



Punto de Fuga  
THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

# Generación **Alpha**

---

**The Growing  
Generation**

Propuesta de estudio multicliente

Marzo-Abril 2022





La **generación Alpha** engloba a los nacidos a partir del **2010**. **Ese mismo año, Apple dio a luz el primer iPad.**

Son muchas las características que describen a los miembros de esta jovencísima generación. Su vinculación a la tecnología es, probablemente, una de las más determinantes. **La tecnología es una extensión de su manera de conocer el mundo:** no es que rompan las fronteras entre lo digital y lo analógico si no que, simplemente, no las perciben.

Han estado viviendo una **pandemia y han demostrado su resiliencia**. Para ellos el vivir **"in Beta"**, en constante adaptación, es lo natural.

Nacen y crecen en un entorno **VUCA** (volátil, lleno de incertidumbres, complejo y ambiguo). De hecho **se estima que el 65% de los que actualmente están estudiando primaria terminarán trabajando en empleos que aún no existen.**

**Son los consumidores del futuro, pero ya consumen hoy y además toman parte en muchas de las decisiones** de sus hogares (familias que son cada vez más democráticas).



## Alpha: The Growing Generation

Estas niñas y niños de hoy, **serán la generación de mayor tamaño de la historia:** se estima que alcancen los **2.000 millones en 2025** cuando nazcan los últimos miembros de esta generación.

**Crecen como personas y crecen como grupo.**

**Son la Growing Generation.**

### ¿Y tu marca?

### ¿Está a punto para crecer con los Alpha?

Este proyecto va a dar respuesta a las siguientes grandes **áreas de objetivos**:



1

## Hoy: la realidad Alpha

Analizaremos **su visión** sobre la **sociedad actual**, sus **inquietudes y deseos**.

2

## Los Alpha y su consumo

**Qué consume**, **cuándo consume**, **cómo consumen**

3

## Sectores y marcas

Su opinión sobre los diferentes **sectores de actividad** y las **principales marcas**

Comprender, en definitiva, las **vivencias, inquietudes y factores de consumo** de los **hogares Alpha**



## 1 Hoy: la realidad Alpha

- Cómo perciben el **momento actual**. Cómo lo describen.
- Cómo han vivido la **pandemia** y, especialmente, **qué se llevan de ella para el futuro**.
- Qué **aspectos toman importancia** en su vida cotidiana.
- Qué **inquietudes** emergen en estos niños y niñas.
- La **relación con los demás**: familia, amigos, maestros...
- Revisión en profundidad de su **relación con las tecnologías**.
- Sus **deseos** y sus **“apuntes”** para el **futuro**.
- **Una radiografía completa de los hogares Alpha**

## 2 Los Alpha y su consumo

- **Qué consumen. Cómo y cuándo** lo consumen.
- Sus **categorías “Top”**. Y sus categorías “Bottom”.
- **Factores** que estructuran su **conducta** de consumo.
- Qué es lo **que les importa**, lo que les motiva, en el acto de **consumo**.
- Analizar su papel como **prescriptores** del consumo familiar.
- Qué **“apuntes” de futuro** nos traen en relación al **consumo**.
- **Comprender, en definitiva, el consumo en los hogares Alpha**

## 3 Sectores y marcas

- Qué **percepción tienen de los diferentes sectores de actividad** (alimentación, ocio, finanzas, movilidad, tecnología, energía, retail...).
- Cuáles son sus **expectativas** para **conectar más y mejor** con esos **sectores**.
- **Marcas** con las que I@s Alpha **conectan especialmente**. ¿Qué elementos presentan esas marcas?
- Los Alpha y la **comunicación de las marcas**.
- **Análisis “mi marca”**: cada cliente que contrate el estudio tendrá un análisis privado de su marca y de las de su entorno competidor (ver más adelante): **Conocimiento y valoración de tu marca**.

# 1 | Cualitativo



**Objetivo:**  
**EXPLORAR.** Captura de insights y profundizar

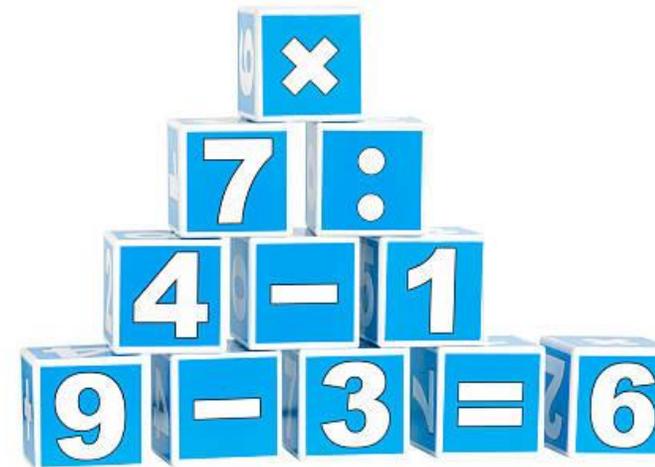
**Target 1:**  
 Niños de la Generación Alpha  
**Técnica:**  
 Kahoot! Focus Groups (K!FG)

