Liga Nacional de Basquete
Modelo de Gestão

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Liga Nacional de Basquete
Modelo de Gestão

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

LIGA NACIONAL
DE BASQUETE

Building a better
working world

FORMAÇÃO DE ATLETAS

COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES

LIGA NACIONAL
DE BASQUETE

Building a better
working world

FORMAÇÃO DE ATLETAS

O QUE REPRESENTA O BASQUETE BRASILEIRO NO MUNDO?

Bicampeão Mundial Masculino – 1959 e 1963
Campeão Mundial Feminino – 1994
Três Medalhas de Bronze Olímpicas (Masc.) – Londres 1948 | Roma 1960 | Tóquio 1964
Medalha de Prata em Atlanta 1996 (Fem.)
Medalha de Bronze em Sydney 2000 (Fem.)
Conquista do Pan de 1987 – O Jogo que mudou a história do basquete mundial

ANTES DO NBB

1965 - 1989 | Taça Brasil (torneio de clubes)

1990 - 2008 | Campeonato Brasileiro (CBB)

2005 - 2006 | NBL - Nossa Liga de Basquete (chefiada por Oscar Schmidt)

2007 | ACBB - Associação dos Clubes de Basquete do Brasil (clubes paulistanos)

Basquetebol: Corintians derrota o Vasco da Gama e ganha I Taça Brasil

"Sansão" relatou agressão

Nair ficou sem os documentos

MAIS QUE UM CAMPEONATO, UM CONCEITO!

Em 2008 foi lançada a **Liga Nacional de Basquete** (LNB) reunindo as principais lideranças e os mais representativos clubes do basquete brasileiro.

Baseada no que há de mais moderno no conceito de gestão esportiva no mundo, a **LNB** trouxe ao país a ideia consagrada pela **NBA**: **uma liga independente, gerida pelos próprios clubes.**

A entidade conseguiu a chancela da **Confederação Brasileira de Basketball (CBB)** e criou o novo campeonato brasileiro masculino de basquete: **o Novo Basquete Brasil (NBB)**

NBB 2022/2023

- CAMP. BRASILEIRO DE ELITE
- OUTUBRO A JUNHO
- MAIS DE 250 JOGOS

COPA SUPER 8

- 7 JOGOS ELIMINATÓRIOS
- DISPUTA DE VAGA PARA BCLA (Champions League)

JOGO DAS ESTRELAS

- ENTRETENIMENTO ESPORTIVO
- NBB BRASIL X NBB MUNDO
- DESAFIO INDIVIDUAIS
- FAN ZONE - PATROCINADORES

LIGA DE DESENVOLVIMENTO DE BASQUETE.

- DESDE 2011 REALIZAMOS ESTA COMPETIÇÃO SUB-22
- REVELAÇÃO DE TALENTOS & PRINCIPAL ENTRADA DE ATLETAS PARA O NBB (50%)

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

IMPACTO INTERNACIONAL

PARCERIA INÉDITA
NEW YORK
6
BAURU BASKET X NEW YORK KNICKS
2018 - MADISON SQUARE GARDEN
NBA
NBB

EQUIPES

21/22

TIMES ATLETAS ÁRBITROS TÉCNICOS GINÁSIOS TORCEDORES

O QUE MUDOU COM O NBB?

MUDANÇA DE ATITUTE
RECUPERAÇAO DA CREDIBILIDADE
CONSOLIDAÇÃO DO PRODUTO
NOVA COMUNICAÇÃO

Desenvolvimento do Ecossistema da Liga Nacional de Basquete.

Missão do Escritório Executivo

- Atuar como agente de desenvolvimento de um ambiente favorável para a evolução de todo o ecossistema do basquete.

Missão do Ecossistema

- Ser um negócio rentável, com clubes superavitários, proporcionando experiências de entretenimento de alta qualidade para o fã do esporte, tornando-se assim a liga mais admirada da América Latina, reconhecida pela integridade, vanguarda, excelência e união do ecossistema do basquete.

Valores

- Integridade, transparência, democracia (decisões colegiadas), excelência e inovação.

MODELO DE GESTÃO

MANUAL DOS CLUBES

LIGA NACIONAL DE BASQUETE

Building a better working world

▸ **O que é o manual de clubes LNB:**

É um guia de boas práticas de gestão para um clube desportivo associado à LNB.

