

UNDERSTANDING GENERATION ALPHA

¿QUÉ TIENEN QUE DECIR LOS PADRES?



HOTWIRE
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY



Es una realidad, hoy en día tenemos a nuestra disposición mucha más tecnología de la que nos gustaría. Pero si además tienes hijos, entonces el nivel de especialización y conocimiento sobre los últimos gadgets será mucho mayor y estar al día de las últimas novedades tecnológicas formará parte de las tareas implícitas en el cuidado y educación de tus hijos.

Desde Tik Tok (Musical.ly), Youtube, Snapchat hasta Instagram, los padres de esta nueva generación de niños hiperconectados están intentando conocer cómo funcionan todas estas aplicaciones que sus hijos utilizan a diario, además de todo un mundo de digital con el que los más pequeños de la casa se relacionan.

Con tantos avances tecnológicos no es de extrañar que muchos padres sientan que no son capaces de mantener una relación con sus hijos. Aunque ha sido a las dos últimas generaciones a las que se las ha denominado como 'nativos digitales', lo

cierto es que son los niños nacidos a partir del año 2010 –la Generación Alfa– los que mejor pueden ostentar este título. Y sus padres también son muy conscientes de ésta nueva realidad. La gran mayoría cree que para cuando sus hijos tengan 10 años, les habrán superado en el uso y capacidad de utilizar las nuevas tecnologías –ya sean aparatos electrónicos o redes sociales–. En España el 54% de los padres cree que para cuando sus hijos tengan 10 años no serán capaces de relacionarse con sus hijos debido a su alto conocimiento sobre la tecnología.

CAMBIO EN LA BALANZA DE PODER



Las reglas del juego están cambiando. Si un niño de tan solo ocho años comprende mucho mejor cómo funciona la tecnología que sus padres, ¿significa que los más pequeños tienen más poder también? Este estudio parece que corrobora esta afirmación. Los padres aseguran que no solo están considerando cómo sus hijos usarán los nuevos dispositivos electrónicos que van a comprar, también les preguntan por su opinión sobre éstos antes de adquirirlos.

Dos tercios de los padres aseguran que los hábitos y necesidades de sus hijos les han influenciado en su última compra, un número que se mantiene en los mismos niveles en casi todos los países que han participado en este estudio, pero que alcanza incluso el 81% en los Estados Unidos, que casi siempre refleja las tendencias en el consumo y uso de la tecnología. Y uno de cada 4 (27%) asegura que pregunta a sus hijos su opinión antes de comprar una televisión, un ordenador, una tableta o un teléfono móvil, alcanzando el 38% de padres en el

Reino Unido. En el caso de España, la cifra se reduce, y solo el 41,3% de los padres ha considerado a sus hijos en la compra de un dispositivo electrónico y un 14,7% les ha preguntado directamente su opinión sobre el producto.

¿Será esta la nueva norma? O por el contrario, ¿serán los padres los que intenten mejorar sus habilidades y conocimientos sobre la tecnología para asegurarse que los productos que compran son seguros y adecuados a la edad de sus hijos?

NO GRITES TODAVÍA

En nuestro primer estudio

‘Entendiendo a la Generación Alfa’ analizábamos cómo la voz se convertiría en el medio natural para relacionarnos con todos los dispositivos electrónicos. Y mientras lo táctil se mantiene con firmeza, nuestra última investigación revela que la voz tiene aún un largo recorrido antes de convertirse en la interfaz que ofrezca el poder a la Generación Alfa. Esto se debe en gran parte a la falta de penetración

de este tipo de tecnología en la actualidad –solo uno de cada cinco hogares en Estados Unidos tiene ya un altavoz inteligente–. Pero incluso en las casas donde han incorporado a los altavoces inteligentes, los padres creen que son ellos mismos quienes los usan más, y no sus hijos.

Más de la mitad de los encuestados en esta investigación asegura que los padres eran los miembros de

la familia que más ‘hablan’ a los dispositivos electrónicos como los altavoces inteligentes. Aunque dispositivos como Amazon Echo y Google Home nos han cautivado a los amantes de la tecnología, todavía tendrá que pasar un tiempo hasta que se conviertan en la principal interfaz que compita con la pantalla en los hogares. En cambio, el interés para los niños y padres se mantiene en las aplicaciones.

PONIÉNDONOS AL DÍA

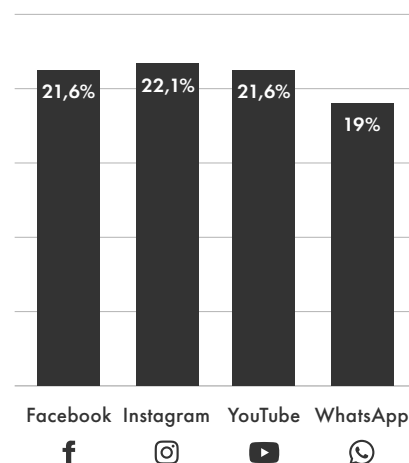
Casi todos hemos experimentado ese incómodo momento en el que pedimos a uno de nuestros sobrinos o hijos si podemos seguirlos en Snapchat o Instagram. Y ya sabemos su reacción: esa cara de horror que lo dice todo.

