - Ticket médio dos Super Fãs, que compraram produto oficial em 2015, por compra. Ibope Repucom, 2016.

5 - Estimativa mercado total, compras dos Super Fãs em 2015, considerando média de 2 compras por fã/ano. Estimativa CBB.



A PRESENÇA DE BASQUETE NOS CANAIS DE MÍDIA NO BRASIL

CANAIS DE MÍDIA

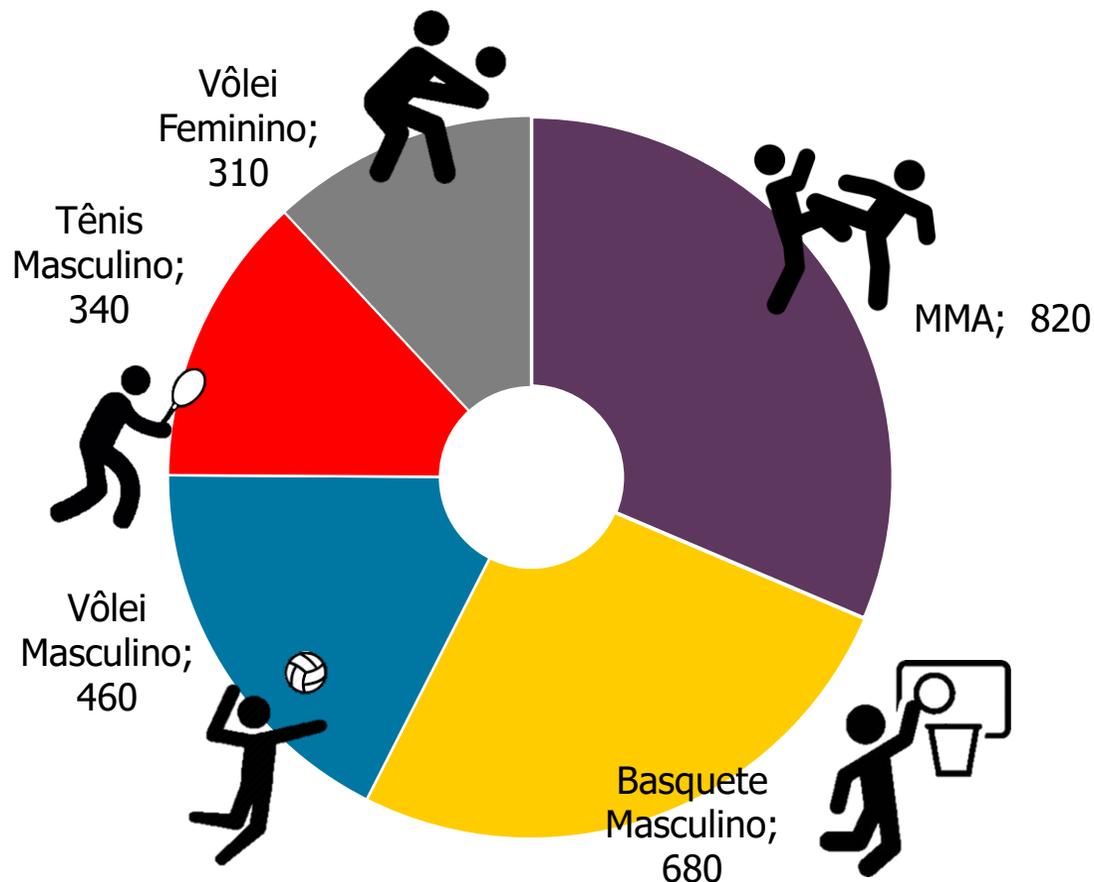


- ❑ Excluindo-se futebol e automobilismo, o Basquete ocupa uma parcela de destaque na grade de transmissões de eventos esportivos no Brasil, tanto na TV aberta, quanto em PAYTV.
- ❑ Esse destaque para conteúdo transmitido de Basquete vem das transmissões da NBA, e da NBB, que foram (após futebol masculino e automobilismo), respectivamente o primeiro e quarto evento esportivo com mais horas na TV aberta. Base: acumulado outubro de 2016 a fevereiro de 2016 - IBOPE-Repucom.
- ❑ Entretanto, é necessário lembrar que, ainda que o impacto para a divulgação da modalidade seja relevante, NBA e NBB são conteúdos independentes, sobre os quais a CBB não possui espaço com patrocinadores.

