

# y la generación X

De cuerdo con el estudio de ese observatorio, LR hace un paño por los hábitos de consumo de cada generación que han llevado a las plataformas digitales a imponerse y entrar en un mercado en el que la televisión parecía intocable.

JOAQUÍN MAURICIO LÓPEZ B.  
jlopez@larepublica.com.co

SÍGANOS EN:  
[www.larepublica.co](http://www.larepublica.co)

Con el PDF del estudio de consumo de la firma American Forticam.

## LA GENERACIÓN X

DE 35 A 49 AÑOS

Fueron la generación sorpresa de la medición porque son adultos que crecieron con las tradiciones de la TV, pero que se adaptaron a la tecnología y la revolución 2.0.

Este segmento de la población no se quiere quedar atrás, no buscan parecer, que saben menos de tecnología que los millennials. Esto se responde porque en esta

categoría, 47% es socio de Netflix, pero 38% aún tiene a la señal de televisión como su principal fuente de entretenimiento.

Para ese segundo grupo de los X, los noticieros y las novelas son importantes, por eso hay una pelea casada entre quienes se inclinan por la red y quienes prefieren a la TV. Tan solo 15% busca YouTube.



## BABY BOOMERS

ENTRE 50 Y 64 AÑOS

Aunque hay 18% de este grupo que sí utiliza Netflix como forma de entretenimiento, no es por gusto o interés propio sino "porque es la herencia de las suscripciones de sus familiares que en cierto tiempo insistieron en esa afiliación" aclaró el analista de tecnología digital, **Juan Gabriel Mercado**. Por el contrario, 78% que es la inmensa mayoría de esta genera-

ción, "simbolizan la historia de las personas nacidas desde los años 60 quienes crecieron al mismo tiempo que avanzó el desarrollo del televisor. Para ellos es aún más gratificante ver los programas originales de los canales con la sensación de progreso que generan las nuevas pantallas de TV. La señal de TV es obligatoria en su hogar", agregó **Mercado**.



## SILENT GENERATION

DE 65 AÑOS EN ADELANTE

Mientras que la generación Z creció con los avances tecnológicos, para 84% de los Silent esos desarrollos no fueron tan relevantes como para tenerlos inherentes a su estilo de vida.

Sin embargo, 11% representa a los miembros de este segmento de la población que pese a la edad se sincronizaron con las plataformas móviles, "pero también es algo

que depende del poder adquisitivo de esas personas, pues son adultos mayores que en su vida han querido estar a la vanguardia e invierten en ello. Es lo contrario de sujetos más humildes que con la aparición del computador ni si quiera tuvieron acceso al reconocimiento de esas máquinas", concluyó la sicóloga, **Amanda Duarte Constaín**.



EXPANSION

José María Álvarez-Pallete, presidente de Telefónica, participará en la competencia que se realizará este domingo.

DEPORTES. SERÁN 1,5 MILLONES DE RUNNERS

## Los ejecutivos de Telefónica competirán en Maratón de Berlín

BOGOTÁ. Este domingo en Berlín, Alemania, se correrá una de las competencias más importantes del mundo para los runners entre aficionados y profesionales. Pero más que atletismo, algunos de los concursantes han convertido la competencia en el encuentro de equipos empresariales que pasan de las salas de juntas a buscar la meta del BMW Berlin Marathon.

Un ejemplo claro lo lideran los directivos de la multinacional Telefónica, a quienes se les ha visto no solo en la preparación para esta competencia sino en las rectas de otras fechas en Europa como la London Run de las versiones que han ido desde 2014 a la actualidad.

Según se pudo confirmar en el listado de registros de la maratón, el presidente global de la compañía de telecomunicaciones, **José María Álvarez-Pallete** lidera el grupo, que está conformado por los también ejecutivos **Gonzalo Martín Villa**, director de innovación de Telefónica; **Gonzalo Figueroa Besga**, jefe de seguridad del área de ingeniería; y **Zary Dentzel**, el fundador de la red social Tuenti, otra propiedad del grupo.

