

EQUIPAMIENTO

¿Qué marcas se esconden detrás del negocio del CrossFit en España?

Albert Malla
13 may 2015 - 05:00

La fiebre del CrossFit se va consolidando mes a mes en España como una nueva técnica para mantenerse en forma. Esta modalidad empezó a gestarse en 1974 y nació oficialmente en 1995 en el Sur de California, en 2007 celebró sus primeros campeonatos mundiales y los clientes españoles que hoy lo prueban tienen muy buenas sensaciones, aseguran que les ayuda psicológicamente y poco a poco van creando una comunidad fiel a este tipo de entrenamiento. ¿Pero qué negocio genera esta nueva moda y qué empresas hay detrás?

“El CrossFit es totalmente complementario al gimnasio”, explica Álex Cervera, entrenador del centro CrossFit Diagonal de Barcelona, el primer box que abre en España dentro de una Universidad. En este sentido, el responsable de la instalación recuerda que los centros deportivos tradicionales quieren incorporar este entrenamiento a su oferta, pero tienen algunos problemas para lograrlo: “los instructores no están preparados, quieren abarcar todos los ejercicios y no tienen el espacio que se requiere para una práctica óptima de la técnica”, asegura Cervera.



CrossFit Diagonal es el primer centro en abrir dentro de una Universidad española.

Ello explicaría la rápida implantación en España de centros específicos para practicar esta disciplina. En el país ya se contabilizan más de 220 boxes, según CrossFit. Por regiones, destacan Madrid, con 52 centros, Barcelona (22), Málaga, con 17, Murcia (11) y San Sebastián con 10, como ciudades españolas donde se practica más esta técnica. El recuento mundial se extiende a más de 11.000 boxes, y Estados Unidos, cuna de esta disciplina, es el país donde más se practica.

“La clave de un buen centro de CrossFit es tener unos instructores con una muy óptima preparación”, afirma Carlos Pastrana, responsable de marketing del área de *fitness* en Reebok Iberia. El directivo sabe bien de lo que habla, ya que 103 de estos centros en España utilizan productos de la marca. Se trata de acuerdos de licencia por los que cada gimnasio paga una afiliación anual a cambio de utilizar la marca CrossFit en sus boxes.

El caso del Reebok CrossFit BCN es diferente. En el box de Barcelona, la marca acuerda con ellos un compromiso durante unos años y a cambio reciben una ayuda financiera. Pero la mayor excepción está en Boston (EEUU), donde se encuentra el único centro oficial de Reebok.

La filial de Adidas no ha precisado el importe que paga cada centro ni su gasto en patrocinio. A nivel global, la marca facturó 1.578 millones de euros en 2014, casi un 2% menos que el año anterior. Eso sí, en el primer trimestre de 2015 volvió a la senda del crecimiento, con un alza del 14,9%, hasta los 411 millones.



Reebok CrossFit BCN recibe ayuda financiera de la marca estadounidense.

Las perspectivas de futuro que Pastrana vislumbra para el CrossFit en España son de “crecimiento ilimitado”. Actualmente, la técnica deportiva está en un buen momento, pero para que se mantenga y aumenten los clientes tienen que cumplirse dos premisas: los instructores tienen que recibir más entrenamiento para estar mejor preparados y se tiene que mantener el alto nivel de las clases, según el directivo de Reebok Iberia.

Pastrana explica que una de las claves es la alta actividad de los practicantes en las redes sociales, donde publican fotos, vídeos y comentarios. “Eso hace que el radio de personas que quieran practicarlo aumente”, afirma Pastrana. Según Cervera, CrossFit Diagonal ya ha logrado 110 inscritos en dos meses, especialmente gracias a la difusión a través de Facebook.

Una de las claves para que Reebok sea una referencia en esta disciplina es el patrocinio que desde 2011 mantiene con los CrossFit Games, un campeonato mundial cuya primera edición se celebró en 2007. En virtud del mismo, da nombre al torneo y es el proveedor exclusivo de las prendas técnicas y el calzado.

La recompensa económica para los deportistas que ganaban las diferentes fases del campeonato apenas rondaban los 400 dólares en 2007; actualmente, los ganadores de cada categoría se reparten un bote de 2 millones de dólares. Un premio más elevado debido al patrocinio de Reebok y de que cada vez hay más amantes del CrossFit.

La inversión realizada por la compañía parece haber dado sus frutos, ya que en los boxes consolidados, los que llevan un año y medio en activo, el 70% del calzado que se utiliza es de su catálogo, según Pastrana. En las prendas técnica es diferente, los clientes utilizan diferentes marcas, pero predominan en un gran sector los *shorts* de la marca estadounidense tanto de hombre como de mujer.



Celebración de los Reebok CrossFit Games en Estados Unidos.

Debido al auge de esta disciplina, la multinacional deportiva Nike ha querido incorporarse a la fiebre del entrenamiento ideado por Greg Glassman. La marca ya tiene su propio box de CrossFit en San Diego, California (EEUU), el Invictus, y unas zapatillas exclusivas para la práctica de la técnica, las Metcon, de 120 euros.

Además del patrocinio de la marca estadounidense en los Reebok CrossFit Games, el evento deportivo cuenta con Rogue, que proporciona el equipamiento para los centros. La marca estadounidense tiene en su página diferentes artículos para la práctica de la técnica. Los precios varían entre los 4.000 euros, donde figuran las estructuras para las pesas; hasta cintas y pelotas medicinales de ocho euros.

Progenex, que figura como patrocinador de proteínas; y HGST, empresa dedicada al negocio de los discos duros son los otros dos patrocinadores del campeonato. Se desconoce el precio que aporta cada firma para el evento deportivo.

Los orígenes de este singular sistema de entrenamiento

La historia de esta disciplina deportiva remonta del año 1974, cuando un estudiante universitario de dieciocho años, llamado Greg Glassman, empezó a utilizar esta técnica deportiva con atletas de su gimnasio. En 1995 nace la primera comunidad CrossFit del mundo en Santa Cruz, California. Ya en el siglo XXI, se creó una web de acceso libre donde el internauta podía ver los ejercicios CrossFit y sus demos. En 2002 los amantes de este nuevo deporte se podían suscribir a la red y disfrutar de publicaciones exclusivas. La primera competición de CrossFit se produjo el año 2007, donde se

reunieron 40 hombres y 20 mujeres para practicar la nueva técnica de Glassman en Aromas, California. En 2010 Reebok y Crossfit se asocian para expandir este método de entrenamiento por todo el mundo. Un año más tarde, los crossfitters del mundo pueden publicar sus resultados deportivos online, tras la validación de un box afiliado o enviando un video del Workout of the day (WOD), entrenamiento del día. Después de algunos campeonatos regionales, se hizo el primer campeonato a nivel mundial en 2011, los Crossfit Games, que se celebraron en el Home Depot Center de Los Ángeles, California.