



# Liga Nacional de Básquetbol

- 2º Jornada Iberoamericana de Gestión en Entidades Deportivas -

**León Najnudel:** (14 de julio de 1941 -Buenos Aires- 22 de abril de 1998)

*Impulsor e ideólogo fundamental para la creación de la Liga Nacional de Básquetbol*

*Carrera como entrenador:*

- \* Atlanta: 1963-1971
- \* Selección Juvenil de Corrientes: 1971-1975
- \* Ferro Carril Oeste: 1976-1982
- \* Zaragoza (España): 1983-1984
- \* Selección argentina de Mayores: 1985
- \* Sport Club (Cañada de Gómez): 1986-1988
- \* Ferro Carril Oeste: 1989-1990
- \* San Andrés: 1991
- \* Gimnasia y Esgrima (Comodoro Rivadavia) : 1992-1993
- \* Boca Juniors: 1994-1995
- \* Racing Club: 1995
- \* Ferro Carril Oeste: 1996

*Títulos obtenidos*

- \* 1982 - Campeonato Sudamericano de Clubes - Ferro Carril Oeste.
- \* 1983 - Campeonato Sudamericano de Clubes - Ferro Carril Oeste.
- \* 1983 - Copa del Rey de Baloncesto - Zaragoza.
- \* 1989 - Campeón de la LNB - Ferro Carril Oeste.

*Estadísticas*

- \* Partidos de Liga: 448 partidos con 241 victorias y 207 derrotas. (53,80 %)
- \* Series regulares: 388 partidos con 207 victorias y 181 derrotas. (53,35 %)
- \* Posttemporadas: 60 partidos con 34 victorias y 26 derrotas. (56,66 %)



# *Patrocinio Deportivo: Liga Nacional de Básquetbol*

## *Índice:*

### A) Análisis Cualitativo

- A. 1) Qué es la LNB?*
- A.2) Qué hacemos?*
- A.3) Como lo hacemos?*
- A.4) Algunos de nuestros Valores*
- A.5) Por qué lo podemos hacer?*
- A.6) Cómo activamos su marca?*

### B) Análisis Cuantitativo

- B. 1) Partidos en vivo:*
- B.2) Inserts*
- B.3) Cobertura*
- B.4) LEDS & Vallas Rotativas*
- B.5) Presencia en la WEB*
- B.6) Espectadores por Estadio y Cobertura Federal*
- B.7) Presencia de Marca - Medios Gráficos - Conferencias de Prensa - Eventos deportivos - Entrega de Premios*
- B.8) Retorno de la Inversión*

## A. 1) Qué es la LNB?

- *Es la competencia más Federal de la República Argentina.*
- *Equipos argentinos han sido campeones de Torneos Internacionales de Básquetbol.*
- *Es el segundo deporte en cantidad de jugadores profesionales (1º: fútbol).*
- *Es el segundo deporte en convocatoria (1º: fútbol).*
- *Es el primer deporte en cantidad de espectadores en estadios cerrados.*
- *Tiene la mejor representación a nivel de selección nacional de los últimos 14 años.*
- *Es el segundo deporte de preferencia de los Argentinos*
- *Esta considerada entre las 5 primeras ligas del mundo.*
- *30 años de existencia. Creada en el año 1985.*
- *10 meses de duración entre septiembre y junio.*

## A.2) Qué hacemos?

*Añadimos a su marca valores que los consumidores perciben en el deporte, generando una conexión auténtica entre el consumidor y la marca.*

*Ofreciendo una herramienta destinada a construir el conocimiento y aumentar la imagen de su marca. Con el fin de crear una imagen de marca que podría atraer clientes.*

## A.3) Cómo lo hacemos?

- *Incrementando la presencia de la marca en los medios.*
- *Desarrollando acciones de RRPP.*
- *Generando un acercamiento mayor con el potencial cliente/consumidor.*
- *Permitiendo diferenciarse de los competidores mostrando el lado más activo y comprometido de la empresa.*
- *Multiplicando su percepción positiva hacia el ciudadano gracias a los valores que transmite el deporte.*

