

Mastercard transmitirá a los padres las emociones de los 'player escorts'

Mastercard ha lanzado un sistema que conecta las emociones de los niños y niñas que acompañan a los jugadores al terreno de juego en los partidos de la competición europea.

Palco23
12 feb 2019 - 09:15

Mastercard ha lanzado un sistema que conecta las emociones de los niños y niñas que acompañan a los jugadores al terreno de juego en los partidos de la competición europea.

¿Alguna vez se han preguntado qué sienten sus hijos? Los familiares de los *player escorts*, los pequeños acompañantes de los futbolistas en su entrada al campo, podrán experimentarlo con la última tecnología puesta en marcha por Mastercard.

Kit Beats es un sistema incorporado en su equipación que transmite sus latidos a sus progenitores en las gradas, acompasando los latidos de las personas conectadas. La iniciativa se probará por primera vez durante el encuentro Atlético de Madrid – Juventus en el Wanda Metropolitano y se desarrollará durante más partidos de la Uefa Champions League.

Según David Molina, responsable de patrocinios de Mastercard Europa, “la tecnología no sólo nos facilita la vida sino que nos ayuda a conectar personas, como sucede con Kit Beats, con las emociones. Con esta acción trasladamos nuestro conocimiento e innovación del día a día al área del fútbol, siendo la primera vez que se hace una conexión similar en un estadio”.

Mastercard es el patrocinador más longevo de la Champions League y ha trabajado junto con Banco Santander, patrocinador de la competición desde 2017, en el desarrollo de esta tecnología. Ambos se cuentan entre los principales sponsors junto con Play Station 4, Nissan, Lays, Heineken, Hotels.com y Grazprom.