ESPAÇO OCUPADO PELO BASQUETE NA MÍDIA (TV ABERTA E PAYTV)

NOSSO ESPAÇO

RANKING EM HORAS NA TV
TRANSMISSÕES DE JOGOS OUT/16 A FEV/17
EXCETO FUTEBOL E AUTOMOBILISMO



Ranking Eventos

1º



2º



3º



4º



Fonte: IBOPE-Repucom, Setembro/2016.

O FUTEBOL CONCENTRA O MAIOR VOLUME DE FÃS

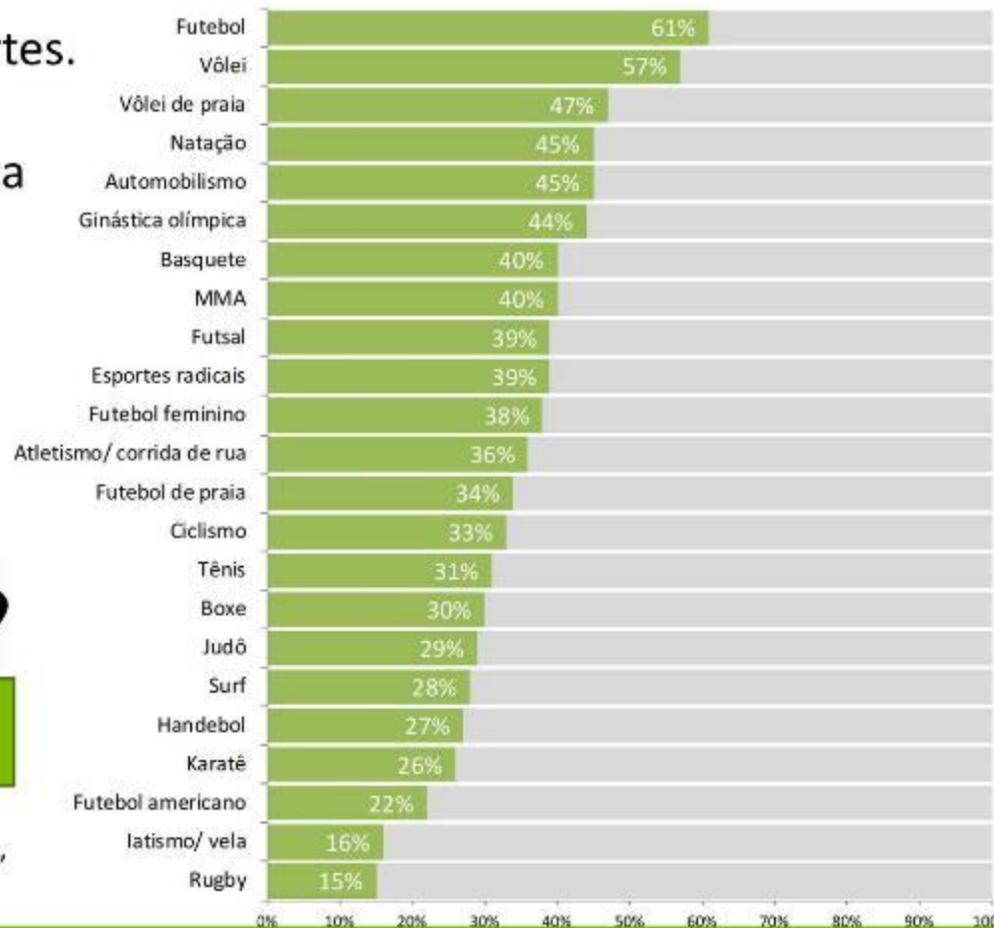
IBOPE | REPUcom

Os brasileiros são fãs de uma variedade de esportes.

Futebol, Vôlei, Natação, Automobilismo, Ginástica Olímpica e Basquete são os esportes com maior volume de fãs entre os internautas brasileiros.



