DICIEMBRE 2017

# RUNÓMETRO

PERFIL Y HÁBITOS
DEL CORREDOR ESPAÑOL

**ELABORADO** POR

RUNNEA

We are testers

RUNÓMETRO

# PRESENTACIÓN

Correr está de moda y se ha convertido, para muchos españoles, en un estilo de vida. El running es una de las tendencias deportivas que más ha crecido en los últimos años en España, consolidándose como una de las prácticas preferidas para los aficionados al deporte.

Este incremento de la popularidad se refleja en las calles y parques de las ciudades españolas donde, con solo observar durante unos minutos, se puede comprobar el auge y popularidad de este deporte. De hecho, de acuerdo con la Encuesta de Hábitos Deportivos en España, realizada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad de 2015, un 12,9% de los españoles se consideraba corredor habitual en 2010, frente al 30,4% de los corredores que se definían como runners en 2015. Según el estudio, el running es, junto al ciclismo, la natación y el senderismo, el deporte más practicado en España.

La práctica de este deporte registra actualmente menos desequilibrios entre corredores masculinos y femeninos. Aunque históricamente era un deporte más ligado a los hombres, en los últimos años atrae cada vez más a las mujeres. Esta tendencia creciente entre la población femenina tampoco ha pasado desapercibida para la industria deportiva, que ha encontrado en las corredoras un nuevo nicho de mercado para su negocio.

**EL RUNNING ES, JUNTO AL CICLISMO, SENDERISMO Y NATACIÓN, EL DEPORTE MÁS PRACTICADO**

# LA FIEBRE DEL RUNNING

Las causas del auge del running en España están relacionadas con aspectos sociales, económicos y tecnológicos.
En cuanto a los factores sociales, una de las causas es el interés general de la población por mejorar su calidad de vida y adquirir hábitos más saludables. Además, el running es un deporte que ofrece un alto grado de flexibilidad, lo que lo hace compatible con los horarios laborales, la falta de tiempo o la conciliación familiar.
En cuanto a la socialización, a pesar de que el running podría considerarse un deporte individualista, también proporciona vías de socialización. Las carreras o grupos de entrenamiento juntan a personas con intereses y comportamientos comunes, agrupando a corredores en torno a un evento con cierto espíritu lúdico.
La crisis económica ha sido otro de los factores clave. La gratuidad de este deporte, en contacto con la naturaleza en lugar de un gimnasio, unido a que, a priori, no es necesaria una elevada inversión en equipamiento, elevaron al running al top 3 de los deportes más practicados, en especial, en los años más intensos de crisis.
En cuanto a los factores tecnológicos, la mayor penetración y uso de las redes sociales facilita que los corredores compartan sus logros deportivos, monitoricen su actividad física gracias a apps específicas...

## DE SUPERVIVENCIA A 'FENÓMENO' SOCIAL

El ser humano es corredor por naturaleza. Desde un modo de supervivencia para cazar, y no ser cazado, evolucionó a una competición en la Antigua Grecia, donde se celebraron los primeros Juegos Olímpicos. Pero, ¿cuál es el origen del running como fenómeno moderno? Podríamos situarlo en EEUU en los años 60, con la figura de Bill Bowerman, entrenador de atletismo y fundador de Nike. En un viaje a Nueva Zelanda participó en varias salidas matinales con un grupo local, donde comprobó su gran forma física. De vuelta a EEUU, organizó estas salidas con sus vecinos y la convocatoria se hizo masiva: el 'footing' calentaba motores. El gran empujón vino con la celebración de la Maratón de Nueva York, nacida en 1970, que impulsó definitivamente la práctica del running en su dimensión más popular.

# CONTENIDOS

## PERFIL Y HÁBITOS DEL CORREDOR ESPAÑOL


**OBJETIVO DEL ESTUDIO**

**METODOLOGÍA DEL ESTUDIO**

**ARQUETIPOS DE RUNNERS**

**I INFORME RUNÓMETRO: RESULTADOS**

**PERFIL Y HÁBITOS**

- Días y distancia
- Motivaciones
- Superficie
- Salud
- Entrenador
- Carreras

**EQUIPAMIENTO Y MARCAS**

- Gasto en material deportivo
- Zapatillas
- Marcas
- Prescriptores

**NUEVAS TENDENCIAS**

- Mujeres runners
- Tecnología y running

# OBJETIVO DEL ESTUDIO

**"EL ESTUDIO PROFUNDIZA EN EL PERFIL Y HÁBITOS DEL CORREDOR ESPAÑOL, MARCAS COMERCIALES Y TENDENCIAS "**

El informe 'Runómetro: perfil y hábitos de los corredores españoles' tiene como objetivo elaborar una radiografía exhaustiva de la práctica del running en España.
Para ello, la investigación analiza y profundiza en el comportamiento y hábitos del corredor, como son la motivación, distancia, superficie preferida, el uso de suplementos, lesiones o cuales son las fuentes de información más utilizadas.
En su vertiente más comercial, el estudio se adentra en las preferencias de consumo en cuanto a las marcas preferidas del sector, las cualidades por las que se valora el equipamiento deportivo, así como el gasto anual en running.
En un tercer bloque, el informe aborda las tendencias que afectan al sector, especialmente las relacionadas con la aplicación de la tecnología en los complementos que usan, apps…
Además, en este apartado de tendencias se hace una referencia especial al papel de la mujer corredora, un perfil en continuo crecimiento.

# METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

La encuesta se basa en un cuestionario online cuantitativo y cualitativo compuesto por 23 preguntas cerradas y abiertas divididas en tres bloques temáticos.

Se ha contado con una muestra de 4.150 hombres y mujeres con representación nacional, generando así el mayor estudio sobre running publicado hasta la fecha.

Uno de los principales valores del informe, además del análisis por variables como sexo o provincia, es la identificación de cuatro arquetipos de runners que presentan diferentes comportamientos:

- PRINCIPIANTE: Personas que se inician en el mundo del running pero sin una asiduidad semanal. Suelen salir a correr de manera esporádica sin tener el hábito adquirido.
- AMATEUR: Personas que salen entre 3 y 5 días por semana con el objetivo de mantenerse en forma o por salud, no para correr carreras. Pueden participar en alguna prueba con amigos y sin objetivos.
- AVANZADO: Personas que corren como mínimo un par de veces por semana y participan en más de 3 pruebas al año. Corren para mantenerse en forma y se preparan para alguna prueba en concreto con el objetivo de hacerlo lo mejor posible.
- EXPERTO: Corren más de 3 veces por semana y preparan carreras con el objetivo de superarse y asumir retos.

# ARQUETIPOS DE RUNNERS

## PRINCIPIANTE

- Para estar en forma
- 1 ó 2 días/semana
- Menos de 5 km
- Corre por asfalto
- Sin prueba de esfuerzo ni intención
- No se plantea tener entrenador
- Tiene un par de zapatillas
- Gasta menos de 100 euros

## AMATEUR

- Para estar en forma
- 3 ó 5 días/semana
- Entre 5 y 10 km
- Corre por asfalto
- Previsto hacer prueba de esfuerzo
- No se plantea tener entrenador
- Tiene dos pares de zapatillas
- Gasta entre 100 y 300 euros

## AVANZADO

- Salud y pequeños retos
- 3 ó 5 días/semana
- Entre 5 y 10 km
- Asfalto o montaña
- Se ha hecho prueba de esfuerzo
- Se plantea tener entrenador
- Tiene dos pares de zapatillas
- Gasta entre 100 y 300 euros

## EXPERTO

- Preparar una carrera
- 3 ó 5 días/semana
- Más de 20 km
- Asfalto o montaña
- Se ha hecho prueba de esfuerzo
- Tiene entrenador personal
- Tiene más de dos zapatillas
- Gasta más de 300 euros