Sin embargo, muchos padres están comenzando a sumarse a estas redes sociales y conocer cómo funcionan y cómo las utilizan sus hijos.

Pero las plataformas a las que se están uniendo no son necesariamente las redes sociales que podrías imaginar.

Más de un cuarto (27%) de los padres aseguran que se han descargado (o vuelto a descargar) Facebook en los últimos 12 meses debido a que sus hijos lo tenían o mencionaron que lo utilizaban y querían ver cómo funcionaba (y sí, nosotros también nos sorprendimos en saber cuántos no tenían Facebook descargado en su teléfono). En el caso de España, los padres han tenido que aprender a entender la última revolución en el mundo social media, es decir, Instagram. Un 22,10 se ha sumado a Instagram para conocer lo que hacen sus hijos, seguido de Facebook (21,6%), YouTube (21,6%).

APLICACIONES DESCARGADAS POR PADRES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



Pero según estos datos, podríamos pensar que éstas son las aplicaciones que los adultos se descargan para su uso personal. Entonces, ¿dónde están esos padres que se descargan Tik Tok, Snapchat o Tumblr? Según muchos influencers y expertos, los niños se decantan por estas redes sociales en vez de las grandes plataformas, pero los padres no parece que estén controlando estas nuevas redes sociales del mismo modo que lo hacen con las más asentadas. Muchos incluso desconocen éstas plataformas donde sus hijos pasan el día. En este sentido, raro es el día en el que no aparecen en las noticias casos de ciberacoso o bullying a niños en la red. Entonces, ¿por qué los padres no parece que estén tomando el control de estas redes sociales y comprendan mejor cómo funcionan para prevenir esta

clase de situaciones perjudiciales para sus hijos?

Muy probablemente esto se deba a que los mismos hijos no estén compartiendo con sus padres a qué aplicaciones acceden. Al mismo tiempo utilizan aplicaciones y redes sociales que los mismos adultos usan y así puedan ejercer el control sobre su vida digital que comparten con amigos y familia. Los padres más jóvenes a nivel mundial son más propensos a descargar apps que utilizan sus hijos para ver cómo funcionan, así el 62% de los padres entre 20 y 25 años se las descargan, comparado con el 37% de los que son mayores de 51 años.

Donde sí parece que se ha asentado cierta histeria colectiva sobre el control de los hijos en redes sociales es en Estados Unidos. Allí más del

60% de los padres han seguido a sus hijos en las redes sociales, en comparación con el 49% de los padres del resto del mundo, incluso menos que los padres del Reino Unido (35%). Si bien los padres de la mayoría de los países desconocen Snapchat, los padres y madres estadounidenses son muy conscientes la influencia de esta red social, y el 36% admite haberlo descargado en el último año porque sus hijos hablan de esta app.

Todos estos datos sugieren que los padres serán cada vez más sobreprotectores y estarán más interesados en la educación de sus hijos. Esto se refleja también en las redes sociales. Ahora solo queda ver cómo esta tendencia en Estados Unidos se expande por el resto del mundo.

¿A QUIÉN ESCUCHAN LOS NIÑOS?

Los días en los que la televisión dictaba los regalos que se recibirían en Navidad forman parte del pasado. Según este estudio, el 36% de los padres a nivel global aseguran que las posesiones y comportamientos de los amigos de sus hijos son quienes más les influyen.

Aunque el reinado de la televisión está en declive, la publicidad sigue gozando todavía de buena salud.

Así el 22% de los padres aseguran que los anuncios es lo que más influye a sus hijos y apostaríamos que gran parte de esa influencia viene por parte de los anuncios pre-roll de Youtube.

En España, la mayoría de los padres 42,7% creen que son los amigos los que más influyen en sus hijos a la hora de pedir regalos, seguido de los anuncios en televisión (21,4%) y los influencers online 12,2%.

42.7%

creen que son los amigos los que más influyen en sus hijos a la hora de pedir regalos

21.4%

de los niños son influenciados por los anuncios

12.2%

de los niños son influenciados por influencers online

YOUTUBERS ESPAÑOLES E INTERNACIONALES A SEGUIR



1

La Diversión de Martina

2,580,617 suscriptores

Martina D'Antiochia, tiene 13 años y una legión de fans como una estrella de la música. Además de su canal ya tiene blog y tienda propia.