FÃS – Que declararam ser “muito interessados” ou “interessados”
Que declararam ter “pouco interesse” ou “nada interessados”



BASQUETE NO BRASIL E VISIBILIDADE PARA O PATROCINADOR

VISIBILIDADE



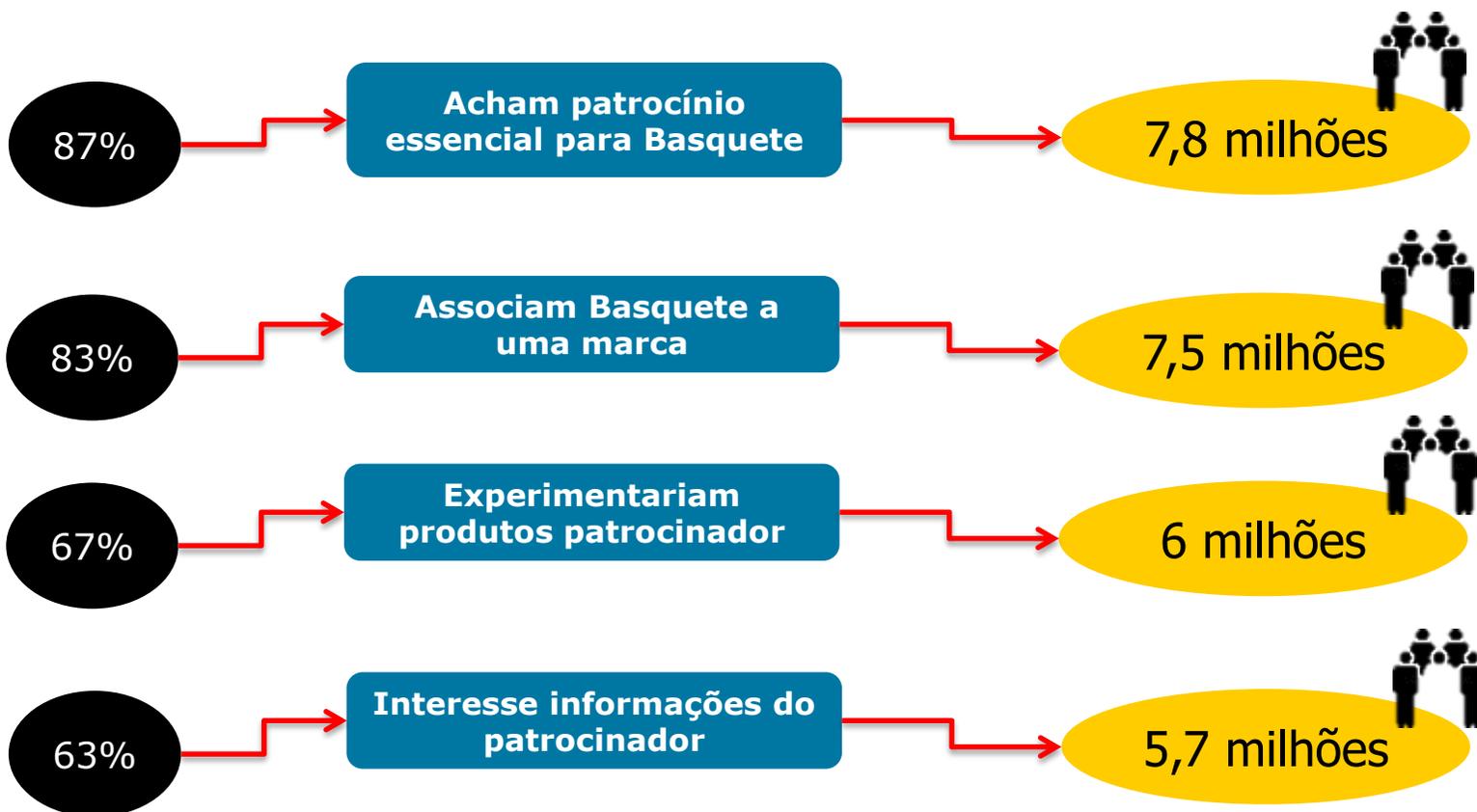
- ❑ Para parceiros e patrocinadores o Basquete no Brasil continua a ser uma plataforma potencialmente poderosa de relacionamento com o consumidor.
- ❑ A indicação da pesquisa IBOPE-Repucom, mostra que mesmo se considerando apenas o núcleo dos interessados em Basquete (os 9 milhões de internautas Super Fãs), que são o topo da pirâmide consumidora da modalidade no país, há uma clara oportunidade para interação das marcas one-to-one com seus consumidores, através do Basquete.
- ❑ O recall de marca associado à modalidade é de 83% dessa base de 9 milhões de Fãs, ou um total de 7,5 milhões de pessoas. 67% experimentariam produtos ou serviços de patrocinadores do Basquete, ou um público de 6 milhões de consumidores.