# I INFORME RUNÓMETRO

## ÍNDICE DE CONTENIDOS


### PERFIL Y HÁBITOS

Días y distancia
Motivaciones
Superficie
Salud
Entrenador
Carreras

### EQUIPAMIENTO Y MARCAS

Gasto en material deportivo
Zapatillas
Marcas
Prescriptores

### NUEVAS TENDENCIAS

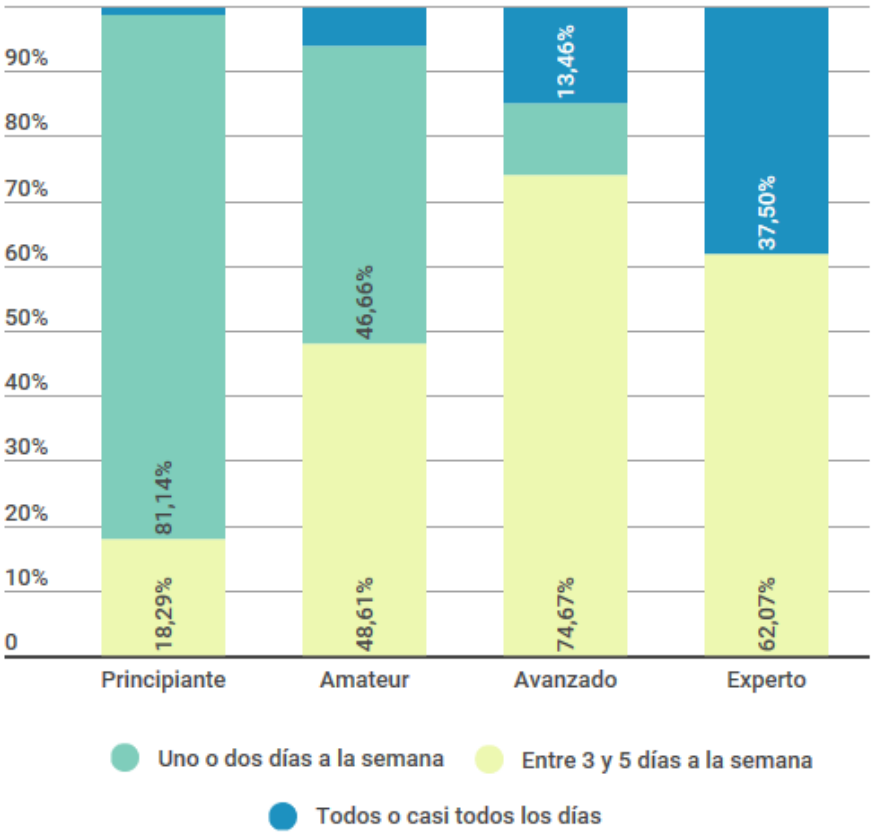
Mujeres runners
Tecnología y running

# PERFIL Y HÁBITOS

## DÍAS Y DISTANCIA

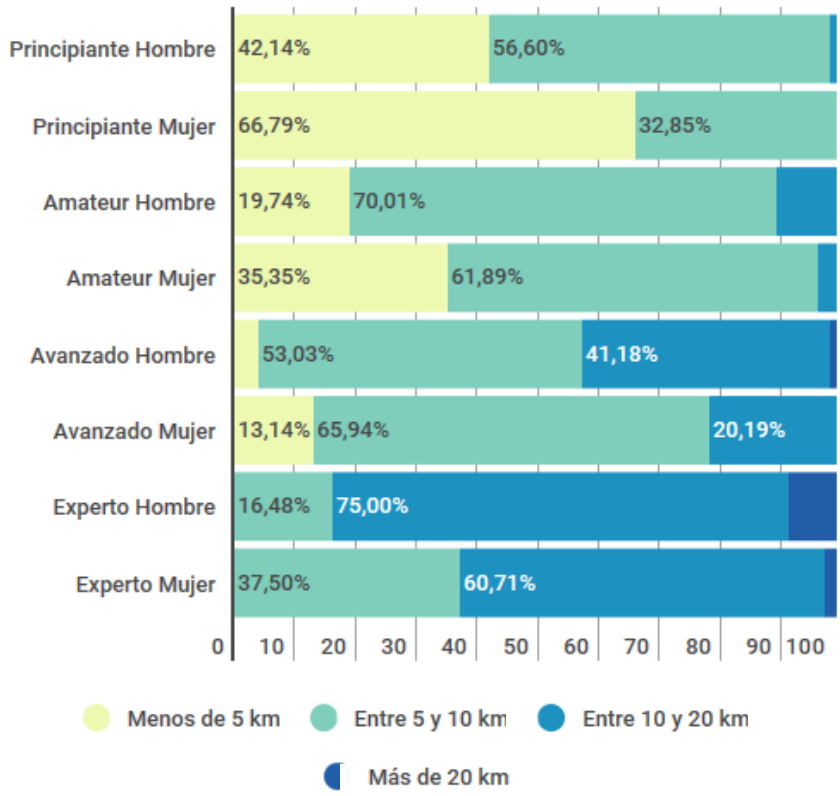
En la elaboración del Informe Runómetro se ha contado con la participación de corredores de ambos sexos, siendo un 75,86% hombres y un 24,14% mujeres, un reparto que se asemeja a la estimación global de la población de corredores españoles, que se reparte entre dos tercios para la población masculina y un tercio para la femenina.
Según los resultados obtenidos de la investigación, la mayoría de los hombres salen a correr entre 3 y 5 días a la semana (56,26%), mientras que, en el caso de las mujeres, esta frecuencia media baja a 1 o 2 días por semana (49,25%).
En cuanto a los 4 arquetipos de nivel de corredor identificados, el comportamiento entre hombres y mujeres es prácticamente el mismo y se distribuye según muestra el gráfico:

** ¿Cuántos días sales a correr?*



En lo referente a la distancia que recorren en sus salidas, la mayoría de lo encuestados corre entre 5 y 10 km (57.89% de los hombres y 53.95% de las mujeres); una distancia que además es directamente proporcional al nivel de experto del corredor; es decir, a mayor escala en el arquetipo, mayor es la distancia recorrida.
Según revela el estudio, otro de los factores que afecta a la distancia es el sexo del corredor, siendo una distancia superior para hombres e inferior para mujeres. Según los resultados por arquetipos, los resultados son los siguientes:
- El 66.79% de las mujeres principiantes corren menos de 5 km y el 61.89% de las mujeres amateurs corren entre 5 y 10 km.
· La mitad de los hombres avanzados corren entre 5 y 10 km (53.03%) y casi la otra mitad entre 10 y 20 km (41.18%). El grueso de mujeres avanzadas corre entre 5 y 10 km (65.94%).
· De los expertos, la mayoría corre entre 10 y 20 km (el 75% de los hombres y el 60.71% de las mujeres). La mayor diferenciación está entre los 5 y 10 km., distancia más usual para el 16,48% de las mujeres y para el doble de los hombres (37,5%).

