

COMPETICIONES

La NBA y Nike empiezan fuertes con una 'app' conectada a las camisetas

La marca deportiva, que ha relevado a Adidas como proveedor técnico, permitirá acceder a contenidos exclusivos a través de las etiquetas.

Palco23

17 sep 2017 - 11:15

La NBA y Nike empiezan fuertes con camisetas conectadas a una 'app'

Quedan cinco minutos para el salto inicial en el Times Square Garden y un colapso en Nueva York impide al aficionado llegar a tiempo. Puede entrar a Twitter y conocer toda la previa, pero ahora también tiene la opción de escanear la etiqueta de las nuevas camisetas de la NBA diseñadas por Nike para conocer la situación de su equipo. Es la principal innovación de las indumentarias diseñadas por la marca deportiva, que desde 2017-2018 sustituye a Adidas como proveedor técnico.

“Es la primera vez que se podrá acceder al contenido **premium** de la NBA a través de la interacción con la equipación”, enfatiza la enseña estadounidense, que también ha dado mayor libertad a las franquicias en el diseño de sus nuevas indumentarias en colaboración con la liga.

La tecnología se basa en una *app* de Nike que permite escanear el chip NFC que se introducirá en las camisetas que se creen a partir de este año. El sistema reconoce el equipo y el usuario podrá indicar su jugador favorito, de manera que se desbloqueen contenidos como la llegada a los pabellones o resúmenes con sus mejores acciones. También ofrecerá el calendario de partidos, estadísticas y resultados. También se lanzarán ofertas a través de la aplicación.

El resto de novedades de las equipaciones ya son conocidas. Por primera vez en la historia, la NBA permitirá que su proveedor figure en todas las prendas, tanto las que se venden al gran público como las que utilizan las franquicias en sus partidos y, por lo tanto, aparecen en televisión. Además, se ha dado más libertad en los diseños y se ha permitido la venta de publicidad en el lado opuesto en el que figurará el *Swoosh* de Nike.

La alianza se anunció en junio de 2015 y, desde entonces, la enseña deportiva ha estado trabajando en la tecnología que utilizarían. Además, también han creado unos

PALCO23

nuevos calcetines oficiales a través de la enseña Air Jordan. Aunque los términos económicos no se han hecho públicos, la prensa norteamericana cifró entonces el acuerdo en 125 millones de dólares anuales durante los ocho años del contrato, el triple de lo que abonaba Adidas.