



Foto gentileza revista "El Gráfico"

### Mercado

El fútbol es el deporte más popular de la Argentina y del mundo.

El fútbol argentino no sólo fue el pionero de América en organizarse, sino que en 1912 se convirtió también en el primero del continente en afiliarse a la FIFA, el ente rector de este deporte a nivel mundial.

La máxima categoría del fútbol argentino es la Primera División, en la que participan 20 equipos profesionales y el torneo que disputan está regulado por la AFA (Asociación del Fútbol Argentino), máxima autoridad de este deporte en el país.

A su vez, el fútbol argentino tiene la particularidad de ser uno de los principales "exportadores" de jugadores a los más importantes clubes europeos y latinoamericanos. Hoy gran parte de los más poderosos del mundo tienen en sus filas a uno o a varios jugadores argentinos.

La principal fuente de ingresos de los clubes de primera división del campeonato argentino

resulta justamente de las transferencias de futbolistas -50% en promedio del total de los ingresos anuales, que representan 160.000.000 de dólares por año- que se realizan básicamente a entidades europeas, aunque también es usual que los clubes vendan o cedan a préstamo sus jugadores a otras instituciones del fútbol local.

También se observa que se han abierto nuevos mercados en reemplazo de las ligas italianas y españolas, como por ejemplo Rusia, México y otros países.

El Club Atlético Boca Juniors es el más importante de la Argentina y uno de los más importantes del mundo. En la actualidad tiene 58.992 socios, 15.457 abonados, 304 peñas en la Argentina y 17 en el exterior.

### Logros

En lo referente a los logros futbolísticos, Boca Juniors recorrió un riquísimo historial en el amateurismo, conquistando un total de siete títulos. Los campeonatos 1919, 1920, 1923, 1924, 1926, 1930 y la Copa de Honor en 1925.

Ya en la era profesional, el club xeneize se alzó con los siguientes campeonatos: 1931,



1934, 1935, 1940, 1943, 1944, 1954, 1962, 1964, 1965, Copa Argentina y Nacional 1969, Nacional 1970, Metropolitano y Nacional 1976, Metropolitano 1981, Apertura '92, Apertura '98, Clausura '99, Apertura 2000, Apertura 2003 y Apertura 2005.

En el plano internacional, Boca conquistó seis veces la Copa Libertadores (1977, 1978, 2000, 2001, 2003 y 2007), en tres oportunidades obtuvo la Intercontinental (1977, 2000 y 2003), una vez la Supercopa (1989), dos la Copa



Sudamericana (2004 y 2005), tres la Recopa Sudamericana (1990, 2005 y 2006), una la Copa Master (1992) y una la Copa de Oro Nicolás Leoz (1993).

A su vez, logró muchas conquistas tanto a nivel nacional como internacional en otras disciplinas: básquet profesional, voley profesional, fútbol amateur, fútbol femenino, futsal, karate y pesas, entre otras.

