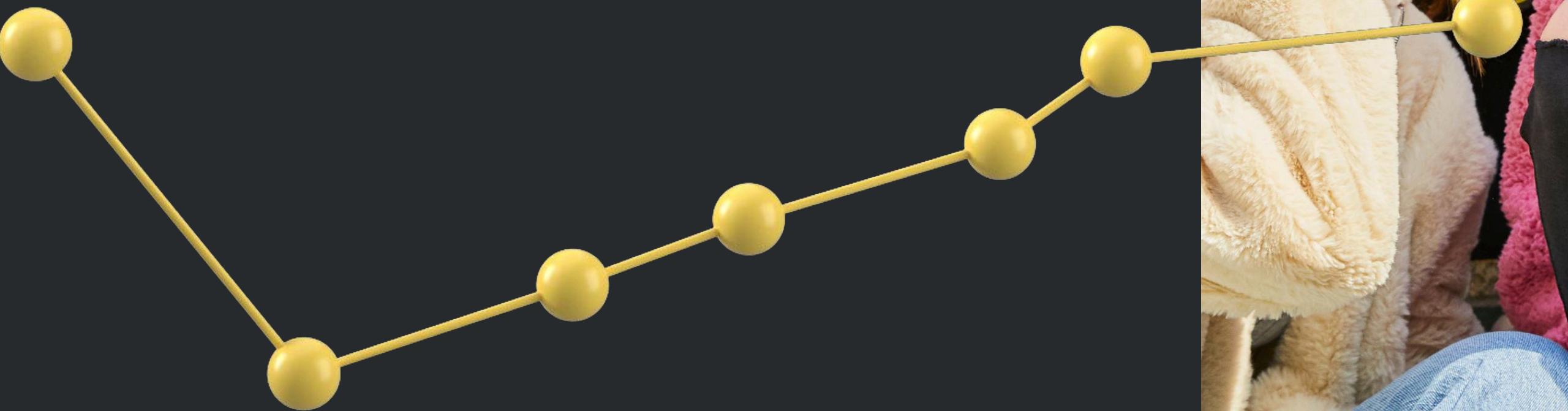


UN CASO PRÁCTICO DE COMBINACIÓN DE DATOS

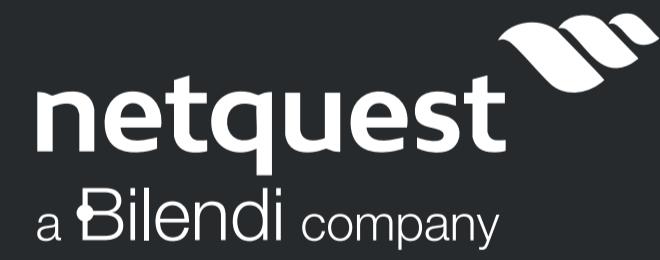
Explorando la *Generación Alpha*: Datos para decidir hoy e impactar mañana.



Introducción al caso

Netquest y Alexandria Group sumaron fuerzas para entender a fondo a la generación que ya está marcando el futuro: Generación Alpha.

Una colaboración pensada para romper moldes, conectar datos reales con análisis estratégico, y dar a marcas e instituciones una visión profunda sobre la infancia global.



Contexto del estudio

Hoy en día, no basta con observar cómo crecen los niños y niñas. Es necesario entender qué les moldea, quién les guía y hacia dónde se dirigen.

Alexandria identificó una necesidad urgente entre marcas y organizaciones: comprender la infancia desde la mirada de quienes la crían.

¿Qué valores impulsan a los nuevos padres y madres? ¿Qué preocupaciones marcan su día a día? ¿Y cómo influyen estos estilos de crianza en el desarrollo de esta generación?



Objetivos de la investigación



Dibujar una radiografía global del contexto emocional, digital y cultural en el que crece la generación Alpha.



Identificar los estilos parentales predominantes y cómo estos impactan en la salud mental, educación y consumo de los menores.

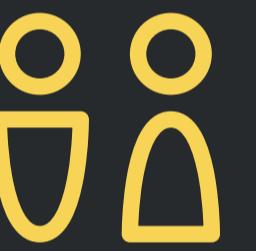


Comprender el rol de la tecnología, los medios y las expectativas en la formación de esta generación.

Metodología

Un estudio integral en tres fases

Cuantitativa

+1.600 

Rol de Netquest

Reclutamiento de más de 1.600 madres y padres de niños/as de 8 a 13 años en España, México, Chile, Colombia y Brasil.



Acceso a perfiles validados y **100% representativos**, con más de 500 atributos de segmentación.



Tecnología propia para **recolección pasiva de datos** (comportamiento digital, uso de apps, hábitos de compra, etc.)