▸ **O objetivo do manual de clubes LNB:**

Compartilhar as boas práticas de diversos clubes do Brasil e do mundo para aumentar o nível geral de gestão dos clubes de basquetebol associados à LNB, aumentando o nível de competição e do produto da Liga como um todo

▸ **Por que seguir o manual de clubes LNB:**

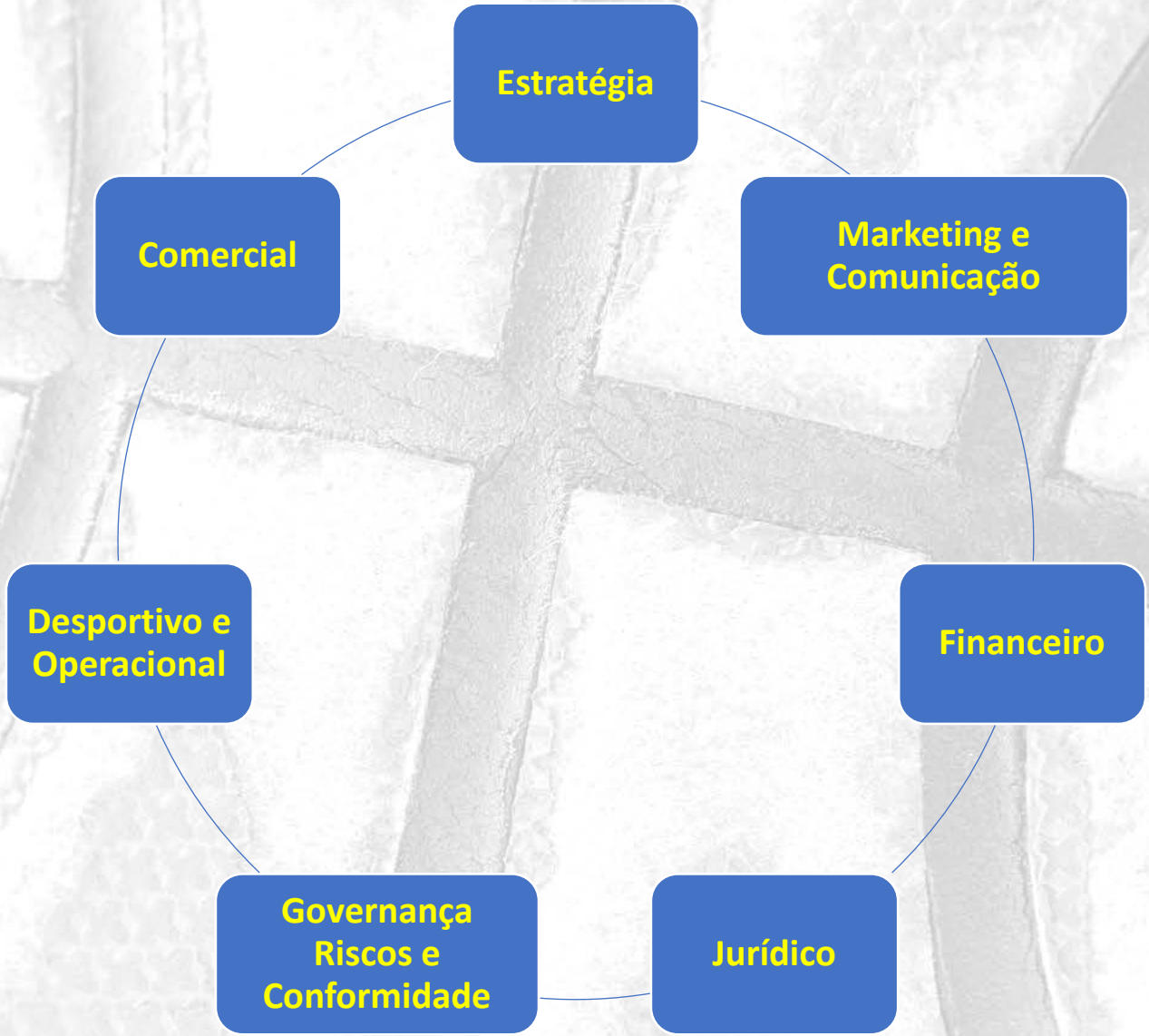
O manual compõe boas práticas comprovadas de clubes de referência no campo de gestão e vitoriosos nas quadras, além de orientações de obrigações para que os clubes possam participar das competições organizadas pela LNB

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC


Estratégia
Marketing e Comunicação
Financeiro
Jurídico
Governança Riscos e Conformidade
Desportivo e Operacional
Comercial

Estratégia

- Um clube deve ser tratado não apenas com sua função social, mas também como um negócio;
- Necessário governança e gestão profissional independente e sem interferência política;
- Para atingir os resultados desejados, seja na quadra ou financeiramente, o clube precisa ter um plano claro de onde, como e quando irá atingir este objetivo
- Os gestores precisam entender as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do clube para conseguir desenhar um plano que aproveite o cenário competitivo e mitigue os riscos;
- É preciso criar um diferencial para atrair torcedores, patrocinadores e parceiros, que passam a entender que fazer parte do ecossistema do clube gera valor individualmente.

