

RUNNING / CONTENIDO / MARCAS

CORRER EN SERIO. CONTARLO DE VERDAD.

Entrenamiento, material y vida real.
Un canal con voz propia para conectar
con quienes quieren correr mejor.

MANU AZAÑA

azanarunninglab.com



DOSSIER GENERAL DEL CANAL



MANU AZAÑA / CREADOR Y MARATONIANO

UNA HISTORIA CON LA QUE IDENTIFICARSE

RENDIMIENTO REAL. UNA VIDA NORMAL.

Soy Manu Azaña, maratoniano, creador y profesional del marketing. Convierto entrenamientos, competiciones y pruebas de material en contenido útil para corredores.

Trabajo, familia y objetivos deportivos exigentes conviven en la misma agenda. Ese equilibrio da forma al canal: ambición por mejorar y una vida en la que el running tiene que encajar.

MARCAS PERSONALES

35:18

10K / VALENCIA

1:16:55

21,1K / SEVILLA

2:47:32

42,2K / BARCELONA

CUATRO CANALES. UNA IDENTIDAD.

UNA COMUNIDAD EN PLENO CRECIMIENTO.

YOUTUBE

+1.000**suscriptores en 6 meses**

Vídeo largo, series y análisis.

INSTAGRAM

≈3.000**seguidores**

Reels, Stories y cercanía diaria.

TIKTOK

≈1.000**seguidores**

Fase inicial, con varios vídeos virales.

WEB

+2.000**visitas al mes**

Artículos, guías y recursos propios.

50.000+**visualizaciones por vídeo.**

Varias publicaciones de Instagram por encima de esta cifra.

Cifras facilitadas por Azaña Running Lab. Octubre de 2026. Valores aproximados donde se indica.

TRACCIÓN EN FORMATO LARGO

RESULTADOS. NO SOLO SEGUIDORES.

39.403

visualizaciones acumuladas

en los 10 vídeos largos
más recientes.

3.940

media por vídeo

199

comentarios

VÍDEO

Novablast 6 · 400 km

Media maratón de Albacete

Fuerza para corredores

Más rápido, menos pulso

Mi plan para bajar de 2h40

El plan no sobrevivió al lunes

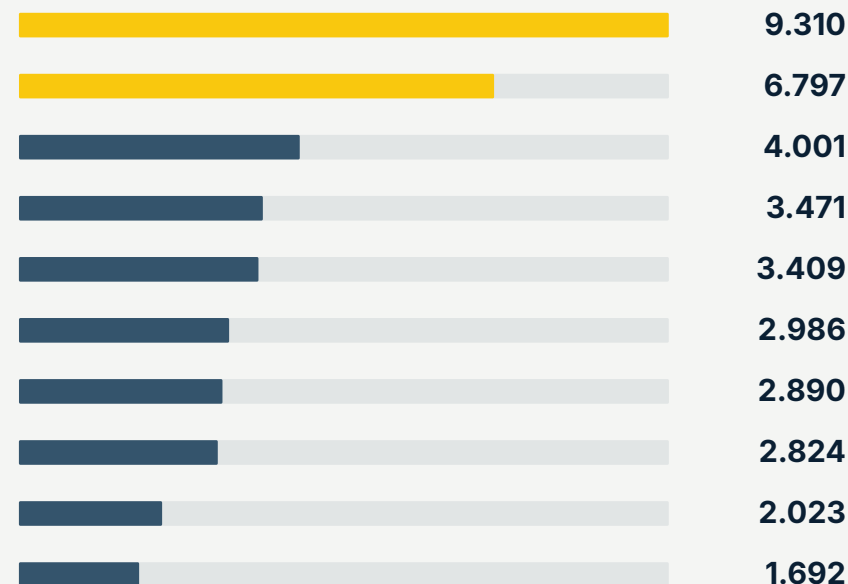
Más rápido, más fácil

Tirada larga de 32 km

128 km + 14 km a ritmo maratón

105 km para empezar

VISUALIZACIONES



Publicados del 17/08 al 05/10/2026. Fuente: YouTube Studio, octubre de 2026. Media redondeada.

Visualizaciones acumuladas por vídeo a la fecha de actualización. Títulos abreviados.

PRUEBAS CONCRETAS DEL POTENCIAL DEL CANAL

PRODUCTO. CARRERA. CONOCIMIENTO.