UMA GRANDE OPORTUNIDADE DE INTERAÇÃO PARA O PATROCINADOR

OPORTUNIDADE

SOBRE A BASE DE 9 MILHÕES DE SUPER FÃS



RESUMO DE ONDE ESTAMOS

RESUMO



- ❑ O mercado de patrocínios no Brasil passa por um momento de reformulação. Também o Basquete brasileiro vive um processo de retomada, de transformação.
- ❑ A perda de espaço nos últimos anos entretanto, não diminuiu o potencial de mercado do Basquete no Brasil, graças também à força da NBB e da NBA no Brasil.
- ❑ Os dados de mercado mostram claramente diversas oportunidades, como licenciamento, segmentação regional de patrocínios, plataformas digitais, CRM, etc.
- ❑ A exploração dessas possibilidades, além da retomada da exploração do portfólio de propriedades atual da CBB, será o foco da gestão de marketing do Basquete Brasil, procurando sempre interagir com as Ligas Profissionais.



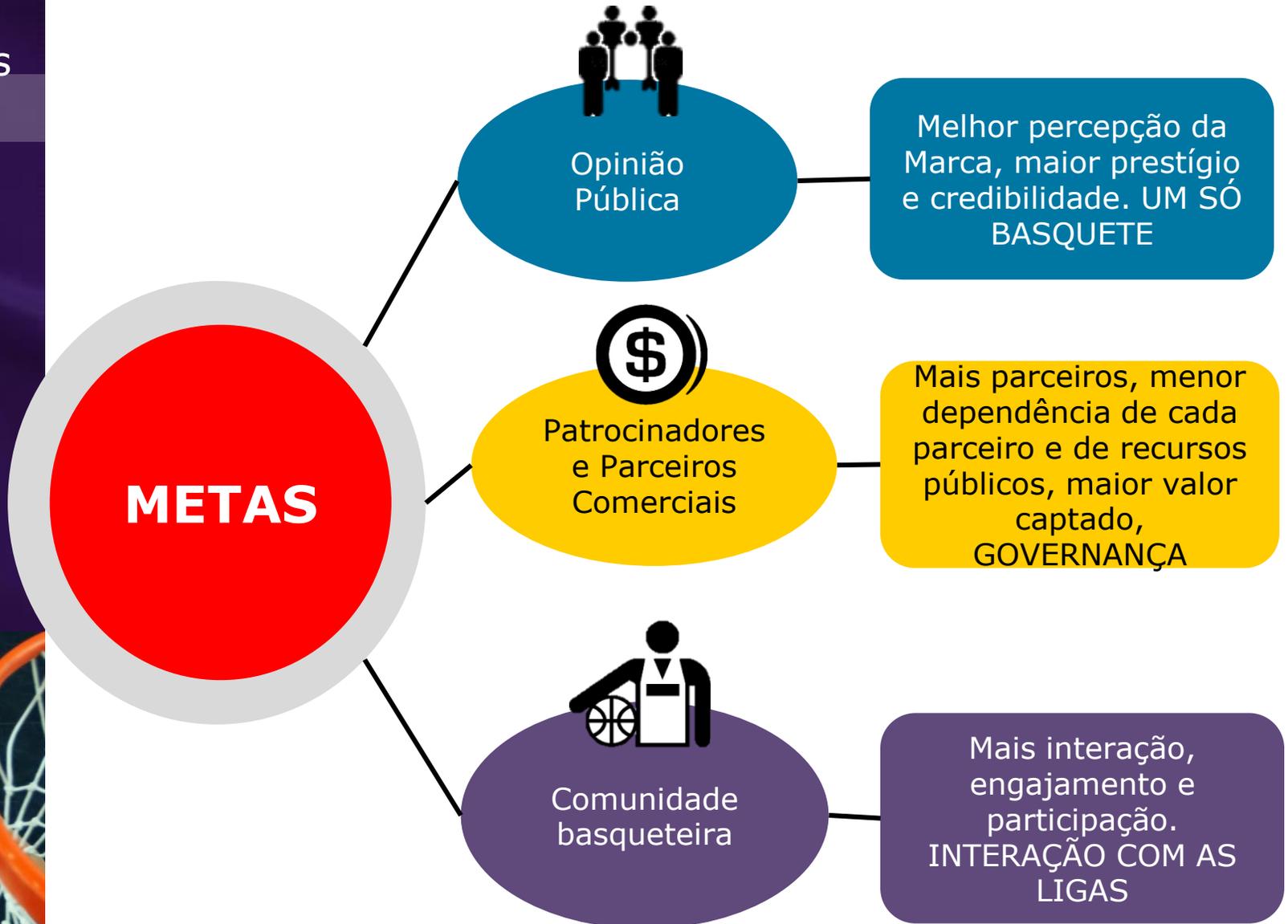
BASQUETE BRASIL - ANÁLISE SWOT COMERCIAL E MARKETING