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Comercial

- O clube precisa sobreviver através de receitas, mesmo que a instituição seja sem fins lucrativos.
- É importante que a área comercial do clube tenha diversas fontes de receitas para mitigar eventuais problemas que possam fazer com que o clube tenha que desistir da temporada ou venha à falência.

Receitas

Patrocínio

Leis de Incentivo

Ticketing e Matchday

Escolinhas

Sócio-torcedor

Merchandising e Licenciamento

Conteúdo

Tipos de Patrocínios

Patrocínio Institucional

O clube deve promover a marca do patrocinador. O objetivo do patrocinador é que a sua marca ganhe destaque e seja reconhecida pelos torcedores que participam dos jogos ou acompanham o clube, por isso requer um forte trabalho de engajamento.
Para garantir o envolvimento do público com a marca algumas ações devem ser implementadas como divulgação personalizada de um serviço ou a degustação de produtos alimentícios nos jogos ou eventos do clube.

Patrocínio Promocional

Além de dar visibilidade a uma marca, visa divulgar um novo produto ou serviço do patrocinador. O objetivo é alavancar as vendas, resultando em ganhos financeiros para o patrocinador.
As ações de vendas incluem a distribuição de produtos a preços promocionais e condições exclusivas para serviços adquiridos por clientes que participarem dos jogos ou sejam sócios. Por exemplo, caso uma escola de idiomas patrocine um jogo ou evento, o clube pode oferecer cupons de desconto exclusivos para quem deseja fazer um curso e outras ativações no ginásio.

Patrocínio Misto

Junção dos dois primeiros modelos, onde a empresa quer divulgar a sua marca e ao mesmo tempo gerar vendas de produtos e serviços oferecidos, sendo capaz de atrair marcas que queiram um retorno rápido do dinheiro investido no clube

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Plataforma de mídia e conteúdos digitais:

Direitos Institucionais:

Ações Sociais:

Direitos de Marca:

Ações de relacionamento:

Direitos Promocionais:

Propriedades Especiais:

Direitos de Mídia:

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Exemplo de um planejamento de captação

1 **Entendimento de público alvo**

É preciso ter um profundo entendimento da base de torcedores do clube e identificar onde existe uma maior oportunidade de negócio – públicos mais cativos, mais presentes na base.

2 **Pesquisa de potenciais investidores**

Quais patrocinadores possuem maior "fit" com a base de torcedores? Quais públicos eles estão focando e como podemos ajuda-los? Quais patrocinadores já estão investindo no esporte e podem ser nossos parceiros? Quais patrocinadores têm identificação com os nossos valores?

3 **Abordagem e visitas**

Direta ou indiretamente, usando-se de relacionamentos já criados com outros patrocinadores, por exemplo. Objetivo é a coleta de informações da marca, foco, objetivos e assim construir uma proposta de valor interessante para o parceiro.

4 **Montagem e apresentação da proposta**

Para cada patrocinador, é preciso criar uma proposta única e demonstrar personalização / customização. É preciso mostrar que o patrocínio tem valor para ambas as partes, o plano de ativações e como o patrocinador irá se beneficiar com isso.

5 **Negociação e fechamento**

Após a apresentação da proposta, é comum haver ajustes a serem feitos, que devem buscar o alinhamento de expectativas de ambas as partes em relação aos valores de cotas e contrapartidas.

"A venda só acaba quando o cliente compra de novo"