MATERIAL

9.310

visualizaciones

ASICS Novablast 6 tras 400 km de uso.

Una prueba con kilometraje real y conclusiones en contexto.



COMPETICIÓN

6.797

visualizaciones

Media maratón de Albacete.

Una historia de carrera contada desde dentro, antes y después de la meta.



ENTRENAMIENTO

4.001

visualizaciones

Fuerza para corredores.

Contenido práctico para resolver dudas y tomar mejores decisiones.

14.377

visualizaciones acumuladas entre las 2 reviews de Novablast 6.

Fuente: YouTube Studio, octubre de 2026. Ejemplos editoriales; no se presentan como campañas patrocinadas.

MÁS ALLÁ DE UNA ZAPATILLA

EL RUNNING NO TERMINA AL ACABAR EL ENTRENO.

Un contexto para marcas que acompañan al corredor antes, durante y después.

01 ENTRENAR Y EQUIPARSE

Calzado, textil, accesorios y equipamiento.

03 MEDIR Y CREAR

Relojes, sensores, aplicaciones, cámaras y audio.

05 VIAJAR Y COMPETIR

Carreras, destinos, alojamientos y movilidad.

02 NUTRIRSE E HIDRATARSE

Nutrición deportiva y alimentación cotidiana.

04 RECUPERAR Y CUIDARSE

Fuerza, descanso y recuperación.

06 HACERLO ENCAJAR

Trabajo, familia, hábitos y tiempo disponible.

El contenido se dirige a corredores populares con objetivos, curiosidad técnica y ganas de progresar.

MÓDULOS COMBINABLES SEGÚN EL OBJETIVO

UNA MARCA. VARIAS FORMAS DE CONTARLA.

EN LOS CANALES DE AZAÑA RUNNING LAB

Integración en YouTube

El producto entra en un entrenamiento, una carrera o una historia con sentido.

Review y seguimiento

Una prueba dedicada y, cuando encaje, una segunda mirada tras el uso.

Vídeo vertical y Stories

Reels, Shorts y TikTok con enfoque nativo: demostración, experiencia y cercanía.

Artículos y recursos web

Artículos, guías y herramientas que amplían la explicación y conectan con la marca.

PARA IR MÁS ALLÁ

Contenido para tu marca

Piezas audiovisuales y fotografía para tus propios canales. Formato, usos y derechos acordados.

Relaciones a medio plazo

Embajador, presencia recurrente y activaciones en eventos.

ASÍ PODRÍA VERSE UNA COLABORACIÓN

DE UNA IDEA A UNA HISTORIA REAL.

01



02



03

EL CONTEXTO

Qué necesito resolver.

Presentar el reto, el entrenamiento o la situación en la que el producto aporta valor.

LA EXPERIENCIA

Cómo lo utilizo.

Mostrar uso real, sensaciones, detalles y decisiones. El producto forma parte de la historia.

LAS CONCLUSIONES

Qué he aprendido.

Explicar para quién encaja, sus puntos fuertes y sus límites con criterio propio.

1 vídeo largo + 2 piezas verticales + 3 Stories

Ejemplo orientativo. El alcance, los entregables y el calendario se definen para cada colaboración.

CREATIVIDAD CON UNA FORMA CLARA DE TRABAJAR

DEFINIR. PROBAR. PUBLICAR. MEDIR.

Una colaboración con objetivos claros,
uso real y una voz que sigue siendo propia.

01 **Objetivo y encaje**

Acordamos qué necesita la marca, a quién queremos hablar y qué formato tiene sentido.

02 **Prueba y producción**

Definimos el uso necesario y contrastamos la información del producto, manteniendo el criterio editorial.

03 **Publicación coordinada**

Calendario, mensajes y entregables definidos. La colaboración se identifica con transparencia.

04 **Resultados y siguiente paso**

Visualizaciones e interacciones. Retención, alcance y clics cuando estén disponibles.

Campañas remuneradas · Embajador · Producción de contenido · Producto, cuando encaje

Inversión, entregables, exclusividad y derechos de uso se acuerdan por proyecto.

TU PRÓXIMA COLABORACIÓN EMPIEZA AQUÍ

HABLEMOS.

Tu producto. Mi experiencia.
Una historia que merezca verse.

MANU AZAÑA

manu@azanarunninglab.com

[YouTube](#)

[Instagram](#)

[TikTok](#)

azanarunninglab.com