Cualitativa

Rol de Alexandria
Moderación de entrevistas en profundidad y análisis etnográfico digital para captar matices culturales, sociales y emocionales.

Estratégica

Traducción de los hallazgos en recomendaciones accionables para marcas y organizaciones que quieran conectar con la próxima generación.



Principales hallazgos

El estudio reveló una Generación Alpha profundamente conectada, emocionalmente compleja y en constante búsqueda de equilibrio entre estímulos digitales, bienestar emocional y referencias familiares. A continuación algunos de los insights más destacados



Principales hallazgos



**Hiperconectividad
desde edades
tempranas**

98%

Accede a internet y el 70%
posee al menos dos
dispositivos

70%

De los **niños** accede a más de
un dispositivo simultáneamente
sobre todo en momentos de
ocio, **antes de dormir** o incluso
durante las comidas.

78%

Utiliza **YouTube** al menos
una vez al día.

Principales hallazgos



Contenidos digitales
Videojuegos e
influencers como
referentes

65%

Juega a **videojuegos** con **frecuencia**, siendo Roblox, Minecraft y Fortnite los más populares.

81%

Accede a **redes sociales**, incluso entre los más **pequeños**.

22%

Los **influencers infantiles** impactan directamente en las decisiones de compra de los niños (Más de la mitad los sigue).

Principales hallazgos



Bienestar emocional y salud mental en alerta

41 %

De los padres declara que sus **hijos** han expresado preocupación por su **salud emocional**.

5 DE CADA 10 NIÑOS

Muestran **síntomas** como ansiedad, irritabilidad o dificultad para **socializar**.

71 %

No ha recibido **nunca** acompañamiento profesional.

63 %

De los padres reconoce que el entorno escolar genera **malestar en sus hijos**.

Principales hallazgos



La escuela bajo la lupa



Aunque los niveles de satisfacción con el rendimiento académico son altos, **el sistema educativo tradicional es cuestionado.**



Se destacan tensiones como el exceso de tareas, falta de participación activa, tiempo excesivo sentado y experiencias de bullying.



Hay una desconexión entre lo que las familias valoran (creatividad, salud emocional, juego libre) y lo que el sistema escolar ofrece.

Principales hallazgos



**Crianza consciente
y participativa**

74 %

De los padres afirma hablar
abiertamente con sus hijos
sobre emociones.

**La crianza se aleja del ideal:
madres y padres reconocen sus
límites y buscan herramientas
para criar sin culpa.**

**El instinto sigue
guiando muchas
decisiones
familiares, a pesar de
la era digital.**

Principales hallazgos



**Valores emergentes:
sostenibilidad,
empatía y propósito**

61 %

De los niños muestra
interés por **carreras**
relacionadas con salvar
vidas o cuidar el planeta.

**Las preocupaciones por la
naturaleza, la política y el futuro
del mundo están presentes desde
edades muy tempranas.**

Principales hallazgos



**Consumo,
estética y marcas
desde la infancia**

60 %

De los niños tiene
aspiraciones profesionales
relacionadas con el entorno
digital.

+60 %

Sigue **tendencias de moda** o
pide productos de marcas
específicas, incluyendo
cosméticos y ropa.

**La construcción de
identidad está cada
vez más vinculada al
consumo, incluso
desde edades muy
tempranas.**

Valor aportado por Netquest

Datos reales, sin filtros

Netquest combinó declaraciones con comportamiento digital pasivo, lo que permitió confirmar o matizar las percepciones de madres y padres.

Tecnología invisible, insights visibles

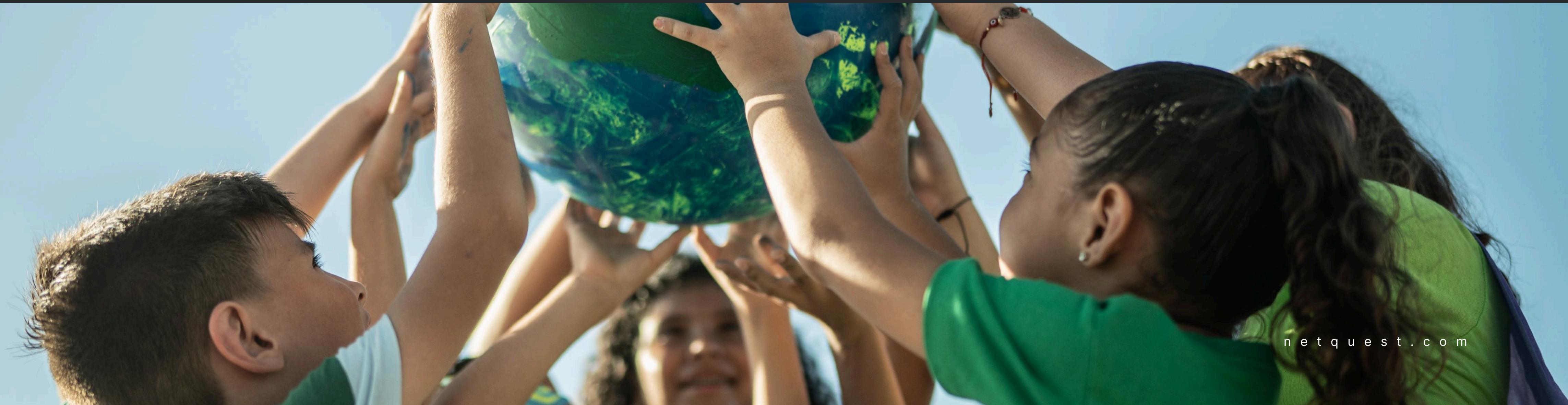
La recolección pasiva (sin intervención del usuario) dio acceso a datos naturales sobre el uso de plataformas, apps y navegación.

