

EQUIPAMIENTO

Madrid amenaza el liderazgo europeo de Londres en número de boxes CrossFit

Albert Malla

1 mar 2016 - 05:00

El CrossFit no es ninguna moda pasajera, y Madrid está a punto de convertirse en una referencia europea. La capital española cuenta con 50 centros afiliados a esta disciplina, una cifra que le sitúa a sólo tres de Londres, ciudad líder en el Viejo Continente. Se trata de una diferencia muy baja, especialmente si se tiene en cuenta que en la ciudad británica más que dobla en población a la española.

En la actualidad, España es el segundo país con más boxes de Europa con 272 centros, cuando en 2010 apenas había cinco; de éstos, sólo uno de ellos es oficial de Reebok y se encuentra en Barcelona. Este crecimiento sólo se ve superado por Reino Unido, país que acostumbra a adaptar antes que nadie las tendencias que llegan de Estados Unidos y que lidera la clasificación con 463 instalaciones. A nivel mundial, sólo 101 de estas instalaciones están vinculadas a la citada marca deportiva.

"La clave del auge del CrossFit en España y en todo el mundo está en la sencillez del programa y en los beneficios que aporta: con poco espacio, poco material y ejercicios no muy complicados se consiguen notables mejoras en todas las capacidades físicas mediante ejercicios variados ejecutados a alta intensidad, además de beneficios psicológicos como la mejora de confianza en sí mismo a la autoestima al verte capaz de hacer cosas que creías impensables, y sociales interaccionando con gente que busca como tú ampliar sus límites", opina Carlos Pastrana, director de Fitness & Training de Reebok.



El CrossFit nació en 1974 en el Sur de California.

De cara al futuro, la compañía estadounidense no prevé una caída del negocio incluso apuntan que "las perspectivas son de continuo crecimiento hasta ahora. El CrossFit es constantemente variado y ello hace que el programa sea muy atractivo para los participantes, las propias comunidades organizan actividades constantemente, y el hecho de que grandes eventos hayan venido a Madrid es de una gran ayuda para el crecimiento".

Se trata de un sector muy atomizado en el que la mayoría de centros son independientes y no forman parte de ninguna cadena. La facturación de cada box depende del número de socios y de la cuota que se les aplique. "Podemos hacer una estimación de unos 150-200 socios por box y una cuota media a nivel nacional de 60-75 euros al mes, lo que nos daría una facturación mensual de entre 9.000 y 15.000 euros", argumentan.

Unas cifras que avalan la percepción de que muchos entrenadores han visto en esta modalidad una forma de autoempleo. Más allá de la inversión en el centro, los empresarios deben pagar a CrossFit un canon anual de 3.000 dólares (2.694,6 euros) en concepto de afiliación, importe al que hay que sumar los 1.000 dólares (907 euros) del curso que debe aprobar un entrenador para obtener un certificado conforme está preparado para impartir clases de esta modalidad y que debe renovarse cada cinco años.



Reebok apostó desde un principio por el CrossFit.

Esta disciplina, que empezó a gestarse en 1974 y nació oficialmente en 1995 en el Sur de California, consta de sesiones de 60 minutos, conocidas como *Workout of the day* (WOD), en la que los usuarios practican diferentes ejercicios por grupos a una alta intensidad. Este tipo de entrenamiento ya ha seducido a 55.000 personas que practican CrossFit de forma regular, además de unos 20.000 que lo realizan de forma esporádica, según cifras que maneja la filial de Adidas, que ha abierto mercado con prendas textiles y zapatillas específicas.

El perfil de consumidor de CrossFit es el de una persona joven de entre 24 y 34 años, de ambos sexos, que entrena más de tres veces a la semana de forma variada y en muchos casos practican otras disciplinas. Además, a estos practicantes "les gusta entrenar en grupo, valoran la importancia de un buen entrenador, están muy al corriente de las nuevas tecnologías y muy activos en las redes sociales", explica la compañía.

La incursión de Reebok en esta disciplina hizo profesionalizar el CrossFit, con más aliados, mayores prestaciones y más capital. La filial de Adidas patrocina desde 2011 los CrossFit Games, un evento mundial cuya primera edición se celebró en 2007. Además, el torneo cuenta con el patrocinio de Rogue, Progenex y HGST. Reebok facturó 1.295 millones de euros en los primeros 9 meses del 2015.