*¿Cuánta distancia corres cada vez que sales?*

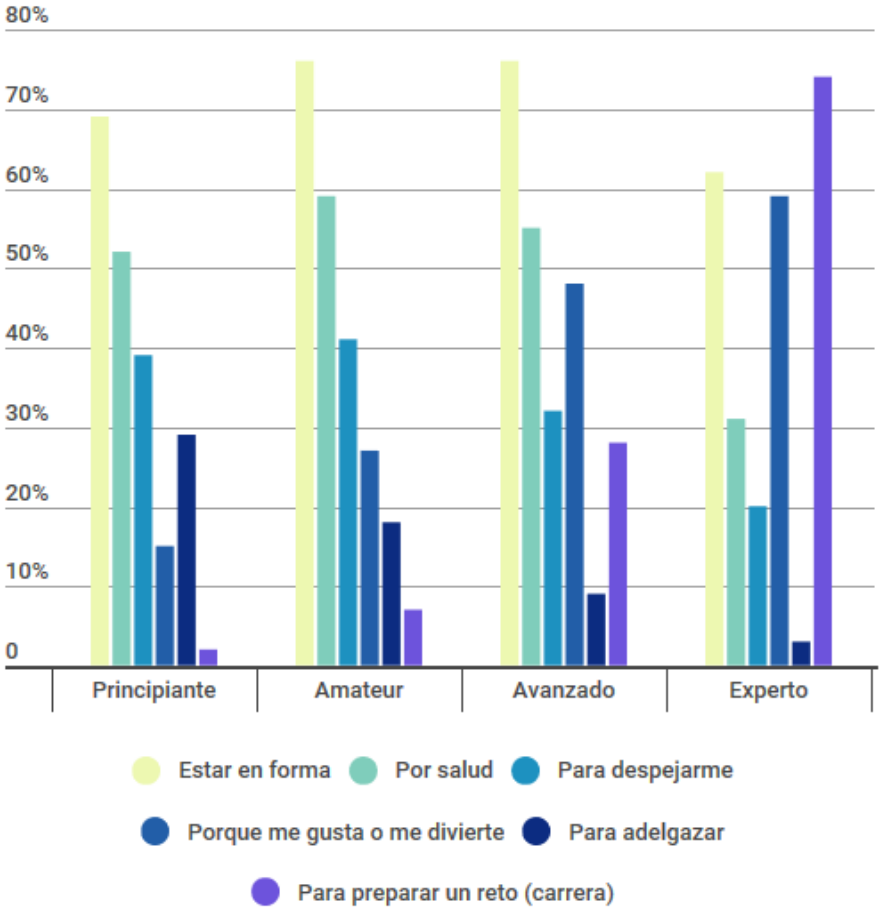


# MOTIVACIONES

Tal y como señala la investigación, las motivaciones para salir a correr son muy similares tanto en hombres como en mujeres. El 73.98% del total de los encuestados corre para estar en forma (sobre todo en el caso de los hombres), el 55.07% por salud, el 37.52% para despejarse (sobre todo las mujeres), el 32.74% porque les divierte (especialmente los hombres), el 17.36% para adelgazar y el 15.72% para preparar una carrera, un dato especialmente relevante entre el público masculino.
En cuanto a los arquetipos, 'Estar en forma' es la motivación ganadora para los principiantes, amateur y avanzados en ambos sexos, mientras que 'preparar un reto o una carrera' es la principal razón para perfiles expertos.

· La mayoría de los principiantes y amateurs corren para estar en forma o por salud, y muy pocos para preparar una carrera.
· Entre los avanzados, empieza a tomar relevancia salir a correr porque "me gusta o me divierte" (sobre todo en los hombres). El grueso de las mujeres sigue saliendo a correr por estar en forma o por salud.
· La gran parte de los hombres expertos salen a correr para preparar una carrera (77,27%), por estar en forma (61.36%) y porque les gusta o divierte (56,81%). Entre las mujeres hay un porcentaje menor que corra por preparar una carrera (64,28%), y el 67,85%% sigue corriendo por estar en forma o por salud.

** ¿Cuáles son tus motivaciones a la hora de salir a correr?*



## SUPERFICIE

El asfalto es la superficie preferida por los runners (59,3% del total), seguido de un 28,14% que corre por asfalto y montaña y un 12,56% de la muestra que corre por pista de montaña principalmente. Según los datos del estudio, se observa una tendencia clara: en función del nivel de runner, se añaden otras superficies: cuanto más experto es el nivel de corredor, más tipos de superficies utiliza para correr, una tendencia que se repite tanto en hombres como en mujeres. Así, los niveles avanzados y expertos utilizan casi a partes iguales montaña y asfalto. El estudio revela además una tendencia en los corredores masculinos en cuanto al uso de pistas o montaña para salir a correr: en todos los arquetipos, una media del 15% de runners, utiliza estas vías para correr. En el caso de las mujeres, esta situación solo se reproduce en los niveles avanzado y experto.

