

## Entre federados y aficionados, ¿quiénes son los seguidores del triatlón?

Uno de cada cuatro españoles dice estar interesado o muy interesado en esta disciplina, que en los últimos años ha disparado su práctica en el país.

G.G.R.

13 sep 2017 - 19:02

Entre federados y aficionados, ¿quiénes son los seguidores del triatlón?

Tres deportes en uno, una disciplina que pasa de las dos ruedas, a suelo y al mar y que reúne cada vez a más aficionados. Pese a que hace unos años el triatlón era casi desconocido para la mayoría de españoles, según datos de Nielsen Sport, el 25% de la población en España dice estar interesado o muy interesado en esta práctica deportiva.

El dato en número de federados también demuestra el ascenso meteórico que ha conseguido este deporte: en 2008 en España existían 12.986 licencias de triatletas de ambos sexos, siendo el masculino el predominante, mientras que en 2016, la cifra aumentó hasta los 27.760 federados, de los que 22.849 son hombres y 4.920 mujeres. En cuanto a los clubes, las estadísticas también reflejan un incremento importante: 588 entidades en 2010 y 1.138 agrupaciones en 2016, casi el doble.

Sin embargo, la diferencia de aficionados entre hombres y mujeres no es tan acentuada como en el caso de los federados, ya que el 57% de los interesados son hombres y el 43% mujeres. Del informe de la consultora también se desprende que, respecto a la población general, “los interesados en triatlón muestran mayor interés en ver deportes en televisión, así como en la práctica activa de deporte y el interés sobre atletismo y deportes extremos”.

**El 25% de la población en España dice estar interesado o muy interesado en esta práctica deportiva**

Es decir, que a diferencia de otras disciplinas que pueden englobar a diferentes públicos que puede que no tengan una estrecha relación con el deporte, se podría decir que los seguidores del triatlón son *heavy fans* del deporte en general.

Todo ello hace que las marcas hayan doblado sus apuestas por este mundo en los últimos años. El principal icono de este deporte en España y en parte del planeta, Mario Gómez Noya, cuenta con más 500.000 seguidores en redes sociales, algo que no pasa desapercibido para sus más de 15 patrocinadores, entre los que destacan algunos como Movistar y Mitsubishi Motors, con el que ha hecho un anuncio para el gran público en televisión.

En su elenco de patrocinadores también destacan los acuerdos con marcas deportivas, como es el caso de Specialized para las bicicletas y On para las prendas técnicas. De hecho, la marca suiza relevó a Mizuno en este campo, algo que también representa la alta competencia entre los propios fabricantes en este sector.

Otro de los atletas más reconocidos es Mario Mola, actual número uno del mundo y que tiene muchos más acuerdos que Gómez Noya con empresas técnicas pero menos en patrocinios con marcas ajenas al deporte que su rival y compañero de Selección. Lo mismo ocurre con Fernando Alarza, muy disputado por firmas de neoprenos y *wearables*. Siendo España uno de los principales focos de atención para el triatlón, ¿veremos algún día un triatleta anunciando unas Danet en televisión?