Autor desconhecido

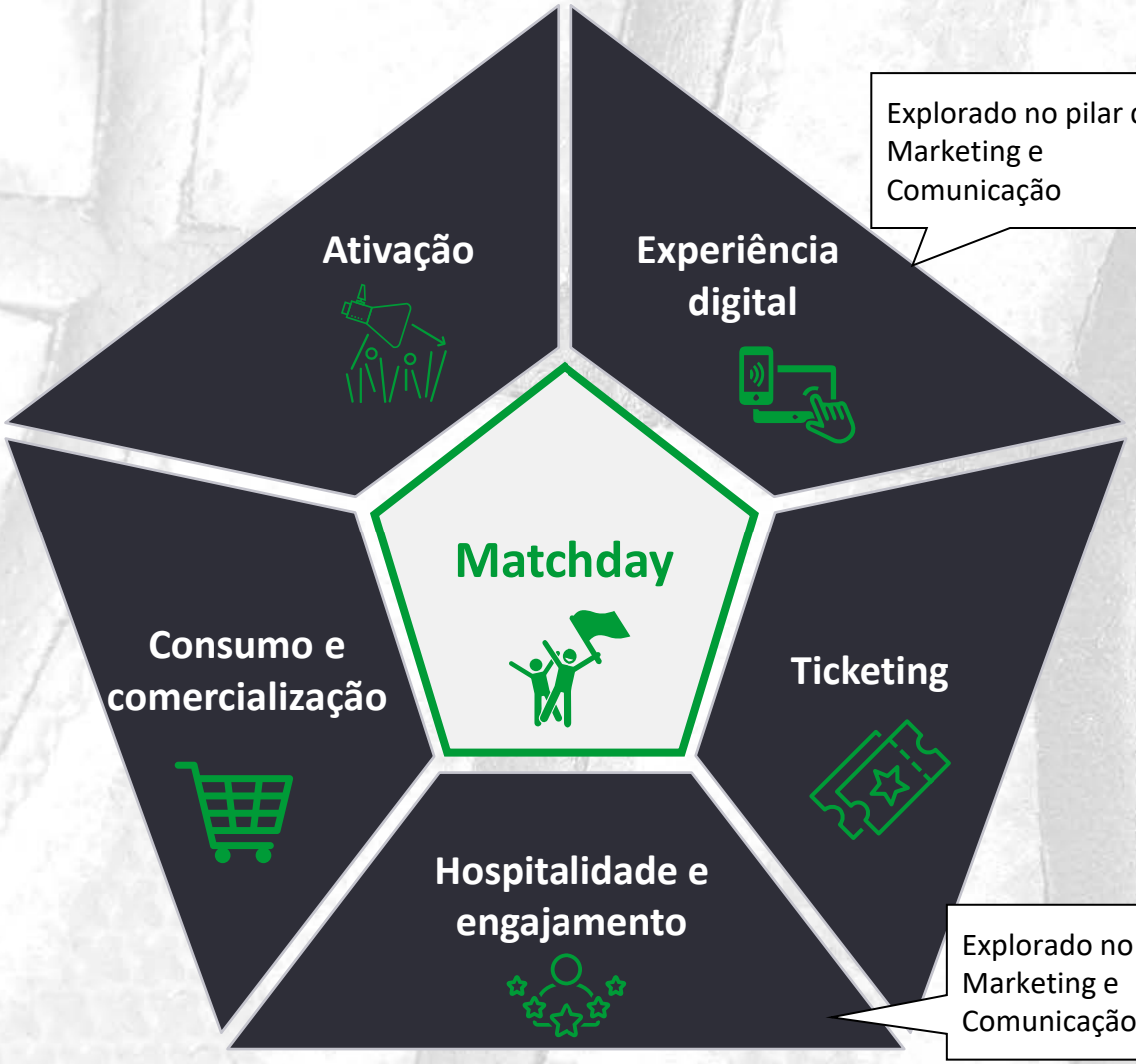
lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Componentes do *Matchday*



Explorado no pilar de Marketing e Comunicação

Explorado no pilar de Marketing e Comunicação

Marketing e Comunicação

- O marketing e a comunicação lidam com a divulgação da marca do clube, dos seus produtos, serviços e da sua essência e valores. É por meio destas ferramentas que o público conhecerá o clube e será atraído pelos produtos e serviços oferecidos;

- Marketing pode ser definido como o estudo do mercado e a definição de ações estratégicas para o público alvo. Já a comunicação está atrelada a comunicação e **promoção** dessas estratégias para atingir e fomentar o relacionamento com o consumidor.

- No marketing, um conceito importante é o dos 4P's ou mix:

  - Preço: custo / lucro (superávit), prazo / desconto;
  - Produto: atributos tangíveis e intangíveis, conteúdo, formato;
  - **Promoção:** estratégias de divulgação, canais;
  - Praça: segmentação, loja física x e-commerce, canais de distribuição.

