

Spotify se pasa al 'running' con Nike y Adidas para combatir a Apple

Palco23

21 jul 2015 - 20:01

Apple ha irrumpido en el negocio de la música en *streaming* con el lanzamiento de Apple Music. Spotify sabe que necesita volver a reinventarse para no caer presa del gigante tecnológico, y ha encontrado en el deporte la fórmula perfecta para ganar cuota de mercado. La plataforma de música, que hace unos meses cerró un acuerdo con Adidas, ahora ha sellado una alianza similar con Nike para hacerse fuerte entre los usuarios apasionados por el *running*.

La multinacional estadounidense de equipamiento deportivo ha actualizado su aplicación Nike+ de la mano de Spotify, con el objetivo de mejorar la experiencia del deportista. La versión mejorada de la *app*, que por ahora sólo está disponible para iPhone, incluye "estaciones de ritmo", como lo han bautizado. Es decir, una lista de reproducción formada por cien canciones seleccionadas automáticamente en función de los gustos musicales y el objetivo de frecuencia cardíaca que se marque el usuario.



La nueva 'app' de Nike integra la librería musical de Spotify, ahorrando entrar y salir de aplicaciones.

"Desde el lanzamiento de nuestra aplicación en 2006, la música siempre ha estado en el centro de la experiencia", indica Adam Roth, vicepresidente global de marketing de la división de *running* de Nike

. "Nuestra alianza con Spotify lleva esa experiencia a un nuevo nivel, aprovechando la música personalizada como combustible de motivación para cada carrera y para cada corredor", añade. "Nike y Spotify están combinando sus fuerzas para crear la mejor experiencia motivadora para los corredores", opina Erin Clift, vicepresidente del área de consumo y marketing de la tecnológica.

Esta alianza exige a los usuarios estar suscritos a la versión *premium* de Spotify, aunque en ningún caso deben alternar esta aplicación con la de Nike+, ya que la versión actualizada de este programa de entrenamiento incluye acceso directo a la biblioteca musical de su socio, formada por millones de canciones. Además de las versiones personalizadas, el deportista también podrá acceder a listas creadas por la propia empresa deportiva en función de los objetivos.

Spotify ya se alió hace dos meses con Adidas

Este no ha sido el único movimiento de Spotify dentro del ámbito deportivo, ya que a finales de mayo alcanzó un acuerdo prácticamente idéntico con Adidas. La multinacional alemana decidió crear una nueva aplicación, Adidas Go, para incluir el servicio de música de la compañía sueca. En este caso no basa la música en el ritmo cardíaco que se marque el deportista, sino que el sistema "utiliza el acelerómetro del iPhone para adaptar al instante la música", ya que ello permite calcular "el ritmo de zancada del usuario.

Adidas Go "también permite a los usuarios ampliar sin esfuerzo su banda sonora en carrera explorando nueva música sobre la marcha". Y es que "la aplicación lanza intuitivamente pistas de Spotify que coinciden con los intereses del corredor basándose en sus listas de reproducción, artistas y géneros preferidos".