#### A.4) Algunos de nuestros valores:

✓ *Afán de superación*

✓ *Integración*

✓ *Respeto a la persona*

✓ *Tolerancia*

✓ *Aceptación a las reglas*

✓ *Perseverancia*

✓ *Trabajo en equipo*

✓ *Superación de los límites*

✓ *Autodisciplina*

✓ *Responsabilidad*

✓ *Cooperación*

✓ *Honestidad*

✓ *Lealtad*

## A.5) Por qué lo podemos hacer?

*Porque...*

- ...si se desea una gran audiencia, el Deporte es el Patrocinador ideal.
- ...el deporte consigue muchos mas espacios en televisión que cualquier otro patrocinio.
- ...superá la barreras nacionales y culturales. El deporte mantiene el interés y el nivel de percepción de toda la gama de sectores demográficos y psicográficos.
- ...permite explotar el evento con acciones complementarias, como pueden ser las relaciones con los distribuidores y detallistas, con clientes y con el propio personal de la empresa.
- ...es el perfecto complemento social, físico e intelectual.
- ...contiene valores deseables para todos y se pueden conseguir a través del deporte.
- ...por añadidura ofrece una mayor integración de las personas a la sociedad.
- ...posee un idioma universal.

## A.6) Cómo activamos su marca?

*Le ofrecemos la posibilidad de desarrollar estratégicamente su Marca/Producto dentro del Básquetbol como sponsor oficial de la LNB de acuerdo a la siguiente estructura:*

✓ *Exhibir su marca de manera exclusiva en estadios con carteleria rotativa o LEDS*

✓ *Brindar espacios en los medios:*

- Inserts en partidos televisados (Segundaje en TyC Sports & TyC Max)*
- Medios Gráficos (Nacionales y del Interior de país)*
- Site [www.lnb.com.ar](http://www.lnb.com.ar) (Banner - Base de Datos - Sorteos y Concursos)*
- Guía Oficial Inb.*
- Youtube*

✓ *Activar su marca dentro del evento:*

- Instalando un stand y promotoras en los estadios*
- Participando de los Vips Exclusivos.*

✓ *Presencia en eventos, conferencias de prensa, fiesta de premiación, etc.*



*“El deporte es, quizás, el medio más efectivo de comunicación en el mundo moderno; sobrepasa incluso a las formas verbales y escritas, para alcanzar directamente a miles de millones de personas en todo el mundo”*

*Nelson Mandela*



## **B.1) Partidos en vivo:**

*Durante el año se disputan entre 70 y 75 partidos de la categoría "A". Los partidos se transmiten dentro del horario Prime Time de la grilla de TyC Sports y TyC Max (entre las 21.00 hs - 24.00 hs) y Nuevo contrato con Directv*

## **B.2) Inserts:**

*Cada partido televisado cumple con la pauta asignada y la misma es controlada internamente por el Departamento de Marketing de La AdC que a su vez le exige a TyC Sports un reporte de certificaciones publicitarias por cada partido en pantalla.*

## **B.3) Cobertura:**

*Uno de los valores más importantes de nuestro deporte radica en la amplia cobertura que posee en todo el territorio Federal. Por medio de TRISA y la gran cantidad de Cableoperadores que operan básquetbol podemos estar presente en 5.968.500 hogares. Un potencial de 17.905.500 habitantes.*

