

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.

Alcance internacional, precisión local

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

Tecnología invisible, insights visibles

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

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.

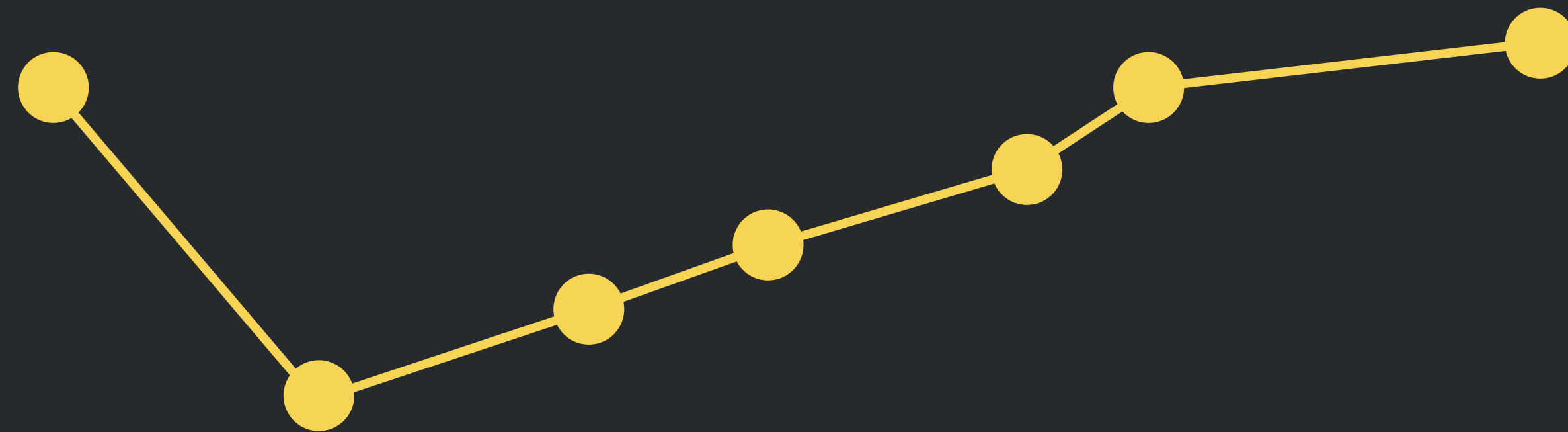
¿Te interesa saber cómo aplicar esta metodología en tu sector?

¡Hablemos!



Una sinfonía de datos

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



netquest 
a Bilendi company

marketing@netquest.com



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