

La NBA, una máquina de ingresos: licencia hasta los calcetines de los equipos

M.M.A.
28 abr 2015 - 17:41

La NBA vuelve a demostrar que es una máquina de generar ingresos. La liga estadounidense de baloncesto ha decidido firmar un acuerdo de licencia con Stance, por el que esta compañía personalizará un calcetín para cada franquicia. Esta línea de productos, que incluirá el logo de esta empresa al considerarse un accesorio y no equipación, también estará disponible para los aficionados. Cada par cuesta entre 14 dólares y 16 dólares (no más de quince euros) y la NBA cobrará un porcentaje de cada venta a cambio de usar su marca.



Stance personalizará los calcetines de cada equipo de la NBA y estarán a la venta para los aficionados.

Es la primera vez que cada franquicia de la liga lucirá un calcetín personalizado. Hasta ahora, la competición ponía a disposición de los jugadores el mismo modelo, en blanco o negro, y en el que sólo se incluía su logo. Estos productos estaban fabricados por FBF, que actuaba como proveedor y no como licenciatario. "Es un honor increíble para Stance convertirse en calcetín oficial de la liga para la cancha, y estamos ansiosos de revelar a los aficionados toda la línea de productos", ha explicado Clarke Miyasaki, directivo de la empresa de calcetines.

Este acuerdo ha sido posible gracias a que la NBA no considera esta prenda como una parte del uniforme oficial, para lo que cuenta con Adidas como proveedor oficial. Sin embargo, la multinacional alemana no puede estampar su logo en las camisetas con las que saltan a la cancha los jugadores, una opción que sólo pueden ejercer en las reproducciones que vende a los aficionados. Este aspecto, entre otros, es el que ha motivado que la compañía de las tres barras haya decidido no renovar su acuerdo cuando este expire al finalizar la temporada 2016-2017.

Stance es una de las empresas de moda en EEUU, hasta el punto de que ha logrado captar el interés de personajes como el rapero Jay Z o el actor Will Smith, que se han convertido en accionistas. Antes de firmar con la NBA, este fabricante californiano de calcetines logró un acuerdo similar con la Major League Baseball (MLB), una liga aún más seguida que la de baloncesto; también realiza colaboraciones con artistas. Se desconoce el nivel de ingresos de esta compañía, pero un informe de SportsOneSource citado por *Bloomberg* asegura que el mercado de los calcetines sólo en EEUU alcanza los 1.800 millones de dólares al año (1.656 millones de euros).