EQUIPAMIENTO

Nike: el rey de los patrocinios pierde súbditos

El gigante estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha perdido, en cuestión de una semana, dos acuerdos millonarios con deportistas de élite: el que mantenía con la familia de Kobe Bryant y el suscrito en 2015 con la gimnasta olímpica Simone Biles.

Laura Juanes/Albert Ferrer
30 abr 2021 - 04:48

El *swoosh* no volverá a acompañar la imagen de la estrella de la NBA Kobe Bryant. Los herederos del deportista estadounidense, fallecido el pasado 2020 en un accidente de helicóptero, rompieron la semana pasada el acuerdo que unía a la Mamba con Nike, después de no llegar a un consenso para renovar el contrato, que vencía este año. Tres días después, la gimnasta olímpica Simone Biles asestó otro golpe al gigante de Oregón, terminando su acuerdo con la compañía para formar una alianza con Athleta, la marca deportiva de Gap. El rey de los patrocinios continúa vistiendo y calzando a seis de los diez deportistas mejor pagados del mundo, pero en su reino hay cada vez más desertores.

La penúltima semana de abril empezaba con una noticia que resonó en los medios de todo el mundo: la familia de Kobe Bryant rompió lazos con Nike. El acuerdo que

https://www.palco23.com/equipamiento/nike-el-rey-de-los-patrocinios-pierde-subditos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

vinculaba al jugador de Los Angeles Lakers y al gigante de Oregón era uno de los más longevos en el sector de las *sneakers*: Bryant firmó con la compañía en 2003, tras romper con Adidas, y en 2016 renovó el contrato por cinco años más.

Como parte de la alianza, Nike lanzó once modelos de zapatillas en colaboración con Kobe Bryant durante su carrera en las canchas, y continuó desarrollando nuevos modelos cuando se retiró en 2016. Desde su fallecimiento, el grupo estadounidense ha relanzado más de diez de las *sneakers* creadas con la Mamba, unos artículos que han experimentado un *boom* en todo el mundo. El 13 de abril de este año finalizaba el contrato y, pese a que la viuda de Bryan pretendía renovarlo, las conversaciones no prosperaron.

> **Nike firmó su acuerdo con Kobe Bryant en 2003 en lo que fue uno de los contratos más longevos en el sector de las 'sneakers'**

En declaraciones a *Espn*, la viuda del deportista, Vanessa Bryant, argumentó que esperaba poder llegar a un acuerdo vitalicio con Nike. Pero el gigante de Oregón raramente accede a firmar este tipo de contratos, con notables excepciones de la talla de LeBron James, Michael Jordan o Cristiano Ronaldo, que actualmente son los únicos deportistas que ostentan un acuerdo de por vida con la marca del ***swoosh***, según *GQ*.

La alianza entre Nike y Kobe Bryant ha cosechado éxitos desde sus inicios, aunque tras la muerte del jugador de baloncesto la demanda por sus *sneakers* se disparó. El último lanzamiento en el marco del acuerdo fue el Nike Kobe 6 Grinch, que se relanzó el pasado 13 de abril en conmemoración del último partido de Bryant en la NBA con Los Angeles Lakers. Las zapatillas, como en ocasiones anteriores, se vendieron en cuestión de minutos, aunque la revolución estaba todavía por llegar.

Tras anunciarse la ruptura entre Bryant y Nike, el mercado de la reventa de *sneakers* se disparó, con los precios de las zapatillas del jugador estadounidense enfilándose de forma meteórica: las Kobe 6 Grinch 2020 en la plataforma de segunda mano StockX pasaron de venderse por entre 350 y 390 dólares a hacerlo en una horquilla de entre 592 dólares y 600 dólares, según *Sportico*.

Por el momento no se sabe dónde o de qué forma continuará el legado de Bryant. Algunas fuentes del sector apuntan que los herederos del jugador podrían continuar con sus planes de lanzar su propia marca, Mamba

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

, un negocio que estaba explorando antes de su repentino fallecimiento.

Simone Biles también ha deshecho posiciones con el rey de los patrocinios y se ha aliado con Gap

Tres días después de que se desvelara la ruptura entre Kobe Brytant y Nike, otra deportista estadounidense cortó lazos con la compañía. La campeona olímpica Simone Biles, ganadora de la medalla de oro en los Juegos de Río de 2016, anunció el pasado 23 de abril que su andadura con el gigante había llegado a su fin después de cinco años.

La gimnasta, que firmó su acuerdo con Nike en 2016, después de convertirse en profesional, sigue así los pasos de la atleta Allyson Felix, que rompió con Nike en 2019 en medio de una tormenta mediática. Entonces, Felix, seis veces campeona olímpica, escribió un artículo de opinión en *The New York Times* en el que aseguraba que se enfrentaba a posibles recortes económicos por parte de sus patrocinadores, entre los que se encontraba el gigante de Oregón, por tener hijos.

Estas acusaciones fueron posteriormente confirmadas por la campeona de heptatlón de los Juegos Olímpicos de Londres de 2012, Jessica Ennis-Hill. El revuelo generado propició que Nike cambiara sus políticas y dejara de penalizar a las deportistas embarazadas.

