

FITNESS

Crossfit Games rompe con Reebok y firma con Nobull como patrocinador

La marca se ha hecho con el *naming* de la competición, que pasará a llamarse los Nobull Crossfit Games a partir de la edición de este año. El acuerdo tiene una duración de tres años.

Palco23

1 mar 2021 - 17:25



Nobull, nuevo patrocinador principal de los Crossfit Games. La marca de calzado y ropa para fitness se ha convertido en nuevo patrocinador oficial de los Crossfit Games, en sustitución de Reebok.

Por otro lado, Nobull financiará la bolsa de premios de los Crossfit Games, aportando ingresos a los atletas profesionales de este deporte. Asimismo, la marca se ha hecho con el *naming* de la competición, que pasarán a llamarse Nobull Crossfit Games a partir de la edición de este año y tendrá una duración de tres años.

La marca de entrenamiento funcional cerró el año con la pérdida del 25% de los clientes y tan sólo el 1% de los boxes afiliados en España. La compañía cuenta con 15.000 boxes afiliados en 158 países, 517 de ellos en España. El año pasado esta cifra se situaba en 523 clubes. Hasta ahora, el crecimiento anual en España ha sido de 75 afiliados. Los clubes cuentan con entre 200 metros y 1.000 metros cuadrados de

superficie y la inversión para ponerlos en marcha oscila entre 75.000 euros y 250.000 euros.

Crossfit cerró el año con la pérdida del 25% de los clientes y tan sólo el 1% de los boxes afiliados en España

Crossfit, empresa con sede en Colorado, vende la licencia de uso de su marca a terceros, pero no lo hace bajo el método de la franquicia, sino mediante afiliaciones. Un afiliado es todo aquel que desee abrir un box con esta marca y que supere el curso de *level 1*, lo que le permite mantener la afiliación durante cinco años pagando el *fee* de 3.000 dólares anuales

En junio de este año, la compañía anunció la adquisición de la empresa por parte del empresario Eric Roza, que tras hacerse con el control de la compañía de entrenamiento funcional también pasó a ser el consejero delegado. Se trata de un inversor estadounidense que, entre otras compañías, fundó Datalogix. Hace tres años, la empresa empezó a expandirse fuera de Estados Unidos y se centró en Brasil, Italia, Japón, Francia, Italia, Reino Unido y España.

La compañía organiza los Crossfit Games, evento al que tienen acceso los mejores 700 participantes del mundo de las Open Series, que en 2019 contó con 26.000 participantes. El año pasado se repartieron 300.000 dólares en premios económicos entre los primeros clasificados. El evento se emitió por 23 plataformas de *streaming* distintas que sumaron 11,6 millones de visualizaciones en directo