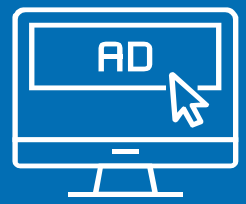
lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

“Aproxime-se de cada cliente com a ideia de ajuda-lo a resolver um problema ou alcançar um objetivo, não de vender um produto ou serviço”

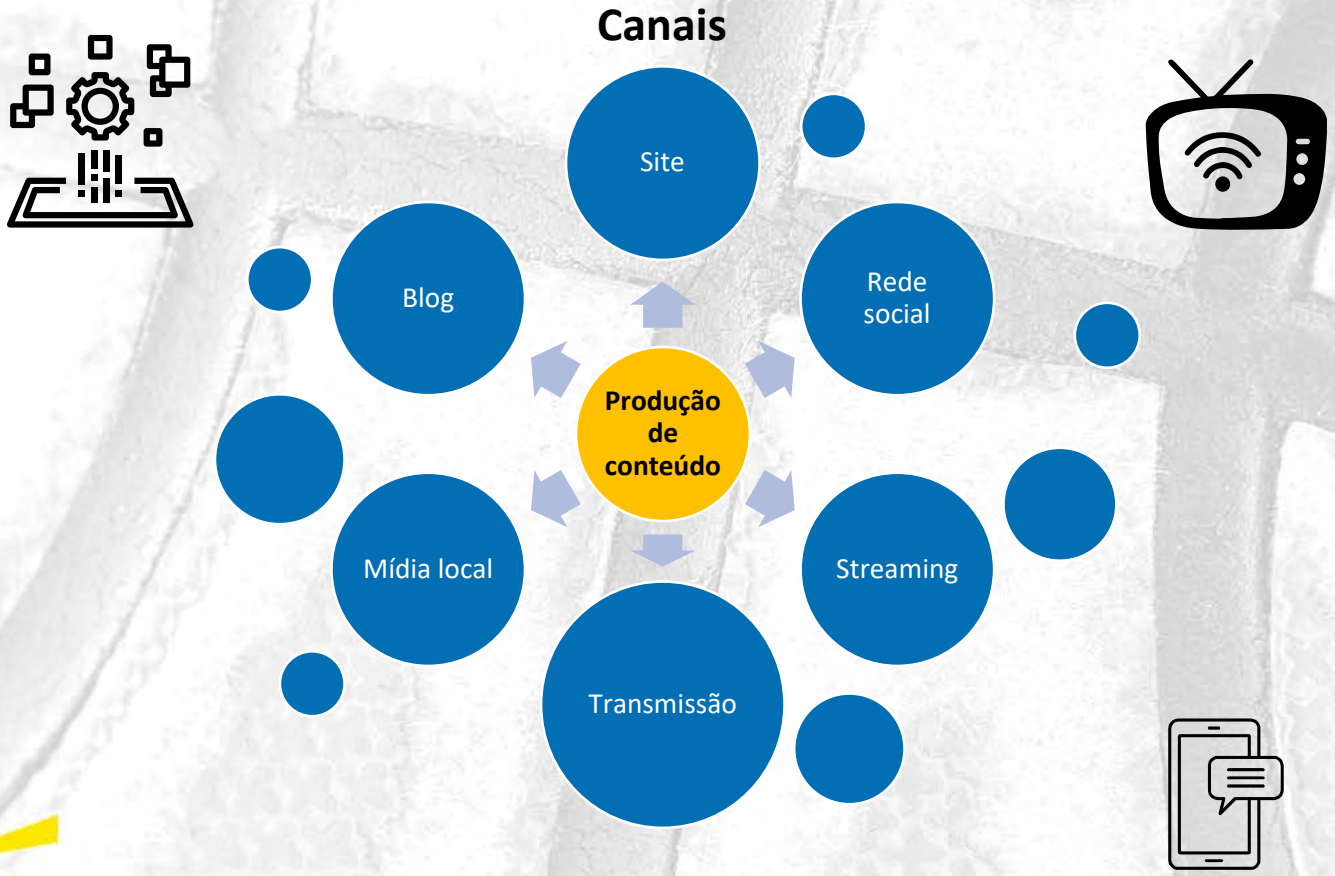
Brian Tracy

“Satisfazer os clientes não é mais o suficiente: é preciso encantá-los”