Alcance internacional, precisión local

Gracias a su panel global con más de 4 millón de panelistas online, Netquest garantizó perfiles representativos y comparables.

Confianza y calidad

La experiencia de Netquest en validación y control de calidad aseguró datos limpios, fiables y útiles para la consultoría estratégica.



Impacto y beneficios

Marcas con enfoque familiar ahora tienen una base sólida de conocimiento para replantear sus mensajes, productos y canales.

Las instituciones educativas pueden tomar decisiones informadas sobre cómo abordar el bienestar emocional en la infancia.

Ambas empresas consolidan un modelo de investigación híbrida: riguroso, empático, innovador.



Mirando hacia el futuro

Este estudio no solo reveló cómo es la Generación Alpha, sino que demostró cómo una colaboración entre ciencia de datos y análisis estratégico puede abrir nuevos caminos. Porque entender a la próxima generación no es solo un reto de marketing, es una responsabilidad.

¿El siguiente paso?

Construir colectivamente una visión más empática, basada en datos reales y decisiones más humanas.

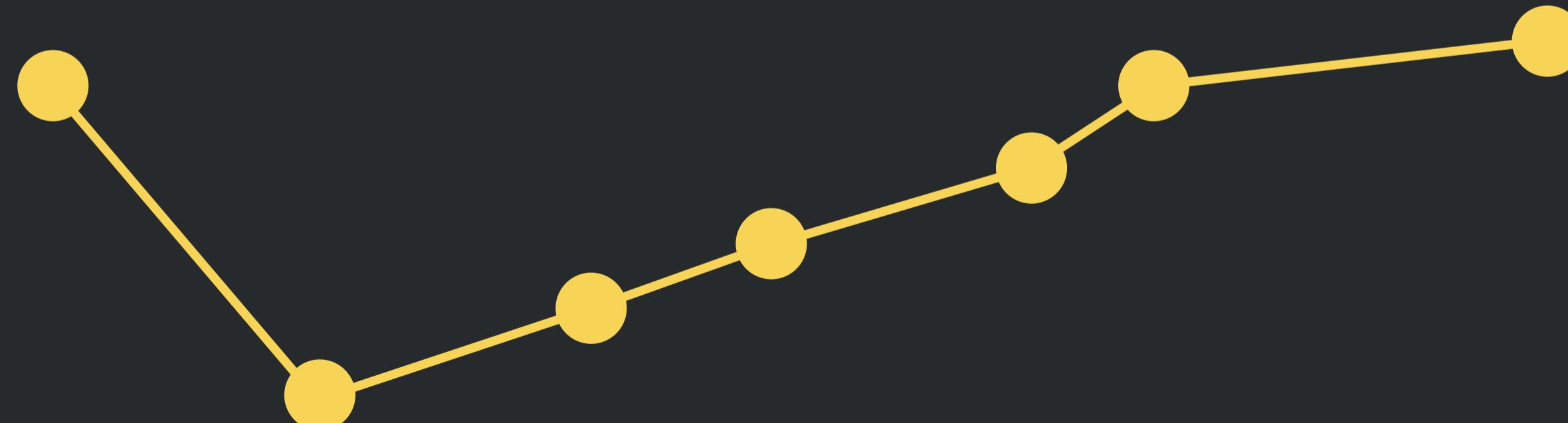
¿Te interesa saber cómo aplicar esta metodología en tu sector?

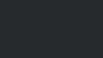
¡Hablemos!



Una sinfonía de datos

Orquestando combinaciones de datos para
darte una visión 360º del consumidor



netquest 
a  Bilendi company

marketing@netquest.com



Contáctanos hoy para descubrir toda la información que puedes
extraer de los datos de comportamiento.