Todos ellos son también caras visibles en competencias del mismo nivel, en especial **Álvarez-Pallete**, a quien su dedicación en las carreras de ruta le ha merecido medallas por cruce de meta en tiempo permitido en maratones de Estados Unidos y certificación de "buen registro", en Nueva York 2014 y Chicago 2015.

En ese último evento, hubo dúo de presidentes al haber también concursado el líder ejecutivo de la compañía en Colombia, **Alfonso Gómez Palacio** con quien compartió recorrido.

Por eso extraña que **Gómez**, quien se deja ver con frecuencia en los llamados de entrenamiento para maratones en la Unión Americana y en las convocatorias deportivas de Euro-



LUIS ORLANDO ACOSTA  
ENTRENADOR DEL CIRCUITO DE CORREDORES

"Son competencias que requieren de seis meses de preparación para adaptarse a las exigencias físicas de los kilómetros de ruta".

## \$1.446 MILLONES

TIENE LA BOLSA DE PREMIOS DE ESTA NUEVA VERSIÓN DE LA MARATÓN DE BERLÍN.

pa, no se le verá en el "Equipo Telefónica", según se verificó con el listado de inscritos de la BMW Berlin Marathon 2016, al cierre de esta edición.

"En otras oportunidades los jefes de juntas han visto en estas actividades una oportunidad de representar su marca como equipo, es una tendencia que impuso el empresario de los Estados Unidos que pone más de 1.000 corredores del 1,5 millones de avalados que compiten, muchos de ellos ejecutivos desde 25 años", explicó **Luis Orlando Acosta**, entrenador del Circuito de Corredores de Colombia.

Desde 1974, esta carrera en Alemania es vista como la más importante de ese país, y tiene una bolsa de premios de \$1.446 millones. Entre patrocinios, logística e intervención de organizaciones el impacto económico de este evento pasa el pico de \$389.000 millones.

Colombia tiene una participación relevante con 143 corredores entre mujeres y hombres aficionados al deporte.

JOAQUÍN MAURICIO LÓPEZ B.  
jlopez@larepublica.com.co

COMERCIO. ES LA SEGUNDA EDICIÓN DEL EVENTO

## Bogotá se prepara para el BCapital

BOGOTÁ. Buscando fortalecer un evento de moda en Bogotá, **Inexmoda** se prepara para realizar la segunda edición del BCapital, que este año se realizará entre el próximo 19 y 20 de octubre.

De nuevo, este evento se realizará en el Centro Creativo Textura ubicado en Puente Aranda, en el occidente de Bogotá, contando de nuevo con componentes como **BSmart**, **BFashion** y **BCool**, y la participación de destacados nombres de la moda nacional como **Kika Vargas**, **Rubén Antorveza (Bastardo)**, **Ricardo Pava**, **Leal Daccarett**, entre otros, junto a nuevos talentos desde la óptica de **Velásquez Studio**, **Urbano Project**, **Papel de Punto**.

El BCapital se ha diseñado como un circuito de conocimiento y espacios diseñados para sentir la moda de una manera diferente, para permitirles



COLPrensa

La muestra se va a celebrar entre el próximo 19 y 20 de octubre en el Centro Creativo Textura.

a los asistentes una experiencia de moda a otro nivel.

Varios son los componentes con los que cuenta el BCapital, que en esta ocasión tendrá tres ejes fundamentales.

El BSmart, es el componente de conocimiento desarrollado por la universidad de los Andes, **Jorge Tadeo Lozano**, **Sena**, **Área Andina**, **CUN**, **Universidad Central** y la **Escuela Arturo Tejada Cano**; quienes desarrollarán un circuito de conocimiento en tres puntos estratégicos de la ciudad: área centro, Chapinero y el **Sena**, reuniendo expertos nacionales e internacionales para abrir el espectro de las últimas tendencias de consumo y lo que está permeando la industria.

El BFashion tiene como fin conectar la moda con el consumidor a través de pasarelas y componentes artísticos. En esta edición la diseñadora colombiana **Kika Vargas**, haciendo una sinergia entre sus fuertes influencias y estudios de arte en **The Art Institute of Chicago** y el **Instituto Marangoni**.

COLPrensa