Philip Kotler

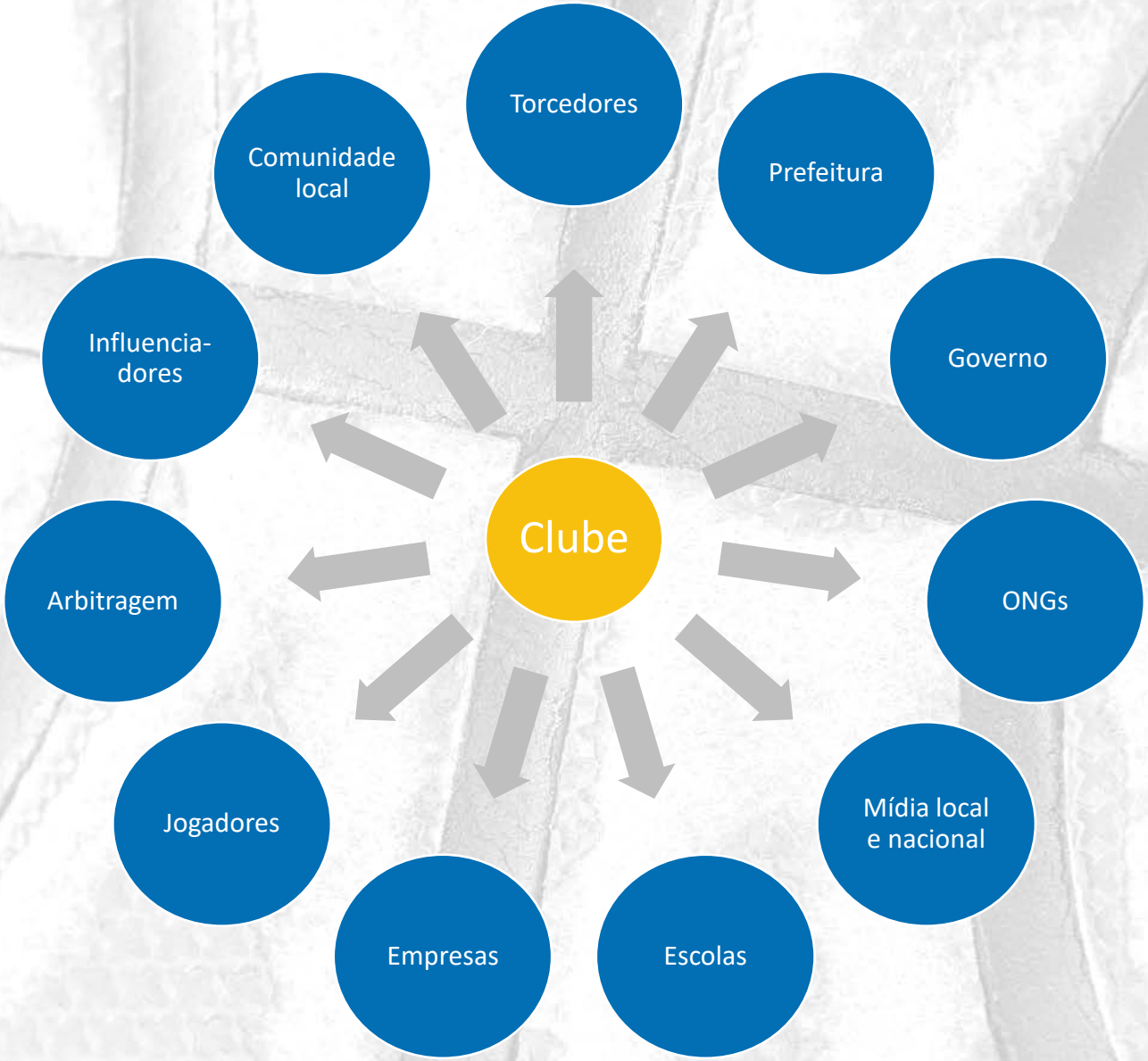


O clube deve gerar conteúdo para engajar a sua base de fãs e distribuí-lo através de diferentes canais



lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Relacionamento com a comunidade



Desportivo e Operacional

- O esporte também deve ser tratado como negócio, com métricas e metodologia de gestão estabelecida
- O esporte de alto rendimento é a razão da existência de vários clubes, sendo sua principal atividade operacional e foco dos colaboradores;
- A gestão da modalidade não deve ser tratada apenas através da paixão, mas com metodologia específica e científica, suportada por dados e uma equipe tecnicamente qualificada;
- É preciso investir não somente no elenco da categoria principal, mas na infraestrutura, nas áreas de suporte, inteligência e nas demais categorias que criam a base de sustentação que o clube precisa para ser bem sucedido no longo prazo.