ANÁLISE SWOT



RESUMO DE ONDE QUEREMOS CHEGAR

Onde queremos chegar



Conclusão

O MERCADO DE PATROCÍNIOS NO BRASIL VIVE MOMENTO DIFÍCIL

MOMENTO DO
PAÍS



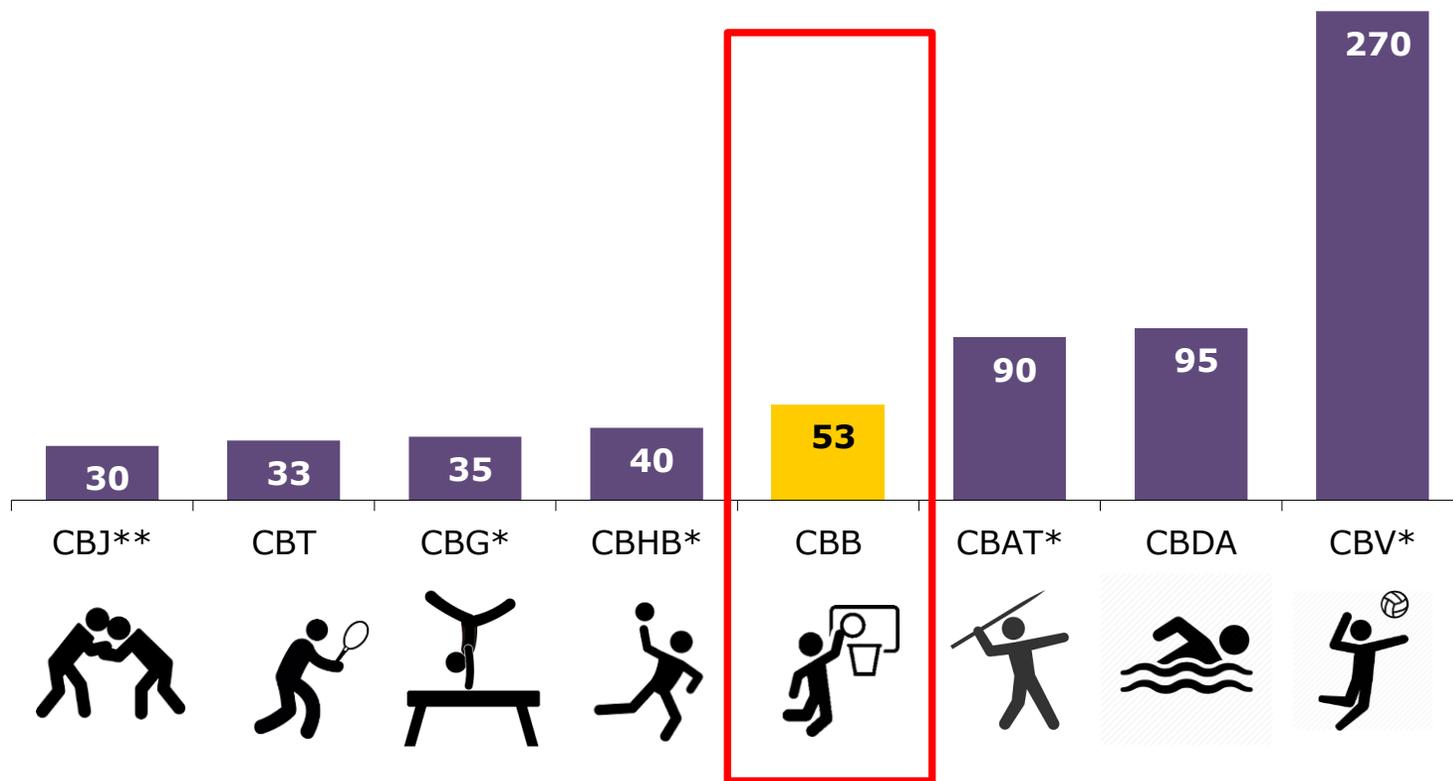
- ❑ O mercado de marketing esportivo não é imune ao ambiente macro econômico. A retração dos gastos do consumidor e do investimento das empresas afeta duramente o setor.
- ❑ O período pós mega eventos é naturalmente de “ressaca”, em termos de investimentos em esporte como plataforma de comunicação.
- ❑ Assim sendo, o momento específico para a captação de patrocínios esportivos no Brasil está duplamente afetado negativamente pelo quadro econômico, e pela correção natural pós eventos.