2

MikelTube

1,861,830 suscriptores

MikelTube es un canal infantil presentado por Mikel de 8 años y su hermanito Leo de 4 añitos donde prueban juguetes.



3

Los juguetes de Arantxa

2,024,227 suscriptores

Arantxa es una niña de Alicante que se ha hecho famosa desarrollando regalos, cumpliendo retos y vlogs.



4

Los Mundos de Nico

750,397 suscriptores

Gracias a la pericia de su padre, Nicolás, un niño de Barcelona se ha convertido en una estrella de Youtube probando juguetes y gastando bromas.



5

The Crazy Haacks

2,307,986 suscriptores

Daniela, de nueve años, Hugo, de 12, y Mateo, de 13 años cada uno se han convertido en estrellas del mundo online infantil, incluso han publicado su primer libro The Crazy Haacks y la cámara IMPOSIBLE" de la mano de su madre, Mónica Vicente.



6

Ryan ToysReview

15M suscriptores

Ryan es de Texas (Estados Unidos) y lleva realizando reviews online desde que tenía cuatro años. Gracias a su audiencia, se calcula que ingresa más de un millón de dólares en publicidad.



7

ToysandMe

9.2M suscriptores

Tianna es de Nottingham (Reino Unido). Tiene 11 años y lleva grabando videos en YouTube desde que tenía siete años con su padre. Hace las reviews de los juguetes y actividades en las que participa y una vez hechas, entrega los regalos de las marcas a niños.



8

FamilyFunPack

8M suscriptores

Un canal donde se narra la vida de una familia de 6 miembros a las afueras de California. Sus historias ya cuentan con más de mil millones de visualizaciones.



9

Hailey's Magical Playhouse

1.4M suscriptores

American Hailey protagoniza videos grabados por su padre. Ella hace reviews de los juguetes y después los dona a niños sin recursos.



10

EthanGamer TV

2M suscriptores

Con una fortuna estimada en 1 millón de libras, Ethan se ha hecho famoso realizando reviews de videojuegos, principalmente de Roblox y Minecraft. Posee otro canal en el que se dedica a desenvolver regalos.



¿ESTAMOS LLEVANDO LA TECNOLOGÍA **MUY LEJOS?**

En nuestro anterior estudio sobre el uso de la tecnología por la Generación Alfa, recogemos los datos sobre el uso de los medios de comunicación por parte de los niños de Ofcom, el regulador del Reino Unido, que nos decía que alrededor del 40% de los niños entre 5 y 15 años poseía un teléfono móvil o tableta.

De este estudio se desprende que uno de cada 4 padres (26%) creen que sus hijos valoran los teléfonos móviles y tabletas más que cualquier otro objeto o actividad, desde juguetes tradicionales a vacaciones e incluso

pasar el día fuera con amigos o familiares. Una estadística alarmante y que causa a los padres cierta preocupación. Los padres españoles coinciden con la tendencia global. Así el 25,7% de los progenitores opina que sus hijos elegirían el teléfono, la televisión o el iPad (25,7%) antes que salir con los amigos (20%) o jugar con sus juguetes (18,4%).

Más del 70% de los encuestados creen que el mayor efecto negativo del uso de la tecnología en sus hijos es el tiempo que pasan delante de las pantallas. Muchos padres todavía creen en los beneficios de

jugar en la calle y divertirse con los amigos al aire libre, así el 30% cree que la tecnología limita el tiempo que pasan fuera de casa jugando sus hijos, mientras que el 48% cree que tiene un impacto en la cantidad de ejercicio físico que realizan. Marcas como Fitbit están trabajando para luchar contra esta situación, y han lanzado aplicaciones dirigidas a niños y el control del ejercicio que realizan. Pero tienen que hacer mucho más para convencer a los padres de que la tecnología y el ejercicio puede ser complementario y no son fuerzas opuestas luchando por la atención de los niños.

LA TECNOLOGÍA DE HOY EL ÉXITO DEL MAÑANA

Sin embargo, lo que estos padres también reconocen es que la relación de sus hijos con la tecnología les ayudará en su futuro. Un 75% de los padres cree que la tecnología que sus hijos utilizan les beneficiará en sus futuras carreras. En el caso de los padres españoles, la cifra se dispara hasta el 87%.

¿Por qué? Los padres españoles creen que la tecnología les ayudará a desarrollar habilidades para triunfar en el puesto de trabajo que desempeñen el día de mañana. Así el 58,9% creen que les ayudará a mejorar la rapidez cognitiva, el 50,4% la coordinación entre el ojo y la mano, y el 48,5% la capacidad para resolver problemas.

Paradójicamente estas habilidades son ahora tan necesarias debido, precisamente, a la tecnología. El crecimiento de los teléfonos móviles y tabletas significa que casi todo el mundo tiene un ordenador de alta capacidad al alcance de su mano para utilizar en cualquier momento. Así que ya no es necesario recordar hechos, fechas, números, o lugares y nuestro cerebro se puede centrar en actividades más complejas. Incluso ahora en muchas escuelas de primaria, hay un menor interés en memorizar las tablas de multiplicar y se centran más en entender el problema en sí mismo.