Ahora, Simone Biles se une a los ***desertores*** tras formar una alianza con la marca deportiva de Gap, Athleta. “La oportunidad de animar a las jóvenes a alcanzar todo su potencial y ser una fuerza de cambio es increíblemente poderosa”, señaló entonces Simone Biles, que ha establecido un contrato a largo plazo con el grupo, con sede en San Francisco, por un importe que no ha trascendido.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El tenista suizo Roger Federer rompió su contrato con Nike en 2018 tras 24 años de relación

Pasados 24 años de relación con Nike, iniciada en 1994, en marzo de 2018 el tenista suizo Roger Federer rompió con la marca antes de comenzar el torneo de Wimbledon, celebrado en Londres. Hasta aquel entonces, el atleta cobraba diez millones de dólares anuales por parte de la empresa estadounidense de equipamiento deportivo. La alianza permitió el nacimiento de la marca RF, cuyos derechos pertenecían a Nike.

A principios de 2020, tras más de un año y medio de batalla judicial por los derechos de esta marca, el tenista ganó el caso a Nike y pudo comercializar esta línea de equipamiento deportivo. Desde entonces, el tenista gestiona esta marca a través de la sociedad Tenro, creada por el propio Federer en 2007.

La empresa Tenro AG, creada por Federer en 2007, además de compartir los derechos de la marca RF, gestiona la web del tenista suizo.

Roger Federer quería prolongar la unión con Nike, pero exigía 30 millones de dólares por temporada para poder renovar a largo plazo. La empresa no accedió a estas aspiraciones por la edad del tenista y preferían apostar por otras estrellas emergentes del deporte.

https://www.palco23.com/equipamiento/nike-el-rey-de-los-patrocinios-pierde-subditos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Cuando comenzó el campeonato de Wimbledon de 2018, en plena batalla judicial con Nike, Federer apareció con ropa de entrenamiento de la marca japonesa Uniqlo, que dentro del circuito tenístico también vestía en ese momento al número uno del mundo, Novak Djokovic, y al asiático Kei Nishikori, tenista del *top 30*. Federer y Uniqlo suscribieron un acuerdo con una duración de diez años, hasta 2028, a cambio del pago de 300 millones de dólares por parte de la firma japonesa.

Neymar Jr. abandonó Nike para convertirse en el futbolista mejor pagado por una marca

Algo similar ocurrió el verano pasado, cuando un aliado de más de 15 años de antigüedad de Nike, dejó la compañía. El astro brasileño del París-Saint Germain, Neymar Júnior, rompió su relación con Nike, con quien había con apenas trece añosde edad cuando era un joven talento del Santos. Hasta entonces, el futbolista carioca, que había firmado un contrato de 11 años con Nike (desde 2011 a 2022), percibía más de 12 millones de dólares anuales. Además, el brasileño tenía su propia línea de botas y ropa deportiva.

La marca alemana de moda deportiva Puma puso encima de la mesa de Neymar Jr. una oferta de 25 millones de dólares por temporada, convirtiéndolo en el futbolista mejor pagado por una marca de equipamiento, superando los 19 millones de Leo Messi con Adidas o los 16 de Cristiano Ronaldo con Nike, según informó la revista *Forbes*.

Trevor Lawrence fichó por Adidas, rival de Nike

Trevor Lawrence, una de las estrellas emergentes del fútbol americano, parecía que lo tenía todo de cara para fichar por Nike porque su equipo universitario, los Clemson Tigers, también visten la marca estadounidense de equipamiento deportivo. No obstante, hace apenas dos días, el jugador de 21 años confirmó públicamente su fichaje por Adidas.

El mismo caso se dio hace justo un año, cuando el también número 1 del *draft* de la National Football League (NFL), Joe Burrow, firmó con la marca alemana, que también tiene en su cartera a grandes estrellas del fútbol americano como Patrick Mahomes o Aaron Rodgers.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Nike continúa patrocinando a seis de los diez deportistas mejor pagados del mundo

Pese a que Nike ha perdido algunos de los deportistas más relevantes en su cartera en los últimos años, la compañía continúa siendo reina en el terreno de los patrocinios. El grupo mantiene lazos con nombres como Cristiano Ronaldo, LeBron James, Kevin Durant, Tiger Woods, Kirk Cousins o Carson Wentz, todos ellos incluidos dentro del *top 10* de deportistas mejor pagados del mundo, según el ránking que elabora anualmente *Forbes*, que incluye su salario deportivo y sus contratos de esponsorización.

El año pasado, el gigante estadounidense gastó 3.592 millones de dólares en lo que denomina “gastos de creación de demanda”, que incluye todo tipo de publicidad, patrocinios, eventos de marca y presentaciones de producto. El dato supone una rebaja del 4% en el presupuesto de este tipo de acciones respecto al año anterior, lo que refleja también la crisis de los patrocinios en la que se encuentra inmerso el grupo.

El pastel de los treinta deportistas mejor pagados del mundo se divide entre nueve marcas: Nike, Adidas, Uniqlo, Puma, Under Armour, Reebok, Everlast, Asics y Anta. Del total, el 46,7% de los patrocinios los copa el gigante de Oregón. El titán germano Adidas, por su parte, sólo esponsoriza a dos atletas del ránking: el jugador del FC Barcelona Leo Messi y el jugador de la NBA James Harden.

La brecha de género continúa siendo un problema sin resolver en el sector del deporte. Sólo la tenista Naomi Osaka figura entre los treinta deportistas mejor pagados a escala global. La campeona japonesa es, además, la única que se ha clasificado en la lista *Forbes* de los sesenta atletas con los sueldos más altos.

https://www.palco23.com/equipamiento/nike-el-rey-de-los-patrocinios-pierde-subditos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.