

La NBA se convierte en el huésped de lujo de los hoteles Marriott

Palco23
31 jul 2015 - 10:35

Los jugadores de la NBA ya saben que dormirán en algunos de los hoteles más lujosos del mundo cuando realicen giras fuera de Estados Unidos. La liga de baloncesto ha alcanzado un acuerdo con Marriott International, por el que la cadena se convierte en el hotel oficial de distintos eventos, incluyendo los Global Games 2015-16, NBA Africa Game 2015 y las Series de Canadá 2015. No han trascendido los términos económicos del acuerdo, que dará bastante visibilidad al grupo gracias a la presencia de las estrellas del torneo.

"El baloncesto es uno de los deportes más populares en el mundo, y nuestra asociación con la NBA nos da la oportunidad de acceder a una base de aficionados apasionados y comunicar la amplitud y profundidad de nuestra cartera", dijo Karin Timpone, responsable global de marketing de Marriott International. La compañía, que controla 19 marcas como The Ritz-Carlton, AC Hotels y Renaissance, hospedará a la NBA en ciudades como Johannesburgo (Sudáfrica), Vancouver y Montreal (Canadá), Londres, Madrid, Shanghái, México y Río de Janeiro.



Los hermanos Giannis y Thanasis Antetokounmpo, dos de los jugadores de la NBA que participan en el primer partido de la NBA

en África.

En virtud del acuerdo, Marriott también tendrá acceso a entradas para los partidos de estas series internacionales que podrá distribuir entre sus clientes *premium*. Además, éstos también podrán participar en reuniones privadas donde podrán conocer y charlar con leyendas de la NBA que también se están desplazando a estos eventos para potenciar la marca de la liga. Para los clientes de EEUU, la cadena hotelera sorteará viajes para acudir como espectador a uno de estos partidos, ya sea en Europa, Asia o América Latina.

"Marriott International es una marca reconocida con extensas operaciones mundiales, y es el socio ideal para ayudar a ampliar el alcance de nuestros partidos y conectar con más aficionados", opina Emilio Collins, vicepresidente ejecutivo de la NBA y responsable de alianzas globales de marketing. En este sentido, considera que ir con una marca líder como la hotelera es un aliciente más para una serie de giras internacionales que suponen una ocasión única para entrar en contacto con aficionados de la liga al otro lado del Atlántico.

En la actualidad, la NBA tiene 13 oficinas repartidas por el mundo, mientras que sus productos se distribuyen en más de 125.000 tiendas en 100 países. Una de las claves del seguimiento de la competición a nivel mundial (más de 215 países) no es sólo la calidad del torneo, sino que también se apoya en la captación de talento internacional: 101 jugadores no estadounidenses procedentes de 37 países. Además, el canal de televisión de la NBA cuenta con suscriptores en 60 millones de hogares de EEUU, mientras que en las redes sociales acumula más de 850 millones de seguidores.