## Publicidad Televisiva - Inserts



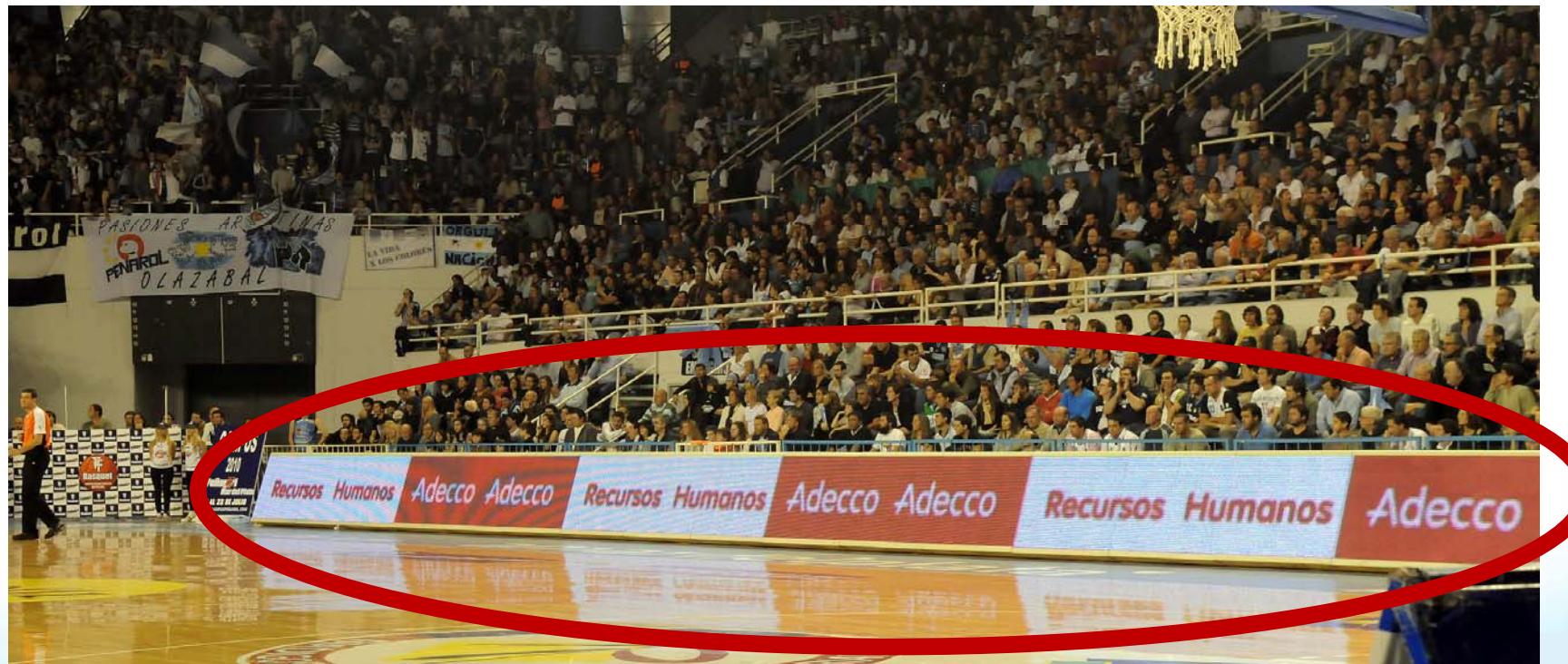


## B.4) LEDS & Vallas Rotativas

Para una mejor comunicación e imagen de nuestros patrocinadores, se implementó el uso de la publicidad electrónica LEDS para los partidos televisados, mejorando en todo sentido la exhibición de las marcas que acompañan a nuestra competencia.

Los módulos de publicidad LEDS consisten en 27 metros lineales, exponiendo la marca de aro a aro. Exclusividad total de exposición gráfica.

Publicidad en el evento



## B.5) Presencia en la WEB

La web [www.lnb.com.ar](http://www.lnb.com.ar) sigue creciendo, así nos demuestra los datos arrojados por **Google Analytics** para la temporada 2009-2010.

- *Visitas totales:* 1.463.459
- *Visitas en Argentina:* 1.387.235
- *Visitas por el Mundo:* 76.224
- *Visitas por Día:* 6.335,32
- *Cantidad de páginas vistas:* 2.547.681
- *Visitas por Navegador:*
  - ✓ *Internet Explorer* 1.013.279 (69,24%)
  - ✓ *Firefox* 332.915 (22,75%)
  - ✓ *Chrome* 83.900 (5,73%)
  - ✓ *Safari* 22.201 (1,52%)
  - ✓ *Opera* 7.936 (0,54%)