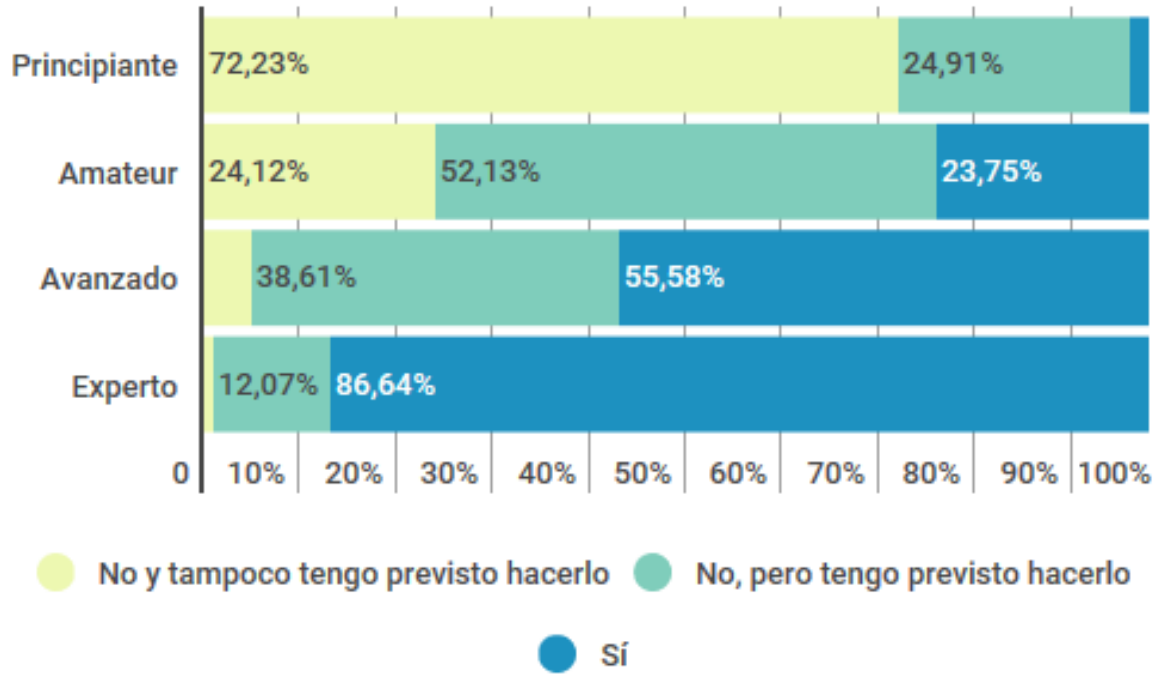
**LOS NIVELES MÁS AVANZADOS CORREN EN DIFERENTES TIPOS DE SUPERFICIES**

# SALUD

## Prueba de esfuerzo

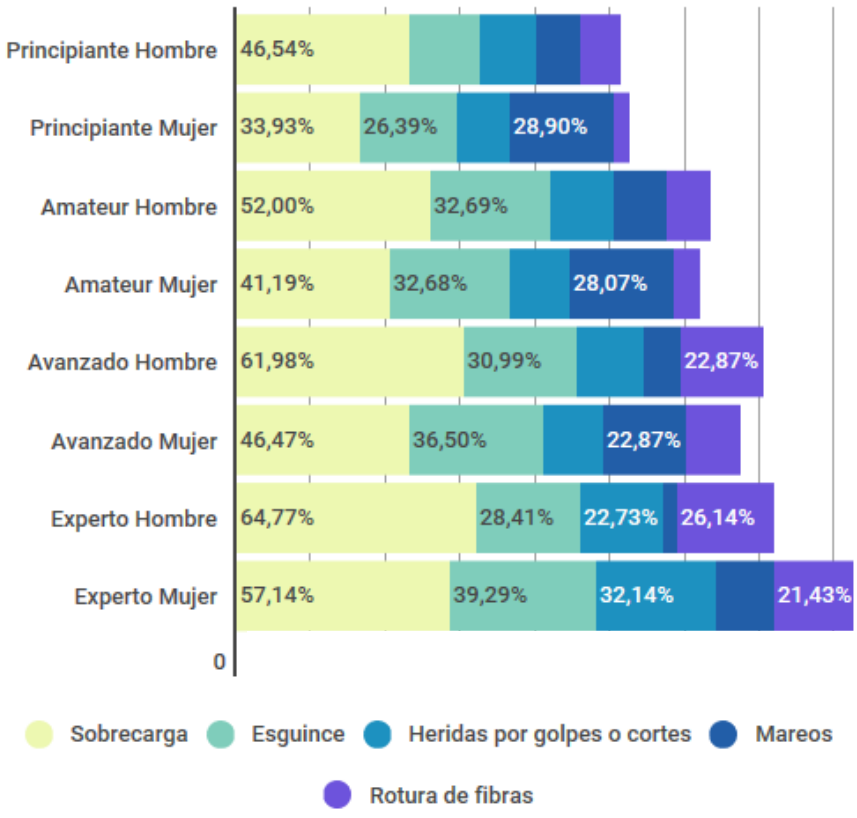
A pesar de que el running tiene efectos positivos sobre la salud y bienestar de las personas, también es necesario contar con ciertas precauciones y medidas de prevención antes de salir a correr, como es, por ejemplo, la prueba de esfuerzo.
En este sentido, el estudio revela que tan solo se ha hecho una prueba de esfuerzo el 38.10% de los hombres y el 31.59% de las mujeres y, si nos referimos al porcentaje de personas que nunca se han hecho la prueba, identificamos un 24,36% en hombres y un 27,97% en mujeres. Sin embargo, la investigación presenta una tendencia relacionada con una mayor concienciación sobre la importancia de este tipo de pruebas ya que el 37,54% de los hombres y el 40.44% de las mujeres tiene previsto someterse a esta prueba.
En cuanto a los arquetipos:
· De los principiantes la mayoría nunca se han hecho una prueba de esfuerzo ni tienen intención.
· De los amateurs la mayoría no se han hecho la prueba de esfuerzo, pero tienen previsto hacerlo. Entre los que sí, uno de cada 4 sí la ha hecho y 2 de cada 4 tienen intención de hacerla.
· Más de la mitad de los avanzados sí se han hecho una prueba de esfuerzo (57.30% de los hombres y 52.55% de las mujeres).
· Casi todos los corredores expertos tienen hecha una prueba de esfuerzo (84,66% de los hombres y 92.86% de las mujeres).

** ¿Te has realizado una prueba de esfuerzo?*



## Lesiones

Si analizamos los problemas y lesiones ocasionados por la práctica de este deporte, la primera posición la ocupa la sobrecarga muscular con un 48,42%, tanto en hombres como en mujeres y en todos los arquetipos. El segundo problema mayoritario son los esguinces con un 30,84% de la muestra; el 19,12% ha sufrido mareos (un problema especialmente significativo entre mujeres); el 17,28% ha tenido heridas por golpes y el 13,02% ha padecido rotura de fibras (bastante más común entre los hombres que entre las mujeres).
Otro dato significativo que revela el informe es que, del total de la muestra, los segmentos de runners que más lesiones sufren son los amateurs y avanzados.




** ¿Has sufrido algún tipo de lesión corriendo? (selección múltiple)*

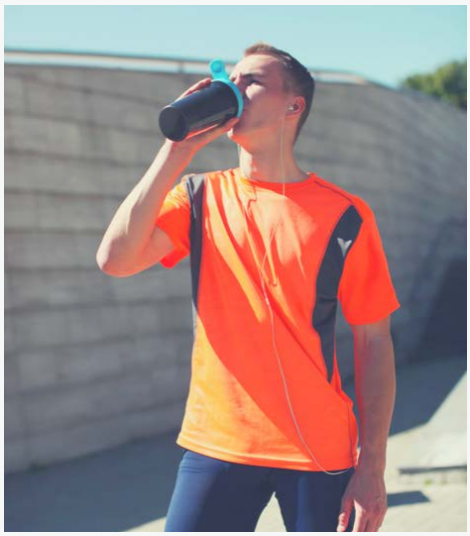
Tal y como demuestra el informe, tanto en hombres como en mujeres y en todos los arquetipos, no haber sufrido ninguna lesión es una de las opciones menos seleccionadas por los encuestados, lo que advierte de los riesgos para la salud de una mala praxis en esta actividad deportiva.

## TIPS PARA CORRER SIN RIESGOS

1. Calentar es sin duda la primera pauta obligatoria.
2. Conocer el perfil de nuestra capacidad física. Es preciso saber la amplitud de nuestra respiración, ritmo cardíaco, fuerza, flexibilidad o agilidad para adaptar nuestra capacidad a nuestro perfil.
3. Correr en todo momento no es recomendable. En una pendiente pronunciada, es mejor bajar el ritmo ya que se elevan las pulsaciones, aumenta la frecuencia cardiaca y el gasto energético.
4. Correr y caminar de manera ligera es la mejor combinación. Descansar. Cuando paramos de correr se debe respetar un periodo de recuperación para reponer el ritmo cardiaco y la respiración.
5. Cuidar la salud de tus pies y contar con unas zapatillas de running adecuadas. A la hora de comprar, hay dos factores importantes: que tengan una ergonomía adaptada a la manera de pisar y una amortiguación adecuada para cada peso.

### Suplementos

En lo relativo a los suplementos deportivos, el estudio también revela sus cifras: el 45,96% del total de la muestra encuestada no toma suplementos deportivos (con mayor relevancia entre las mujeres).
Entre los corredores más principiantes, la práctica mayoría no toma suplementos (en torno al 85% entre hombres y mujeres). En el caso de los amateurs, este porcentaje se distribuye entre el 50-50% entre los que toman y no toman, mientras que en los perfiles avanzado y experto, alrededor del 90% toma algún tipo de suplemento, siendo los mayoritarios las bebidas isotónicas, las barritas energéticas y los geles energéticos; siendo estos últimos especialmente usados entre los hombres.