10 K!FG

**Target 2:**  
 Adultos  
**Técnica:**  
 Focus Groups (FG)  
 Con Pre-Task en Plataforma Digital

8 FG

# 2 | Cuantitativo



**Objetivo:**  
**DIMENSIONAR:** Cuantificar los learnings y dar volumen al conocimiento

**Target:**  
 Niños de la Generación Alpha y/o sus padres  
**Técnica:**  
 Entrevista online

n=1.000

# 1 | Cualitativo

**Objetivo:**  
**EXPLORAR.** Captura de insights y profundizar

**Target 1:**  
 Niños/as de la Generación Alpha

**Técnica:**  
**Kahoot! Focus Groups (K!FG)**  
 Sesiones de grupo **presenciales** de 1,5h en las que participan 4 amigos/as (para favorecer dinámica y trabajo productivo).  
**Debate, juegos asociativos y proyectivos.**  
**Visual insights y Kahoot Games.**



Ideation Cards

	Centro	Norte	Sur	Medit
7-8 años	1 K!FG		1 K!FG	1 K!FG
9-10 años	1 K!FG	1 K!FG		1 K!FG
11-12 años	1 K!FG	1 K!FG	1 K!FG	1 K!FG
<b>TOTAL</b>	<b>10 Kahoot! Focus Groups</b>			

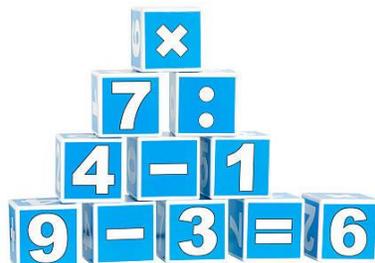
**Target 2:**  
**Adultos:**  
 Madres/padres  
 Abuelas/abuelos (que ejercen de canguros activos)  
 Maestras y maestros  
 Monitores deportivos y extraescolares

**Técnica:**  
**Focus Groups (FG)**  
 Sesiones de grupo **online** de 2h en las que participan 6 personas.  
**Debate, diagnóstico y prospectiva.**  
**Con Pre-task en Plataforma Digital** (4 días antes de los FG).



	Centro	Norte	Sur	Medit
<b>Papi&amp;Mami</b>	1 FG		1 FG	1 FG
<b>Abuelos/as</b>		1 FG		1 FG
<b>Maestros/as</b>	1 FG			1 FG
<b>Monitores/as</b>	1 FG			
<b>TOTAL</b>	<b>8 Focus Groups (+48 Pre-Task online)</b>			

# 2 | Cuantitativo



**Objetivo:**  
**DIMENSIONAR.** Cuantificar los learnings y dar volumen al conocimiento

**Target:**  
 Niños/as de la Generación Alpha (de 4 a 12 años) y/o sus padres

**Técnica:**  
 Entrevista online

	Población	%
De 4 a 6 años	1.311.275	31%
De 7 a 9 años	1.391.299	33%
De 10 a 12 años	1.517.578	36%
<b>TOTAL</b>	<b>4.220.152</b>	