> “Não existe talento sem treinamento”
>
> **Oscar Schmidt**

> “Temos que ser fiéis aos nossos planos. Não existem atalhos”
>
> **Michael Jordan**

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

- O clube deve prever a utilização de instalações esportivas e também administrativa para operar de forma eficiente

Centro de Treinamento

- É ideal que o clube seja proprietário ou alugue de terceiros um centro para seu time principal e categoria de base. Como instalações ideais no centro de treinamento, destacam-se:

  - Quadra com boa iluminação, piso e equipamentos previstos no regulamento da competição;
  - Academia;
  - Vestiários;
  - Centro médico e Sala de Fisioterapia;
  - Centro de nutrição;
  - Restaurante;
  - Dormitório;

Arena

- O clube precisa ter uma ou mais arenas/ginásios devidamente certificados pelas autoridades públicas competentes. Deve conter laudos em conformidade com as disposições do Estatuto do Torcedor e da Portaria no 290/2015 do Ministério do Esporte:

  - Laudo de Segurança;
  - Laudo de Vistoria de Engenharia Acessibilidade e Conforto;
  - Laudo de Prevenção e Combate de Incêndio e Pânico;
  - Laudo de Condições Sanitárias e de Higiene;

CALENDÁRIOS DE EVENTOS PARA NORTEAR A CONFECÇÃO DO ORÇAMENTO

- **Equipes Principais e de base**
  - **Pós-temporada**
  - **Pré-temporada**
  - **Competição Principal**
  - **Torneios**
  - **Competições internacionais**

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Mapa de principais *stakeholders*

Financeiro

Objetivo

Apresentar a real situação da saúde financeira de um negócio, permitindo que toda a gestão e possíveis investidores tenham informações precisas facilitadoras para as tomadas de decisão.

Importância

A confiança nas Demonstrações Contábeis
Panorama completo da realidade financeira da entidade e a saúde do negócio;
Orienta as tomadas de decisão;
Fornece visibilidade sobre a performance do negócio;
Reduz erros e os riscos envolvidos;
Atrai investidores e dá credibilidade no mercado

Divulgação

Visa garantir maior transparência na gestão da entidade e pode ser apresentada pela própria organização em um canal de transparência. Será muito difícil executar um plano para o crescimento e obter alguma fonte
de captação de recursos sem informações financeiras confiáveis

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Regulações

Transparência

Outras informações

- Demonstrações do Resultado do Exercício e Balanço trimestral gerencial e anual auditado (com notas explicativas que contextualizem os números apresentados com explicações realmente necessárias);
- Demonstração de fluxo de Caixa;
- Orçamento anual;
- Prestação de contas.

Boas práticas a serem aplicadas

1 Pagamentos

Limitar atrasos de pagamentos em até 90 dias para manutenção de boa imagem no mercado.

Limitar os dias de pagamento para melhor organização do fluxo de caixa (ex: o clube apenas recebe e paga entre os dias x e y).

2 Limite de perdas

Com valores pré definidos por ano como por exemplo, R$ 1M ou R$ 2M em 3 anos, com revisão de planejamento em caso de sucessão de prejuízos

3 Utilização de ERP

Sistema integrado de gestão empresarial (Enterprise Resource Planning), interligando todos os dados e processos de uma organização em um único sistema.

4 Elenco

Restrições de gastos com elenco a um % que não seja prejudicial para as finanças do clube – entre 40 e 60% do orçamento

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Governança, Riscos e Conformidade

- GRC é uma disciplina que objetiva a sincronização das funções relativas aos pilares de Governança, Riscos e Conformidade

- O GRC tem como objetivo conquistar os objetivos estratégicos, com maior eficiência, transparência e proteção quanto aos riscos e ameaças do negócio

- Existem diversos benefícios de se implementar o GRC, por exemplo:

  - Atrai e retém novos patrocinadores
  - Qualifica a gestão, sistema de tomada de decisão e os processos internos, com redução de riscos corporativos
  - Maior transparência
  - Melhora na imagem da organização
  - Melhoria do ambiente de controles internos
  - Minimiza fraudes
  - Identifica desvios éticos