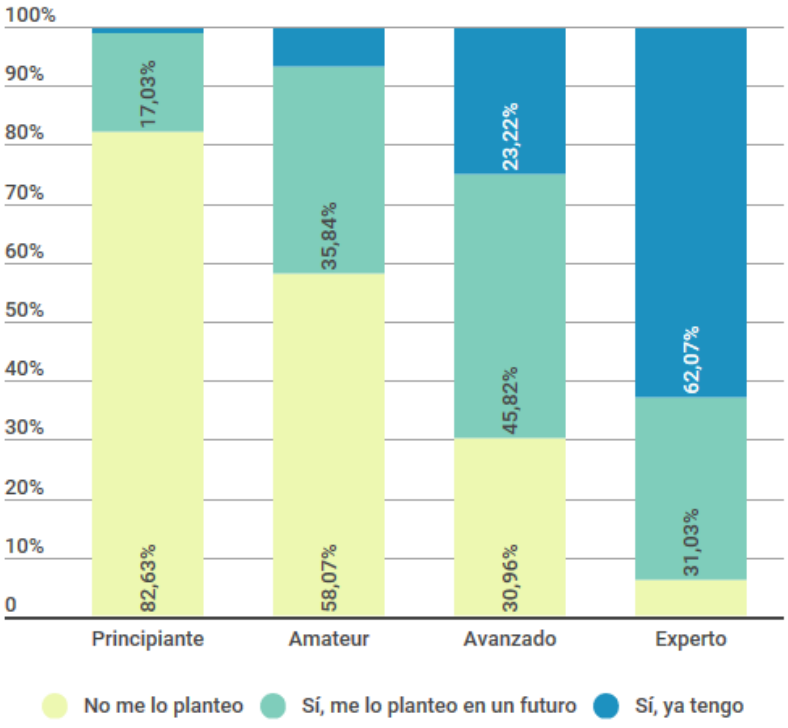


## Entrenador

En cuanto a la planificación de los entrenamientos por parte de un profesional o entrenador personal, hombres y mujeres se comportan de manera similar y, como se mencionaba anteriormente, esta necesidad cambia según sube el nivel de experto del corredor: a mayor nivel, aumenta también el porcentaje de runners que ya tienen entrenador o que se lo plantean en un futuro.
En términos generales, un 52.95% de los encuestados no se plantearía tener un entrenador personal, un 34.34% se lo plantea en un futuro y un 12.71% ya lo tiene.
Entre las personas que cuentan con entrenador, la investigación revela un gran salto entre el nivel avanzado y el experto en ambos sexos. En el caso de los hombres, esta diferencia es del triple (un 19,15% de los avanzados frente a 62,5% de los expertos) y en el de las mujeres, este salto es del doble (un 30,41% frente al 60,71%).
Analizando los arquetipos de corredores, los resultados son los siguientes:

- De los principiantes casi el 90% de los hombres no se plantea tener un entrenador personal, y un 78.64% de las mujeres tampoco.
- De los amateurs casi el 70% de los hombres no valora contar con entrenador personal. De las mujeres, casi la mitad no se lo plantea (48.05%) y prácticamente la otra mitad lo proyecta para un futuro.
- De los avanzados, la mitad de las mujeres lo ve como opción posible para más adelante (50.61%) y el 30.41% ya lo tiene. El 43.11% de los hombres se lo plantea en un futuro y sigue habiendo un 37.74% que no lo valora.
- El 62,07% de los expertos cuenta con entrenador personal.

** ¿Te has planteado tener un entrenador personal que planifique tus entrenamientos?*



# CARRERAS

El running es un deporte que goza además de una importante vertiente social, ya sea a través de los grupos de entrenamiento, participación en retos a través de internet o en carreras y maratones, eventos deportivos que, en los últimos años, cuentan con una gran aceptación y participación popular.
Según indican los resultados del Runómetro, entre las personas que corren carreras o tienen pensado hacerlo en un futuro, el factor que más valoran es el buen avituallamiento por parte de la organización, elegido en primer lugar el 39,23% de las veces. A este factor, le sigue que el recorrido sea bonito y, posteriormente, que haya un buen regalo. En cuarto y quinto lugar se sitúa el precio de la carrera y, finalmente, que cuente con duchas.
En lo referente al precio que los corredores consideran justo pagar por su participación en una carrera, se ha tenido en cuenta que los diferentes perfiles de corredores suelen tener aparejadas carreras adecuadas a su nivel por número de kilómetros, por lo que el precio de la carrera es distinto. De este modo, y según los resultados de la investigación, los arquetipos principiante y amateur por un lado, y avanzado y experto por otro, presentan resultados similares en cuanto a lo que consideran el precio óptimo de la carrera. En el caso de los perfiles más iniciales, el rango de precio que consideran justo pagar es ingerior a 20 euros para carreras de menos de 21 kilómetros. Por su parte, los perfiles de corredores más profesionales consideran que el precio justo para una carrera es superior a 26 euros para carreras de más de 22 kilómetros.

## EL FACTOR MÁS VALORADO EN UNA CARRERA ES EL AVITUALLAMIENTO

# PRÓXIMAS CITAS 2018

## Maratones de España

· Maratón de Sevilla: 25/02/18
· Transgrancanaria: 21-25/02/18
· Maratón de Barcelona: 11/03/18
· Maratón de Madrid: 22/04/18
· Maratón Internacional de · Magaluf: 29/04/18
· Maratón Internacional Martín Fiz en Vitoria: 14/05/18
· San Fermín Marathon: 16/06/18
· Bilbao Night Marathon: 20/10/18
· 261 Women's Marathon (Mallorca): Octubre
· Maratón Popular de Castilla la Mancha: Octubre
· Behobia San Sebastián: 11/11/2018
· Maratón Internacional de Tenerife: Noviembre
· Herrikrosa: Noviembre 2018
· Maratón de Valencia: 2/12/2018
· Maratón Internacional de Lanzarote: Diciembre

## World Marathon Majors

· World Marathon Majors TCS New York Marathon: 4/11/2018
· BMW Berlin Marathon: 16/09/2018
· Boston Marathon: 16/04/2018
· Bank of America Chicago Marathon: 6/10/2018
· Virgin Money London Marathon: 22/04/2018
· Tokyo Marathon: 25/02/2018

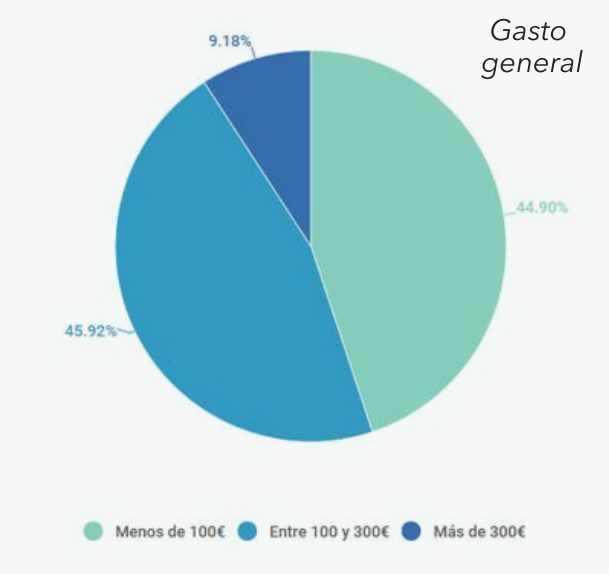
# ¿POR QUÉ SE LLAMA MARATÓN?

Existen diferentes teorías sobre el origen del nombre la carrera más emblemática del running, el maratón. Su origen parece remontarse al año 490 a. C, etapa en la que los griegos y los persas estaban en guerra. Una teoría se basa en la gesta del soldado griego Filípides, héroe de la Antigua Grecia, que recorrió un día más de 200 km para avisar a los espartanos del desembarco persa en Maratón, un importante municipio de la costa noreste. Por otro lado, Plutarco lo atribuyó a un mensajero llamado Tersipo o Eucles, que fue enviado de Maratón a Atenas para anunciar la victoria sobre el ejército persa y falleció extenuado tras comunicar la noticia y recorrer los 37 km. de distancia.