Entrevistas
311
330
360
<b>1000</b>

1.000 entrevistas  
 E.M.:  $\pm 3.1\%$



**Método:**

**Niños de 4 a 6 años:**  
 Las preguntas se les harán a los padres sobre el comportamiento, consumo... de sus hijos

**Niños/as de 7 a 12 años:**  
 Las entrevistas se realizarán a los niños con permiso y asistencia / ayuda de sus padres

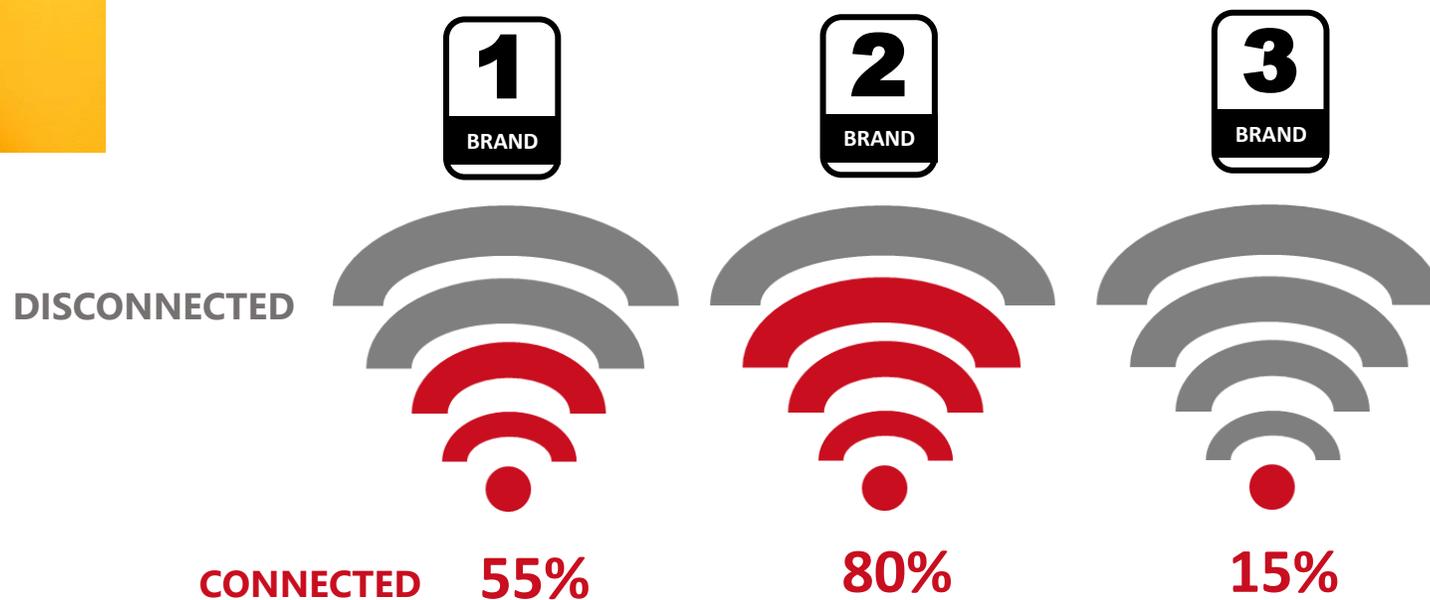


Los clientes que participan en el estudio se les entregarán los siguientes outputs de resultados Cuantitativos.

## Alpha Sensor



¿Hasta qué punto tu **marca conecta** con la **Generación Alpha**?



DEMO

Los clientes que participan en el estudio se les entregarán los siguientes outputs de resultados Cuantitativos.

Output y entregables

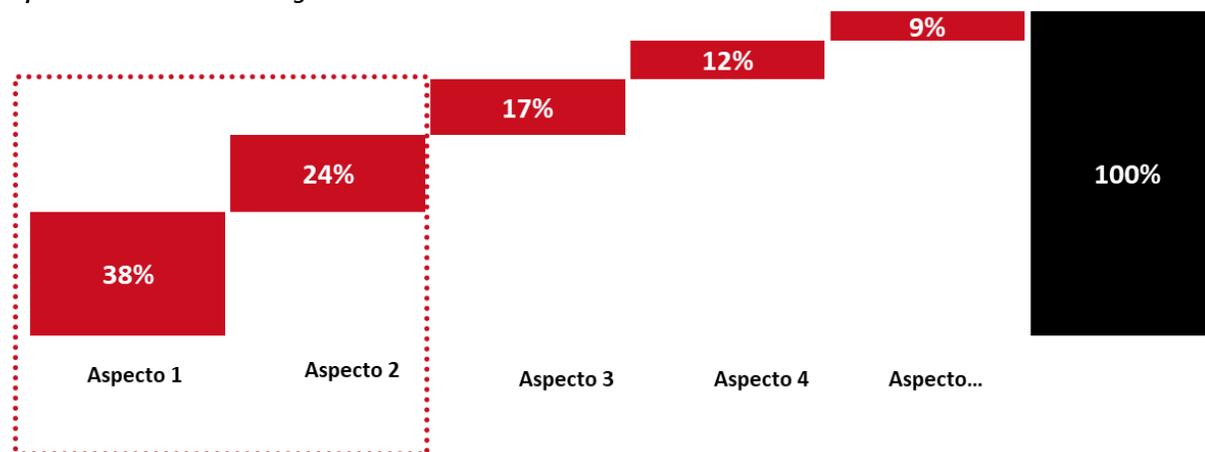
## Connection Keys



¿Cuáles son los puntos de conexión de la **Generación Alpha** con las marcas?

% de importancia – Análisis de regresión

Conexión con las marcas



DEMO

Timing

**Periodo de contratación:** marzo – abril 2022

**Realización del campo:** abril-mayo2022

**Informe de resultados:** julio 2022

Presupuesto

**!Ponte en contacto con nosotros y te daremos información más completa de este interesante proyecto!!**

# Punto de Fuga

www.puntodefuga.es



Follow us



c/ Gran Vía 26, 5º Izda.  
28013 **Madrid**  
+34 91 360 53 93

Para más información contacta con:

[monica.rebordinos@puntodefuga.es](mailto:monica.rebordinos@puntodefuga.es)  
[laura.torreadell@puntodefuga.es](mailto:laura.torreadell@puntodefuga.es)  
[jaume.vilanova@puntodefuga.es](mailto:jaume.vilanova@puntodefuga.es)

c/ Roger de Llúria 120, 2ª  
08037 **Barcelona**  
+34 93 476 14 94