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE

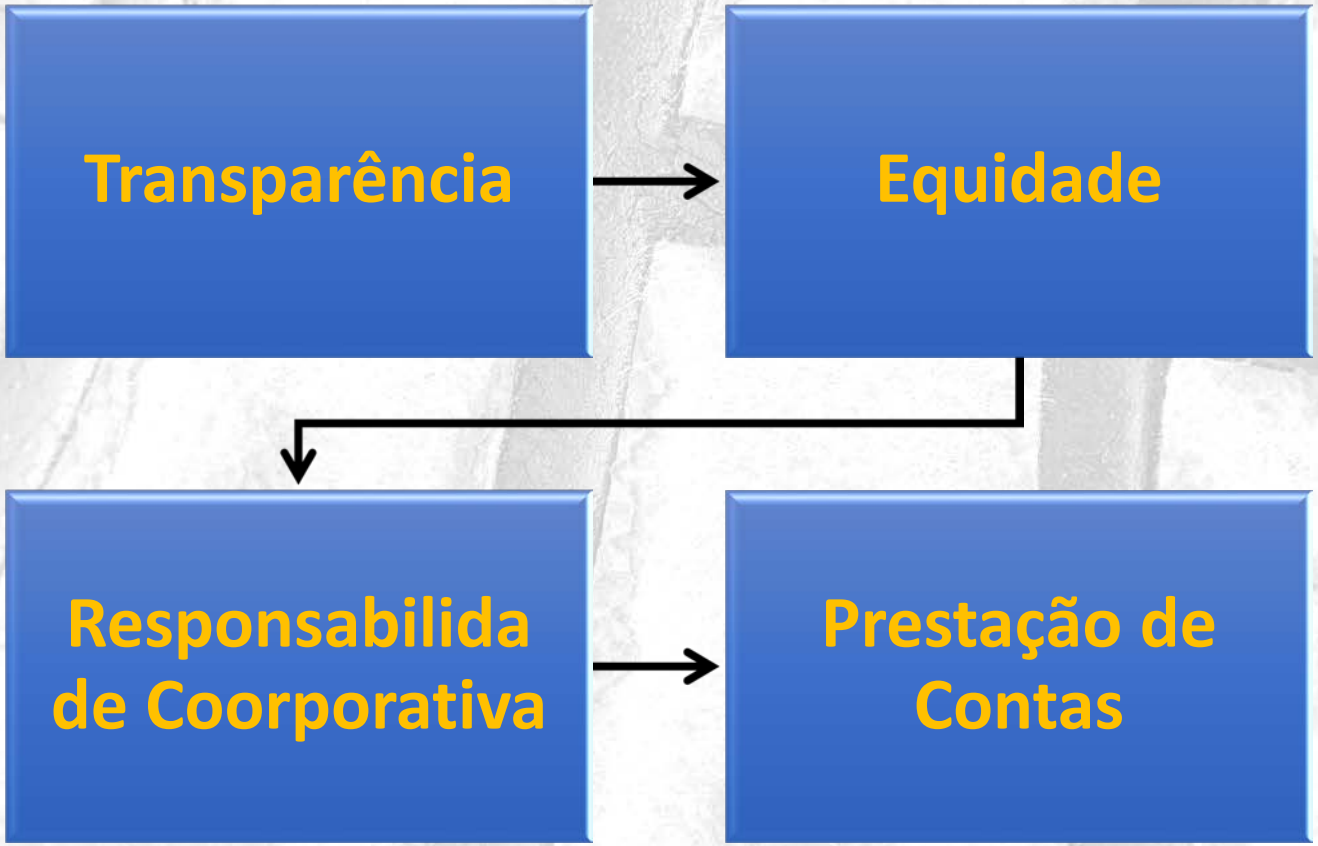
EY Building a better working world

NBB

FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

4 passos importantes

na Governança



Jurídico

Funções do Jurídico

1 Gerenciamento de contratos e fornecedores

Os documentos firmados devem obedecer o que é estabelecido na legislação e seguir diretrizes legais como o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor, entre outros.Estar em conformidade com essas normas é essencial para evitar seu cancelamento e eventuais prejuízos às partes envolvidas.

2 Proteção de informações

A definição de normas e políticas de segurança da informação que garantam o sigilo das informações do clube.Dispositivos como termos de confidencialidade e de responsabilidade podem ser utilizados com o objetivo de manter dados sensíveis devidamente protegidos.

3 Evitar processos jurídicos

Identificar situações de descumprimento da lei ou que abram brechas para ações judiciais – que, a depender do seu desenrolar, podem trazer prejuízos financeiros e de imagem para o clube. Aspectos como conformidade com as leis e regulamentos, questões trabalhistas (como salários, condições de trabalho, regras de segurança), entre outros.

4 Prestação de consultoria

Podem existir consequências jurídicas de qualquer atitude tomada pelo clube e por seus colaboradores.O departamento jurídico deve atuar de forma consultiva, auxiliando o clube em processos.

lnb LIGA NACIONAL DE BASQUETE
EY Building a better working world
NBB
FORMAÇÃO DE ATLETAS CBC

Obrigado!

sergio.domenici@lnb.com.br