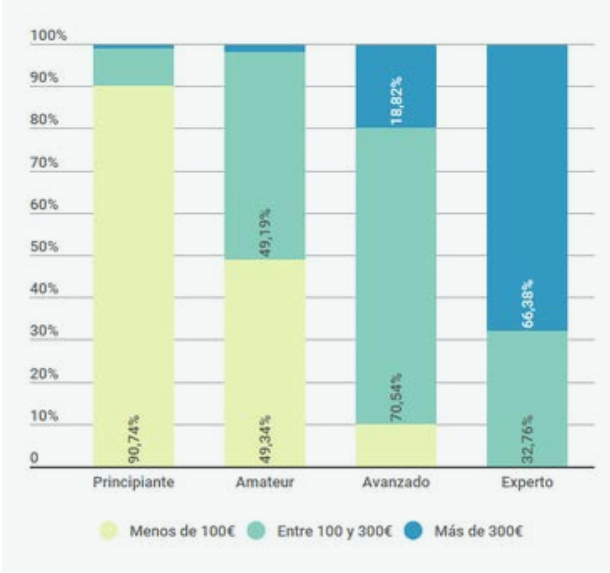
# EQUIPAMIENTO Y MARCAS

## GASTO EN MATERIAL DEPORTIVO

En lo referente a la vertiente económica del running, el informe de We are testers y Runnea analiza varios aspectos: el gasto de los participantes en material deportivo para running, el número de zapatillas de las que dispone cada corredor, las marcas favoritas, las razones principales por las que un consumidor elige una marca u otra a la hora de tomar la decisión de compra, así como las fuentes de información que utiliza el runner para estar al día de nuevos productos e información del sector.
Según el Runómetro, el gasto anual mayoritario en running (teniendo en cuenta material, carreras, suplementos…) es entre 100 y 300€ para un 45,67% de la muestra, seguido muy de cerca por el segmento que gasta menos de 100€, un 44,76%. Tan solo el 9,57% gasta más de 300€ anuales; un gasto relacionada en todos los casos con el perfil de runner más experto. En este sentido, podemos hacer una clara diferenciación entre el gasto en running y el arquetipo de runner que se analice:
- El 90% de los principiantes gasta menos de 100€.
- Los hombres amateurs gastan más que las mujeres (la gran mayoría, el 71,21%, gasta entre 100 y 300€). Sin embargo, en el caso concreto de las mujeres, su gasto está igualado entre los tramos de menos de 100€ y el de 100 a 300€.
- Entorno al 70% de los avanzados gasta entre 100 y 300€.
- El 66% de los expertos gasta más de 300€.




** ¿Cuánto gastas anualmente en running al año (material, carreras, suplementación)?*



# ZAPATILLAS

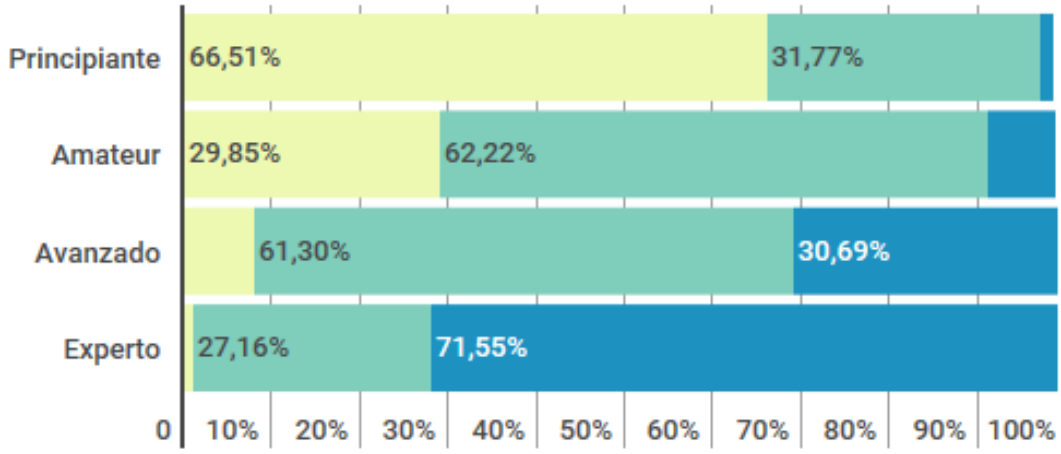
El informe también analiza el uso de material deportivo específico para la práctica de running y que con, el auge de este deporte, ha llevado aparejado un aumento de la inversión en equipamiento. En lo referente al número de zapatillas de correr que un runner usa al año, la opción mayoritaria es dos pares con un 53,58% de la muestra; seguido de un par, opción elegida por el 30% de los encuestados y, finalmente, más de dos pares para el 16,42%.

Estas cifras guardan una estrecha relación con el perfil de corredor que se analice. En este sentido, la muestra se distribuye de la siguiente manera:

· De los principiantes, el 71.07% de los hombres y el 63.91% de las mujeres usan un par al año.

· De los amateur y avanzados, más de la mitad usa dos pares (entorno al 60%).

· De los expertos el 72.16% de los hombres y el 69.64% de las mujeres usan más de dos pares al año.




** ¿Cuántos pares de zapatillas para correr usas al año?*

## Tipo de pisada

En cuanto al tipo de pisada, casi la mitad de la muestra (un 44,27%) no sabe su tipología porque nunca se ha hecho un estudio. Le siguen los runners con pisada neutra (un 29,3%), un 17% son pronadores y un 9,36% son supinadores.

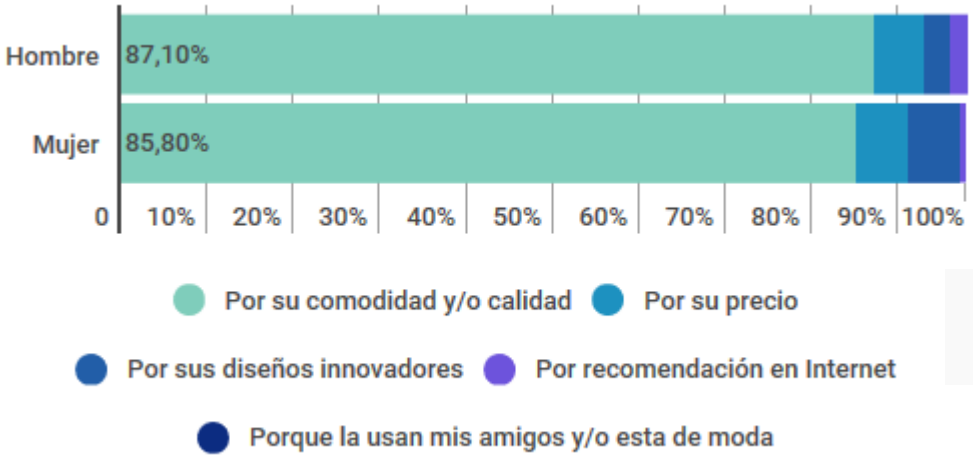
** ¿Qué tipo de pisada tienes?*

# MARCAS

## ¿Por qué elegirla?

Si tenemos en cuenta la razón principal por la que un corredor elige una marca de running frente a otra, el informe indica que el mayor valor es su comodidad y/o calidad con un 86% de las respuestas, tanto en hombres como en mujeres.
En cuanto al diseño, este atributo adquiere el doble de importancia para las mujeres que para los hombres (el 6,2% frente al 3,26%), siendo especialmente relevante entre los niveles avanzado y experto.

La variable precio es más valorada por hombres que por mujeres, aunque es un factor que va decreciendo en importancia según aumenta el nivel de experto.
Además de la razón principal por la que elegir una marca u otra, el estudio indaga en el orden de prioridad que dan los corredores a las siguientes características de unas zapatillas: diseño, marca, pisada, precio y tipo de zapatilla. Según los resultados de la investigación, la opción más elegida (casi en el 30% de los casos) es el diseño, seguida por la marca, el tipo de pisada, el precio y finalmente el tipo de zapatilla.




** ¿Cuál es la razón principal por la que eliges una marca?*

## Prescriptores

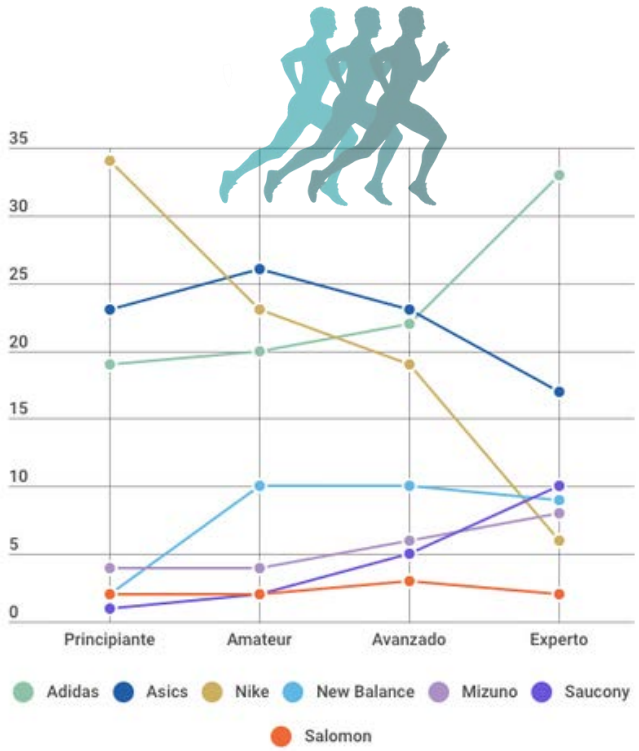
Como en todos los sectores de consumo, el papel de los prescriptores o fuentes de información que se valoran son fundamentales. Estas influyen en la decisión de compra y sirven además como fuente de referencia y conocimiento de nuevos productos así como del propio sector.