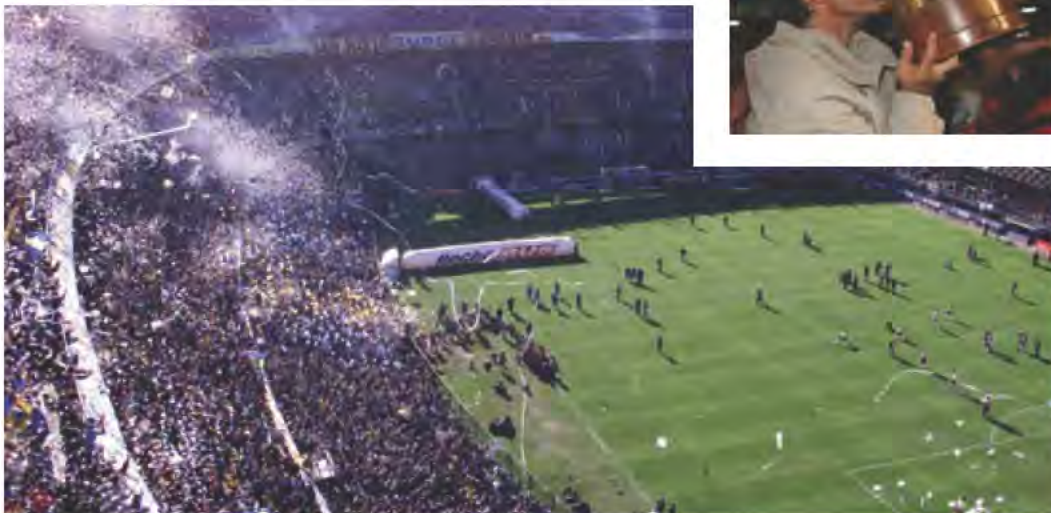
Fuera del plano deportivo, el 1º de agosto de 2001 alcanzó la certificación de norma ISO 9001:2000, otorgada por Bureau Veritas Quality International (BVQI), por todos los espectáculos que brinda en el Estadio Alberto J. Armando, sean de naturaleza deportiva o de otra índole.

El 20 de marzo de 2005 obtuvo la re-certificación que se extiende hasta el 20 de marzo de 2008, siendo el primer club en el mundo en el alcance mencionado.

### Historia

Boca Juniors nació el lunes 3 de abril de 1905, cuando cinco jóvenes habitantes del barrio de la Boca se reunieron en la Plaza Solís con el propósito de fundar un club de fútbol.

El nombre de la institución fue tomado directamente del barrio, pero se le agregó la



palabra "Juniors" para aportarle un tono inglés que le daba a la denominación algo más de prestigio, contrastando con la fama de "barrio difícil" que se había ganado la Boca por aquel entonces.

Durante los dos primeros años de vida, Boca Juniors usó diferentes modelos de camiseta.

La primera fue de color rosa, luego se utilizó una negra y blanca a bastones verticales, hasta que en 1907 se decidió adoptar los colores azul y amarillo, tomados de la bandera de un buque sueco amarrado por esos días en las aguas del puerto.

A lo largo de casi 100 años de historia vistieron la camiseta azul y oro un gran número de jugadores que terminaron convirtiéndose en ídolos de la institución, como Francisco Varallo, Mario Boyé, Ángel Clemente Rojas, Antonio Roma, Alfredo Rojas, Antonio Rattín, Vicente Pernía, Hugo Gatti, Silvio Marzolini, Diego Maradona, Gabriel Batistuta, Juan Román Riquelme, Carlos Tévez, Guillermo Barros Schelotto y Martín Palermo.



Marzolini, Diego Maradona, Gabriel Batistuta, Juan Román Riquelme, Carlos Tévez, Guillermo Barros Schelotto y Martín Palermo.

### Producto

El core business de Boca Juniors es el fútbol. En los últimos años, varios futbolistas de primera división, formados en las inferiores del club, fueron vendidos a importantes equipos del exterior, entre los cuales se destacan: Fernando Gago, Carlos Tévez, Rodolfo Arruabarrena, Sebastián Battaglia, Nicolas Burdisso y Fabricio Coloccini.

Por otra parte, los equipos de básquet y voley profesional se encuentran disputando los títulos de las mayores categorías en sus disciplinas. También en estos deportes Boca Juniors logró generar jugadores de renombre.

Desde hace unos años, el club ha venido implementando un programa de intercambio de know-how y desarrollo de juveniles, tendiente a generar ingresos genuinos a través de compartir la experiencia y el éxito con otras instituciones a nivel mundial.

El posicionamiento que ha logrado le permitió también trabar acuerdos de largo plazo con importantes empresas y marcas nacionales e internacionales como Nike, Megatone, Coca-Cola y MasterCard.