APÓS A BONANÇA...

RECEITAS
CONFEDERAÇÕES
OLÍMPICAS

Confederações Olímpicas - Receita com Patrocinadores em R\$ Milhões. Ciclo Olímpico Rio 2016 (2012-2016)

em



Fonte: Pesquisa Meio & Mensagem, Agosto 2016. * (2013-2016). ** (2016). CBB.

OCUPAÇÃO DO MERCADO HOJE

Patrocinadores Confederações Olímpicas em Maio de 2018

Introdução

Onde Estamos

Onde Queremos Chegar

Como Chegaremos

Plano de Ação

Conclusão

 Atletismo	 Canoagem	 Desportos Aquáticos	 Ginástica	 Handebol	 Rugby	 Tênis	 Voleibol	 Vela	 Judo
---	--	---	--	--	---	---	--	--	--

Fornecedor Oficial de Material

						
---	---	--	---	---	---	---

Patrocinador Master

								
---	---	---	--	---	---	---	---	---

Outros Patrocinadores



PATROCÍNIO DE ESTATAIS

MOMENTO DO PAÍS



- ❑ CAIXA ECONÔMICA – PATROCINA: Atletismo, Ginástica, Futebol, Liga Masculina e Feminina de Basquete. (que não são da CBB)
 - ❑ BNDES – PATROCINA – Canoagem
 - ❑ CORREIOS – PATROCINA – Desportos Aquáticos, Handebol, Rúgby, Tênis
 - ❑ BANCO DO BRASIL – PATROCINA – Voleibol
 - ❑ Além disso, a Vela, o Judô e o Rúgby tem também o patrocínio de um grande banco brasileiro – o BRADESCO.
- ❑ O BASQUETE BRASILEIRO NÃO TEM NENHUM PATROCINADOR MASTER!!!!!!!!!!



COMO VENCEREMOS?

- MENSAGEM QUE DEIXAMOS:
 - PRECISAMOS DE UM PATROCINADOR MASTER PARA TRABALHARMOS A BASE DO BASQUETE BRASILEIRO COM MAIS FORÇA, PARA RECUPERAR A POSIÇÃO DE DESTAQUE QUE JÁ OCUPAMOS NO CENÁRIO INTERNACIONAL E NUNCA DEVERÍAMOS TER PERDIDO!!!!!!

BASQUETE É ÚNICO