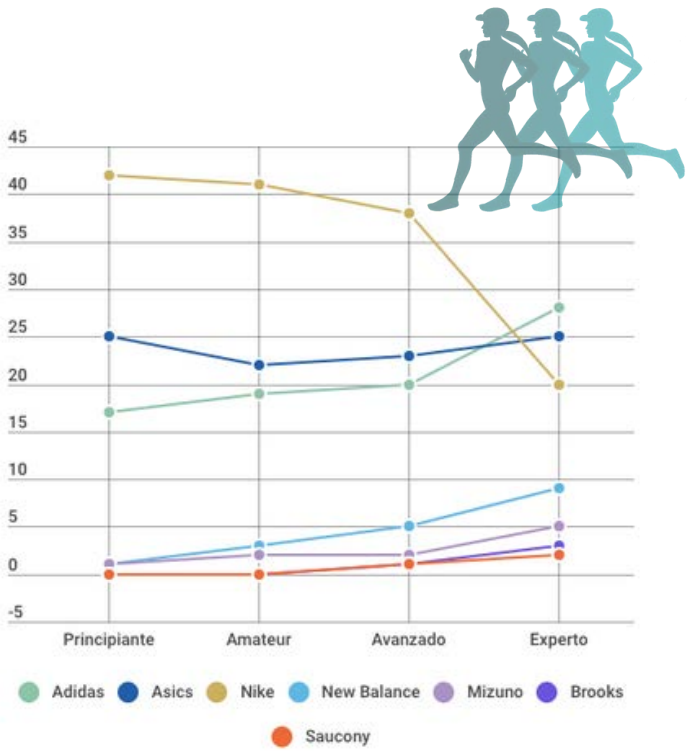
En el caso de las mujeres, la tienda es el canal prescriptor favorito para ayudarle en la elección de sus zapatillas en todos los arquetipos. En el caso de los hombres, este puesto lo ocupa internet y, en los niveles más expertos, las webs y revistas especializadas.

## Preferencias de consumo

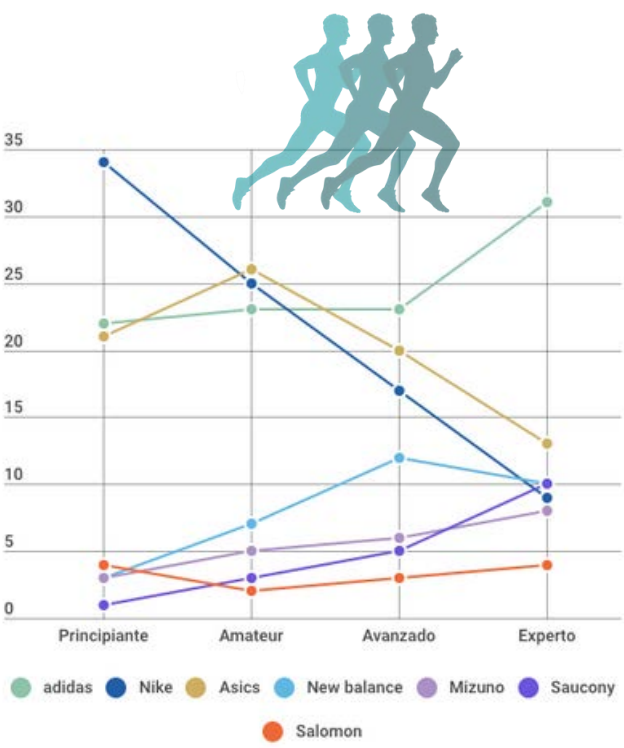
La popularización del running ha llevado aparejado un incremento en el negocio y la industria del sector. Así, las marcas luchan por posicionarse como la marca de referencia en la mente del consumidor como runner.
El informe recoge las marcas deportivas favoritas en dos aspectos: el denominado 'recuerdo espontáneo', por el cual el encuestado indica su marca favorita, es decir, la primera que le viene a la mente; y el 'recuerdo sugerido', mediante el cual el encuestado selecciona su favorita de una lista de marcas ya dadas.
Si se habla de recuerdo espontáneo en los hombres, Nike es la marca top para principiantes; Asics para amateurs y avanzados y Adidas para los expertos.
En el análisis de las mujeres, Nike se sitúa como la marca principal para los tres primeros arquetipos y pierde su posición de liderazgo si nos referimos a expertos, cuya posición pasa a ser ocupada por Adidas.

** Si piensas en zapatillas de correr, ¿cuál es la primera marca que te viene a la mente?*

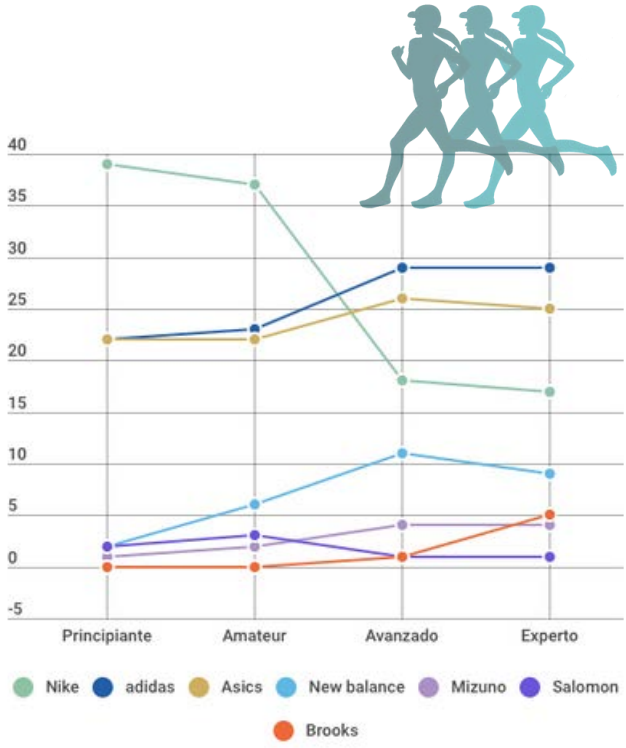


En el caso del recuerdo sugerido, en el que se ofrecía una lista de marcas, Nike se sitúa en el 'top of mind' de los hombres principiantes; Asics es la más seleccionada por los amateur y Adidas es la primera para avanzados y expertos.




Entre el público femenino, Nike y Adidas se reparten a partes iguales la primera posición en la mente del consumidor: Nike es la principal marca para principiantes y amateurs, mientras que Adidas es la elegida para avanzados y expertos.