Un estudio de la consultora PwC del 2017 estimaba que el 38% de los trabajos en Estados Unidos podrían ser automatizados en el año 2030. Los sectores más amenazados serán el de

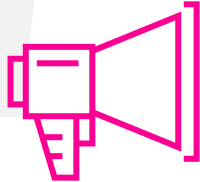


transporte, manufacturas y distribución. A medida que el empleo se vea más afectado por la automatización, desde los coches sin conductor y el Internet de las Cosas hasta los robots con Inteligencia Artificial, el cerebro humano ya no será necesario para actividades del día a día, así que estas habilidades como solucionar problemas complejos y pensamiento rápido comenzarán a convertirse en más relevantes. Y aquellos que hayan conseguido desarrollar estas habilidades desde pequeños se convertirán en una clase de súper especialistas con los que todo el mundo querrá trabajar.

Los padres de esta generación se están comenzando a dar cuenta que el uso de la tecnología les ayudará a conseguir los mejores trabajos del futuro. Siempre y cuando el tiempo que los niños pasan delante de las pantallas no sobrepase al tiempo que pasen jugando y practicando deporte, la tecnología no puede seguir viéndose como una forma de entretenimiento barato, sino como una herramienta para ayudarles a conseguir un futuro mejor.

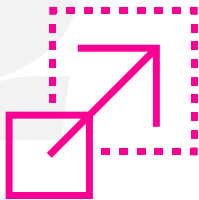
¿QUÉ SIGNIFICA ESTO PARA LAS MARCAS?

1



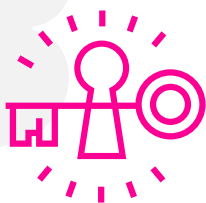
Estés de acuerdo o no, los niños tienen cada vez más influencia en la compra de nuevos dispositivos tecnológicos para el hogar. Así que las marcas que se dirijan a familias o adultos en general, necesitan tener en mente a los niños también cuando intenten persuadir en la compra. ¿Qué les puede interesar de estos dispositivos? ¿Cómo los usarán? ¿Por qué lo elegirían? ¿Quién les influye? Tu público puede que ya haya crecido pero son los niños los que se han convertido en decisores clave en la compra.

2



¿Han pasado a la historia los días en los que se diseñaban versiones de aplicaciones para niños? Si un niño de 8 años tiene un mayor conocimiento de la tecnología que sus padres, ¿por cuánto tiempo tendrá sentido que estos niños utilicen una versión de una app 'para niños' con muchas menos funcionalidades? Las marcas deberían preguntarse si necesitan desarrollar diferentes versiones del mismo producto. Y por el contrario, centrarse, en crear aparatos para que todo el mundo las puedan usar, pero con diferentes niveles de seguridad. Desde el punto de vista de la comunicación, los niños no quieren versiones hechas para ellos, cuando tienen que ayudar a sus padres a entender las que están diseñadas para adultos.

3



Los padres se preocupan demasiado del tiempo que pasan sus hijos delante de las pantallas, la falta de ejercicio y no tomar demasiado aire fresco. Pero saben que la tecnología ayudará a sus hijos a solucionar problemas y pensar más rápido. Las marcas que se dirigen a la familia deben tener en cuenta todas estas consideraciones a la hora de diseñar campañas sobre cualquiera de estos productos. Haciendo esto, las marcas serán capaces de construir un diálogo más honesto con los padres sobre lo que realmente les interesa, lo que ayudará a establecer conexiones emocionales a lo largo del tiempo.



METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El estudio ha sido llevado a cabo por OnePoll en colaboración con Hotwire durante julio de 2018 con una muestra de 8.000 personas con hijos den entre cuatro y 9 años en los siguientes países.

- Reino Unido
- Estados Unidos
- Australia
- Francia
- Alemania
- Italia
- España
- Países Bajos

SOBRE HOTWIRE

Hotwire, la agencia de comunicación global, ayuda a los directores de marketing a entender y conectar mejor con sus consumidores. Desde Sídney hasta San Francisco, trabajamos con una filosofía de trabajo sin fronteras en 22 mercados incluyendo Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Italia y Australia, y en colaboración con las agencias Yellow Communciations en Holanda y Bélgica, Active DMC en Oriente Medio y con VIANEWS en Brasil, así como otros socios afiliados. Para más información, por favor, visita: www.hotwireglobal.com.

CONECTA CON NOSOTROS

f [/hotwireglobal](#)
t [@hotwire_es](#)

in [/company/hotwireglobal](#)
i [@hotwire_es](#)

