COMPETICIONES

El director de la NBA en Brasil dirigirá todo el negocio en Latinoamérica

Palco23
8 jun 2016 - 10:07

La NBA recompone su estructura en América Latina. La liga estadounidense de baloncesto ha ascendido a la vicepresidencia con responsabilidad sobre el negocio en esta región a Arnon de Mello, hasta ahora director general del torneo en Brasil. Su nombramiento se produce después de que el directivo que ocupaba esta posición, Philippe Moggio, haya sido contratado por Concacaf como nuevo secretario general.

De Mello se encargará de supervisar el crecimiento de la NBA en este mercado y el desarrollo de distintas iniciativas para incrementar el interés por el baloncesto. También coordinará diversas áreas, como la relación con patrocinadores, los propietarios de los derechos de televisión y la venta de licencias para comercializar productos oficiales. Para ello, tendrá un equipo de profesionales latinos basados en Nueva York que darán apoyo a las oficinas de Río de Janeiro y Ciudad de México.

“Arnon es uno de los ejecutivos más talentosos y experimentados en el área de deportes, por lo que tengo plena confianza en que la liga continuará su crecimiento en Latinoamérica y el Caribe bajo su liderazgo”, señaló Mark Tatum, vicecomisionado y director de operaciones de la NBA.

Desde su llegada a la NBA, De Mello tuvo a su cargo el lanzamiento de la oficina regional de la liga en Río de Janeiro y la supervisión de las operaciones de la NBA en Brasil. "Como parte de sus esfuerzos expandir el deporte, concretó acuerdos clave con Globosat y la Liga Nacional de Basquete (LNB), hizo crecer los negocios en el mercado local, realizó el exitoso lanzamiento del sitio comercial de la NBA en Brasil, y acercó mucho más a los aficionados a través de programas como NBA Global Games, Basketball without Borders, NBA3X y Jr. NBA", indica la competición.

Con 33 partidos disputados en Latinoamérica y el Caribe desde 1991, la NBA tiene una larga historia de crecimiento en la región. Los juegos y la programación de la NBA llega a 47 países y territorios, en cuatro idiomas distintos, mientras que su *merchandising* puede encontrarse en 3.500 tiendas, así como en las versiones mexicana y brasileña de su página web.