** ¿Cuál de estas marcas es tu favorita?*

*Adidas*
*Asics*
*Nike*
*Brooks*
*Mizuno*
*New balance*
*Saucony*
*Joma*
*Salomon*
*Reebook*
*Otra*

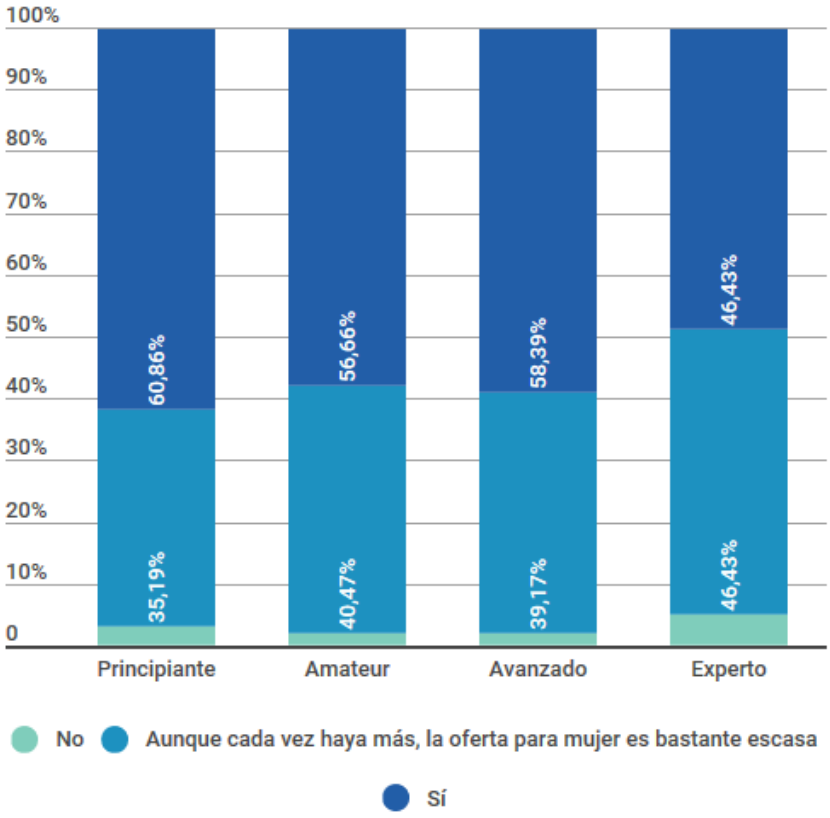
# TENDENCIAS

## MUJERES RUNNERS

La presencia de mujeres corredoras, tanto en las calles como en carreras y maratones, ha aumentado significativamente en los últimos años. Se trata de una tendencia que está generando un cambio social pero también económico, ya que las marcas deben dar respuesta a esta nueva realidad en el mundo del running.
La oferta de material es cada vez mayor, e incluso tiendas de moda que nada tienen que ver con el sector deportivo, ofrecen ya una importante oferta de todo tipo de material y complementos especializados en el mundo del running.
Pero... ¿la oferta de material y equipamiento específico para mujeres es suficiente? El informe trata de dar respuesta a esta cuestión analizando la opinión de las mujeres en lo referente a su satisfacción con el material de running que ofrece actualmente el mercado.
Los resultados revelan que el 57,9% asegura estar satisfecha con la oferta, seguido de un 38,9% que considera que, aunque cada vez hay más variedad, la oferta de material deportivo femenino continúa siendo escasa. Las más críticas se reduce al 2,7%, que entienden que las opciones son insuficientes.

Como ocurría en el caso de otras variables, a medida que el arquetipo es más profesional, considera que la oferta es más escasa o inadecuada. Así, las corredoras expertas se dividen casi a partes iguales entre las que consideran que la oferta es adecuada y las que entienden que es escasa. El arquetipo de principiantes también presenta un alto indicador de mejora para las marcas ya que el 35,19% considera que la oferta es escasa o mejorable, frente al 60,86% que la ve como adecuada.

** Si eres mujer, ¿estas satisfecha con el material running que te ofrece el mercado?*




## Material deportivo no especializado

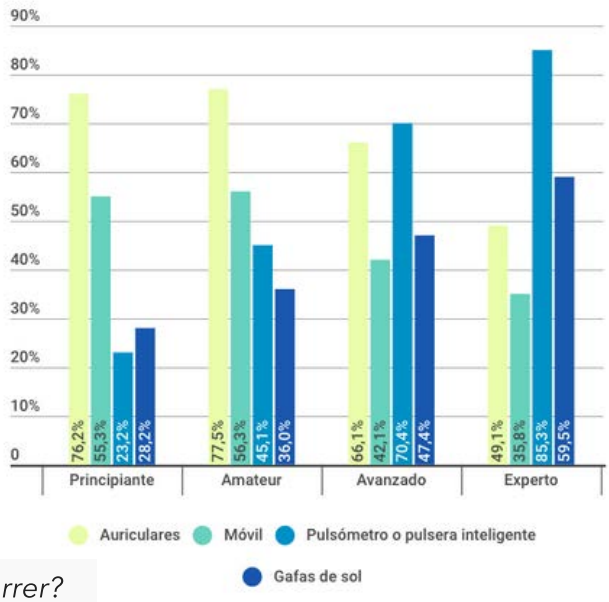
Con respecto a la compra de ropa deportiva en tiendas no especializadas, como puede ser el caso de H&M, Mango o Desigual, los resultados revelan que son marcas valoradas entre las mujeres para la compra de ropa deportiva. Así, el 56,8% de la muestra femenina compra en estas tiendas, siendo precisamente los perfiles de amateur y avanzado los más significativos (59,32% y 62,29% respectivamente).
En comparación, en el caso de los hombres, el 32,14% del global de todos los arquetipos también afirma comprar en estas tiendas, sobre todo los perfiles amateur y avanzado.

# TECNOLOGÍA Y RUNNING

La aplicación de la tecnología al mundo del running tampoco se ha hecho esperar y, actualmente, existen en el mercado numerosas apps para monitorizar los entrenamientos, aplicaciones para compartir resultados y afrontar retos o wearables, es decir, prendas y complementos que basan en la tecnología su punto diferenciador. En lo referente al uso de apps aplicadas al mundo del running, y según los resultados del informe Runómetro, el 26.36% de los hombres y el 36.35% de las mujeres no utiliza ninguna app. Entre los que sí utilizan apps, el tipo de aplicación depende del nivel de corredor. En este sentido, la app Runtastic es la preferida entre los niveles más principiantes, seguida de Endomondo; mientras que Strava es la seleccionada por los niveles más expertos. En el caso de las mujeres, las apps más usadas en todos los segmentos son Runtastic y Nike+Running.

## Complementos

En cuanto al uso de complementos tecnológicos y wearables a la hora de salir a correr, el estudio revela una tendencia diferenciada por sexo y arquetipos. De los perfiles de iniciación, tanto en hombres como mujeres, sus complementos más elegidos han sido el móvil y los auriculares. En el perfil más profesional, el complemento preferido ha sido el pulsómetro o pulsera inteligente, seguido de los auriculares.




** ¿Qué complementos utilizas para salir a correr? (respuesta múltiple)*

# ¿QUIÉNES SOMOS?

**WE ARE TESTERS**

Es una solución ágil de market research que ayuda a conocer mejor a los clientes, proporcionando insights de consumidores de forma rápida y fiable. Con un alto componente tecnológico, es una herramienta útil para validar ideas y campañas, testar productos, servicios y marcas o evaluar la experiencia de cliente en una web o en el punto de venta.

**RUNNEA**

Es una startup vizcaína especializada en data mining. Fue creada en 2014 y ha convertido sus portales webs en solo 3 años en los comparadores de precios líderes en el sector del running, sneakers, padel y fitness. Trabaja con las primeras marcas del mercado para ofrecer comparativas de precios de más de 10.000 productos en 150 tiendas online.

#RUNOMETRO

# CONTACTO

PARA MÁS INFORMACIÓN

**NAZARET LEÓN** (WE ARE TESTERS)
comunicación@wearetesters.com
946 073 747

**GORKA CABAÑAS** (RUNNEA)
redaccion@runnea.com
615 744 384
946 851 158

**ELABORADO** POR
RUNNEA
We are testers