# Distribución de las visitas en Argentina a la Web www.lnb.com.ar

www.lnb.com.ar

Información sobre el país/territorio:  
Argentina

07/10/2009 - 25/05/2010  
En comparación con Sitio

*Alto índice de  
Federalismo*

*Total de  
visitas:*

**1.387.235**



## Publicidad en www.lnb.com.ar

The screenshot shows the homepage of the LNB (Liga Nacional de Basquet) website. At the top, there are logos for LNB (Basketball), Liga Nacional de Basquet, and ADC (Asociación de Clubes de Básquetbol). A navigation bar includes links for CATEGORIAS, TORNEOS, INSTITUCIONAL, TRIBUNAL, HISTORIA, MULTIMEDIA, RECLAMIENTO, BASQUETBOL EN RED, SALUD, and CONTACTO. Below the navigation bar, there are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, followed by the text "entrá a: [www.gatorade.com.ar](http://www.gatorade.com.ar)". A large red circle highlights this Gatorade advertisement. To the right of the ad, there is a banner for the "Finales" (Finals) of the Liga B - Sur GyE (VP) featuring the logo of Gimnasia y Esgrima La Plata. At the bottom left, there is a news summary about Djibril Kanté joining Olímpico. On the right side, there is a "PLAYOFFS" section.

LNB  
Liga Nacional de Basquet

LIGA NACIONAL DE BASQUET

25  
ADC  
ASOCIACIÓN DE CLUBES DE BÁSQUETBOL

CATEGORIAS TORNEOS INSTITUCIONAL TRIBUNAL HISTORIA MULTIMEDIA RECLAMIENTO BASQUETBOL EN RED SALUD CONTACTO

entrá a: [www.gatorade.com.ar](http://www.gatorade.com.ar)

Gatorade

Novedades recientes

- 22/06/2010 Osborne vuelve a Atenas
- 22/06/2010 Rollins, nueva ficha de Gimnasia
- 22/06/2010 Argentino festejó el Ascenso
- 19/06/2010 Djibril Kante será el pivote de Olímpico
- 16/06/2010 Peralta sigue en Quilmes

Se definieron equipos y fechas de los cuadrangulares

En la reunión del comité ejecutivo de ABASU, realizado este jueves en Asunción de Paraguay se confirmaron los equipos participantes para la edición 2010 de la Liga Sudamericana y se fijaron las fechas de los cuadrangulares clasificatorios. Quirsa, último campeón, será local en Santiago del Estero.

Vea más

1 2 3

Es el primer extranjero del elenco bardenio

Djibril Kanté será el pivote de Olímpico

El norteamericano viene de jugar dos

LNB ADC

Radio LNB

Fecucha

Finales

A Asociación de Clubes de Básquetbol felicita a sus Campeones

Liga B - Sur GyE (VP)

GIMNASIA Y ESCRIMA LA PLATA

LLAVES de PLAYOFF

PLAYOFFS

consejo

## Gran Presencia de marca en la web mediante Youtube

Apple Yahoo! Google Maps Google Analytics Google YouTube Wikipedia Noticias (53) Populares Olé LNB Hotmail

**YouTube** peñarol vs atenas 2010 Buscar Explorar Subir Crear cuenta

### Peñarol vs Atenas Final nº2 14/05/2010 - jugada decisiva

suigesi 4 vídeos Suscribirse

Peñarol vs Atenas Final 14/05/2010 - presen... 51 reproducciones suigesi 2:11

Minuto a Full del 4to Cu Peñarol vs Atenas 1089 reproducciones leobatto 1:02

Tiempo muerto de Aten Peñarol. Hablan Sergi... 362 reproducciones fernandogordo86 6:58

Peñarol vs Atenas Final 14/05/2010 - canta ... 70 reproducciones suigesi 0:37

Final del partido de Peña la 1er final de... 227 reproducciones leobatto 1:38

Presentación de Peñaro 1er final LNB 201...

## B.7) Presencia de Marca

*En Medios Gráficos*



## *En Conferencias de Prensa*



- 2º Jornada Iberoamericana de Gestión en Entidades Deportivas -

## *En los estadios*



*"La exposición lograda con el patrocinio deportivo no sólo es mayor a la publicidad tradicional sino que llega de manera más directa a un público segmentado naturalmente por el espectáculo"*



# *Muchas Gracias!!*

*Lic. Santiago Bloise  
Gerente de Marketing & Comercial  
LNB*

