

## Puma se alía con la NBA para lanzar su mayor ofensiva comercial en baloncesto

La compañía, que el año pasado volvió a fabricar zapatillas de baloncesto, lanzará una nueva línea de calzado para este deporte. Además, podrá utilizar la imagen de los jugadores de la competición para promocionar sus productos.

Palco23  
14 feb 2019 - 11:00

Puma asegura que su regreso al mercado del baloncesto es un elemento clave para gan

Puma crece en el mercado de baloncesto con el patrocinio de la NBA. La liga norteamericana de baloncesto ha firmado un acuerdo de esponsorización por varias temporadas con la marca alemana, que el año pasado volvió a fabricar zapatillas de baloncesto tras veinte años sin hacerlo.

Los términos económicos del acuerdo y la duración del mismo no se han hecho públicos, pero en virtud del mismo la compañía alemana se convertirá en el socio oficial de calzado de la liga y podrá utilizar la imagen de los jugadores de la NBA cuando vistan la equipación de sus respectivas franquicias. De este modo, Puma podrá asociarse indirectamente a los equipos y la marca NBA para promocionarse.

Este acuerdo llega meses después de que la multinacional de artículos deportivos lanzara al mercado una zapatilla de baloncesto. Es una línea en la que ahora buscará crecer, y, como parte del acuerdo, sacará a la venta una nueva línea de calzado. "Nuestro regreso a la categoría de baloncesto es clave para mejorar nuestra credibilidad en el rendimiento deportivo en Norteamérica y, por lo tanto, ampliar nuestro negocio en otras categorías de deportes", ha afirmado la compañía en sus cuentas anuales.

## **Puma asegura que su regreso al mercado del baloncesto es un elemento clave para ganar credibilidad de marca en Estados Unidos**

De ahí que el año pasado la marca se convirtiera en patrocinador de la WNBA y fichó a Jay-Z como director creativo del área de baloncesto. Además, ha firmado acuerdos de patrocinio con jugadores como Rudy Gay o DeMarcus Cousins.

Dan Rossomondo, vicepresidente desarrollo de negocios de la NBA, ha afirmado que “a medida que Puma amplía su presencia en el mercado del baloncesto con nuevo acuerdos con los jugadores y una nueva línea de zapatillas, convertirse en un socio oficial de calzado de la liga ha sido el siguiente paso natural para ayudar a amplificar el regreso de la marca a la categoría”.

Por su parte, el director global de marca y márketing de Puma, Adam Petrick, ha asegurado que este patrocinio es una prueba del resurgimiento de la marca en el mercado del baloncesto”.