

## ¿Por qué el 'running' se está poniendo de moda entre las nuevas generaciones?

**Ciudad de México, 31 de julio de 2024.** – Para muchos jóvenes de generaciones Millennial y Gen-Z el simple hecho de correr o formar parte de un club de *running* se ha convertido en más que una forma de hacer ejercicio; es una nueva manera de encontrar amigos, desestresarse e incluso para ligar lejos de las aplicaciones de citas.

Hoy en día los Millennials y Gen-Z saben que el *running* está de moda, pero ¿cómo un deporte con una tendencia de seguidores mayores a los 39 años está tomando tanta fuerza en redes sociales?

Según el mapeo a nivel global sobre atletismo y las edades de los competidores señala que los corredores en promedio se están volviendo más viejos. La edad promedio de los 'runners' en 1986 era 35.2 años y en 2018 fue 39.3 años, según datos de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF, por sus siglas en inglés) y del medio [RunRepeat](#).

Entonces, si a nivel competitivo los profesionales se están volviendo viejos ¿por qué la etiqueta [#running](#) en TikTok tiene 3.9 millones de publicaciones? Según **Julie Robinson, Client Service Director para Centroamérica y Caribe en [another](#)**, la agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, las nuevas generaciones se están transformando en corredores casuales, a quienes les interesa disfrutar de una convivencia realmente cercana, pero también suelen presumir sus procesos en redes sociales para motivar a más personas.

A pesar de que el running es un deporte tradicionalmente dominado por una población de corredores veteranos, los jóvenes están encontrando en esta disciplina una forma de desconectarse de la hiperconectividad y construir nuevas relaciones significativas, señala Robinson.

Tanto Millennials como Gen-Z están dejando su marca en el mundo del fitness, opina la experta. Según un informe de [Les Mills](#), el 30% de estos jóvenes ya utiliza un gimnasio, gastando una media de 95 dólares mensuales en ejercicio. Además, un notable 36% de la Gen-Z realiza ejercicio de forma regular, mientras que un 50% expresa su deseo de empezar a practicarlo.

El *running*, un deporte con una amplia base de aficionados a nivel mundial, está experimentando un renacimiento gracias a la Gen-Z. En su búsqueda de actividades que puedan controlar a su propio ritmo, los jóvenes han contribuido a un aumento en la participación en maratones. Por ejemplo, el Maratón de la Ciudad de Nueva York ha registrado un aumento del 21% en corredores de entre 20 y 29 años entre 2019 y 2023, de acuerdo con datos de [Axios](#).

Según la [aplicación de fitness Strava](#), esta generación es la más propensa a ejercitarse con el objetivo de mejorar su rendimiento atlético, más allá de los beneficios para la salud. En el caso millennial, el 62% de dicha generación [registraron](#) al menos una carrera en la misma plataforma.

*“La importancia del ‘running’ es tan grande que, existen [marcas que han aprovechado esta coyuntura](#) de esta conversación con Millennials y Gen-Z con el objetivo de correr en circuitos casuales e informales para que los solteros encuentren pareja”,* dijo la experta.

Los clubes de corredores han sido espacios sociales cruciales para la Generación Z. Estos son flexibles y adaptables a los ritmos de las personas, promueven el ejercicio físico y facilitan la construcción de comunidades. Al reunir a individuos con intereses similares, los clubes de corredores ofrecen una alternativa atractiva a las interacciones superficiales de las aplicaciones de citas. Esta generación, que pasa hasta cinco horas al día en sus teléfonos móviles, está comenzando a valorar más las conexiones personales y significativas que pueden formarse al sudar juntos en una carrera, subraya Julie Robinson.

*“En lo personal conozco clubes que tienen filtros y entrevistas para aceptar a nuevos miembros en sus entrenamientos, donde luego del ejercicio cambian las pistas por espacios para socializar, y así crear conexiones más cercanas”,* comentó.

El descontento con las aplicaciones de citas es especialmente evidente entre los estudiantes universitarios, donde un 79% ha optado por abandonar su uso regular en favor de conexiones en persona, según un estudio de [Axios y Generation Lab](#).

De hecho, los clubes del running son las nuevas *apps* de citas de varios jóvenes. *“Estos espacios son seguros para establecer vínculos verdaderos sin presiones ni expectativas. Puede que no haya nada de romántico en sudar junto a alguien durante unas horas, pero las nuevas generaciones quieren experiencias más personalizadas”,* comenta la especialista.

Robinson agrega que los anteriores datos son importantes para las marcas y empresas que transmiten productos y servicios sobre deportes, fitness e incluso aplicaciones de citas, debido a que los expertos en marketing requieren de una agencia experta comunicarse con esta generación para lograr compañías de valor, además de acertadas para las necesidades de los nuevos corredores.

###