1920



1955



1960



1970

Por otra parte, a través de un acuerdo inédito en Latinoamérica, a partir de agosto de 2007 la camiseta de Boca Juniors llevará el logo de Unicef, potenciando la visibilidad y difusión de los mensajes de la entidad. Sumado a ello, colaborará con dicha organización a través de distintas acciones conjuntas.

A su vez, licenció su marca a más de 250 licen-

ciarios en productos que van desde caramelos hasta automóviles.

### Desarrollos recientes

Entre los desarrollos más recientes de Boca Juniors se encuentran:

- Sector Corporativo: Un sector exclusivo en el cual las empresas pueden agasajar a sus clientes y empleados, invitándolos a vivir una experiencia única con un partido en la mítica "Bombonera".
- Servicio de Atención Telefónica al Socio: Se implementó un nuevo centro de atención telefónica para mejorar el servicio, con un horario extendido.
- Sistema de Impresión de Carnets y Abonos: Con el objetivo de optimizar el servicio de atención al socio se implementó un sistema de entrega inmediata de carnets y una nueva tecnología contact less para facilitar el acceso al estadio.

### Promoción

La televisación de la final en la que Boca Juniors se adjudicó su séptima Copa Libertadores tuvo, en promedio, 43,7 puntos de rating, con picos de 53. Al 20 de junio de 2007, era el más alto en los últimos tres años.



Cientos de medios se acreditan para cada uno de los partidos disputados en la "Bombonera", los cuales transmiten a Boca Juniors tanto a nivel nacional como internacional.

En la actualidad, más de 20 programas de radio de la Argentina están dedicados íntegramente a Boca.

Para llegar tanto a socios y a simpatizantes, como a potenciales sponsors y patrocinantes, el club posee distintos canales y herramientas de comunicación:

- Sitio web oficial ([www.bocajuniors.com.ar](http://www.bocajuniors.com.ar)): Cuenta con una actualización diaria de con-

tenidos y con datos históricos del club. A su vez, el socio puede consultar el estado de su cuota e informarse acerca de todas las novedades de la institución.

- Programa oficial: Con una tirada de 20.000 ejemplares por partido, el programa oficial se entrega gratuitamente a los asistentes a palcos, plateas y socios, con información del partido y

sobre distintas disciplinas y actividades del club.

- "Mundo Boquense": Revista mensual con información sobre las peñas, que se les entrega a todas las que se encuentran en el país.



- "Soy de Boca": Revista oficial de Boca Juniors que, mensualmente, se vende en quioscos de diarios y revistas de todo el país y llega a los socios del club.

### Valores de la marca

Boca Juniors es más que una marca. Es un modo de ser, un sentimiento. Es un legado que pasa de padres a hijos.

A lo largo de sus más de 100 años de trabajo, el club ha logrado que la marca Boca sea sinónimo de calidad, liderazgo, crecimiento, éxito, fuerza, proyección internacional e innovación.

[www.bocajuniors.com.ar](http://www.bocajuniors.com.ar)

### Lo que usted no sabía sobre Boca Juniors

- En 2004 The Observer, un diario inglés de renombre, hizo una encuesta entre los periodistas deportivos más importantes de Inglaterra sobre cuál era el evento deportivo que uno en su vida no podía dejar de ver. De la encuesta surgió como el más importante un Boca-River en la Bombonera.
- El canal Nacional Chino (CCTV 5), dedicado a los deportes, compró recientemente los derechos del torneo argentino. Allí, Jian Hong Liu conduce un programa dedicado al fútbol argentino. Más de 30.000.000 de chinos ven el programa habitualmente y por primera vez fue transmitido en directo el superclásico Boca-River disputado el 26 de mayo de 2006 en la Bombonera.
- El programa "Los Chicos Xeneizes", llevado a cabo por el Departamento de Acción Social de Boca Juniors, le permite semanalmente a 180 niños del barrio de La Boca disfrutar de actividades recreativas, deportivas y formativas.

