

GRUPO RAYA®

Día del Niño y Niña

Julio 2022

INFLAMABLE RAYA swell



GRUPO RAYA®

Se acerca agosto y con ello uno de los días más esperados por los pequeños, el **Día del Niño**. Este año en Chile se celebrará el día **Domingo 7 de Agosto**.

Esta celebración internacional **tiene como principal objetivo reflexionar sobre el avance de los derechos de los niños y niñas en el mundo**. Su origen proviene desde la primera guerra mundial donde se cuestiona la **necesidad de protegerlos y entregarles más dignidad**.

La celebración fue proclamada por primera vez en 1925 durante la Conferencia Mundial sobre Bienestar Infantil, y el 12 de abril de 1952 la **Organización de Estados Americanos (OEA) y UNICEF** redactaron la **Declaración de Principios Universales del Niño** y se acuerda que **cada país debe fijar una fecha para festejar a los niños**.

El decreto supremo 1.110 de 1976 indica que en Chile el día del Niño debe celebrarse el tercer miércoles de Octubre. Sin embargo, **se celebra en Agosto ya que este mes guarda relación con la promulgación de la Convención sobre los Derechos del Niño**.



Este documento tiene por objetivo darle **mayor profundidad al verdadero significado del día del niño** y el **rol que podrían tener las marcas en sus vidas**.

Preparado por el Equipo de Brand Consulting del Grupo Raya.

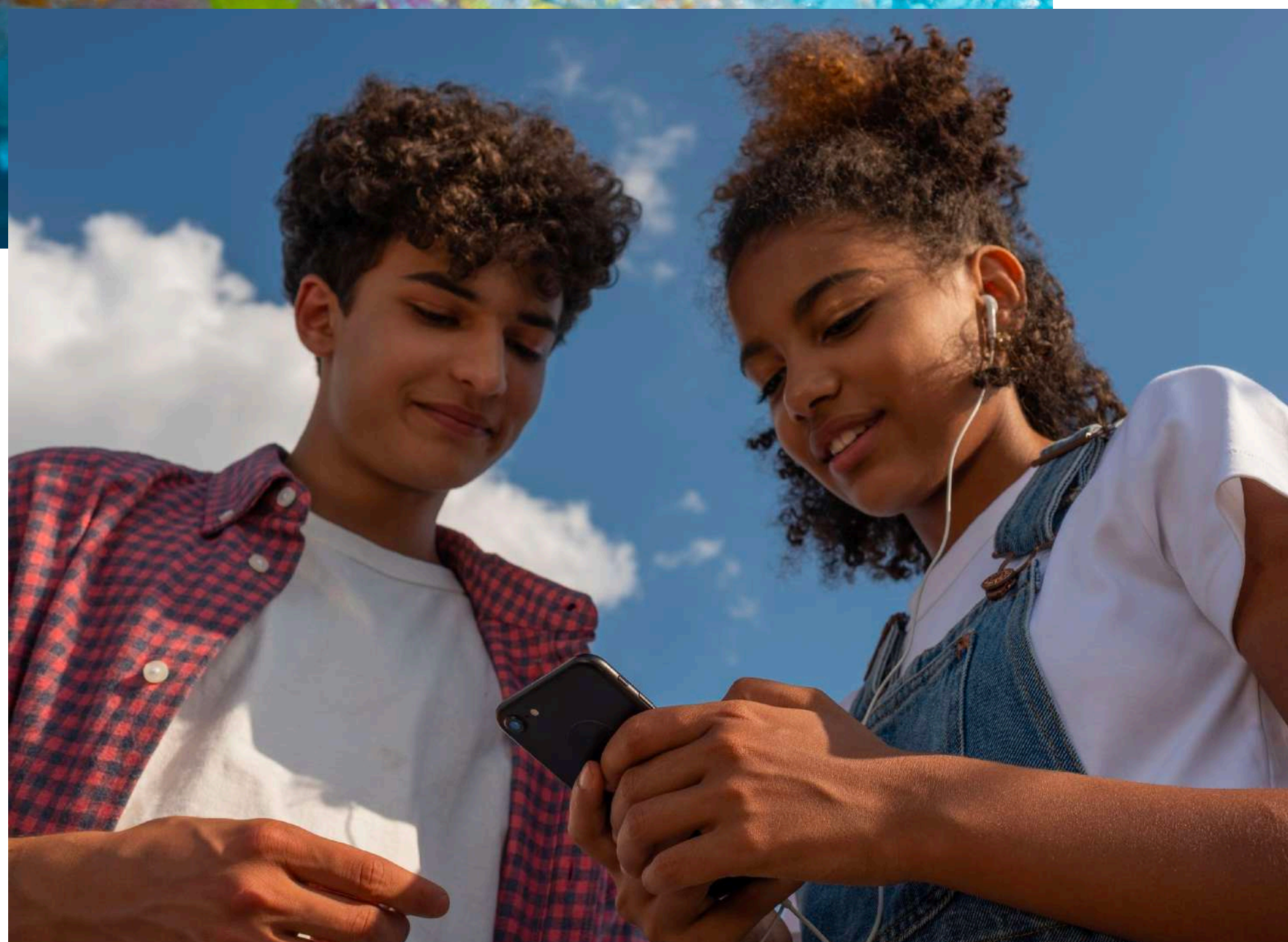
Julio 2022



GENERACIÓN ALPHA: HIJOS DE LA GENERACIÓN X Y MILLENNIALS

La generación de los **nativos digitales** nacidos desde 2010 (el mismo año que el iPad) hasta el 2025, son quienes tendrán una **exposición a la tecnología sin precedentes**.

Pese a que son bastante más solitarios que otras generaciones y usan los dispositivos electrónicos mayor tiempo, **tienen una manera diferente de conocer e interpretar el mundo**: te lo explicamos a continuación.



TAMBIÉN CONOCIDOS COMO **GENERACIÓN T O TOUCH**

- * Su generación posterior es la Z o Centennials.
- * 100% digital 0% analógica.
- * Cada día nacen más de 2,5 millones de Alpha y para el 2025 (término generación) pueden llegar a ser más de 2.000 millones.

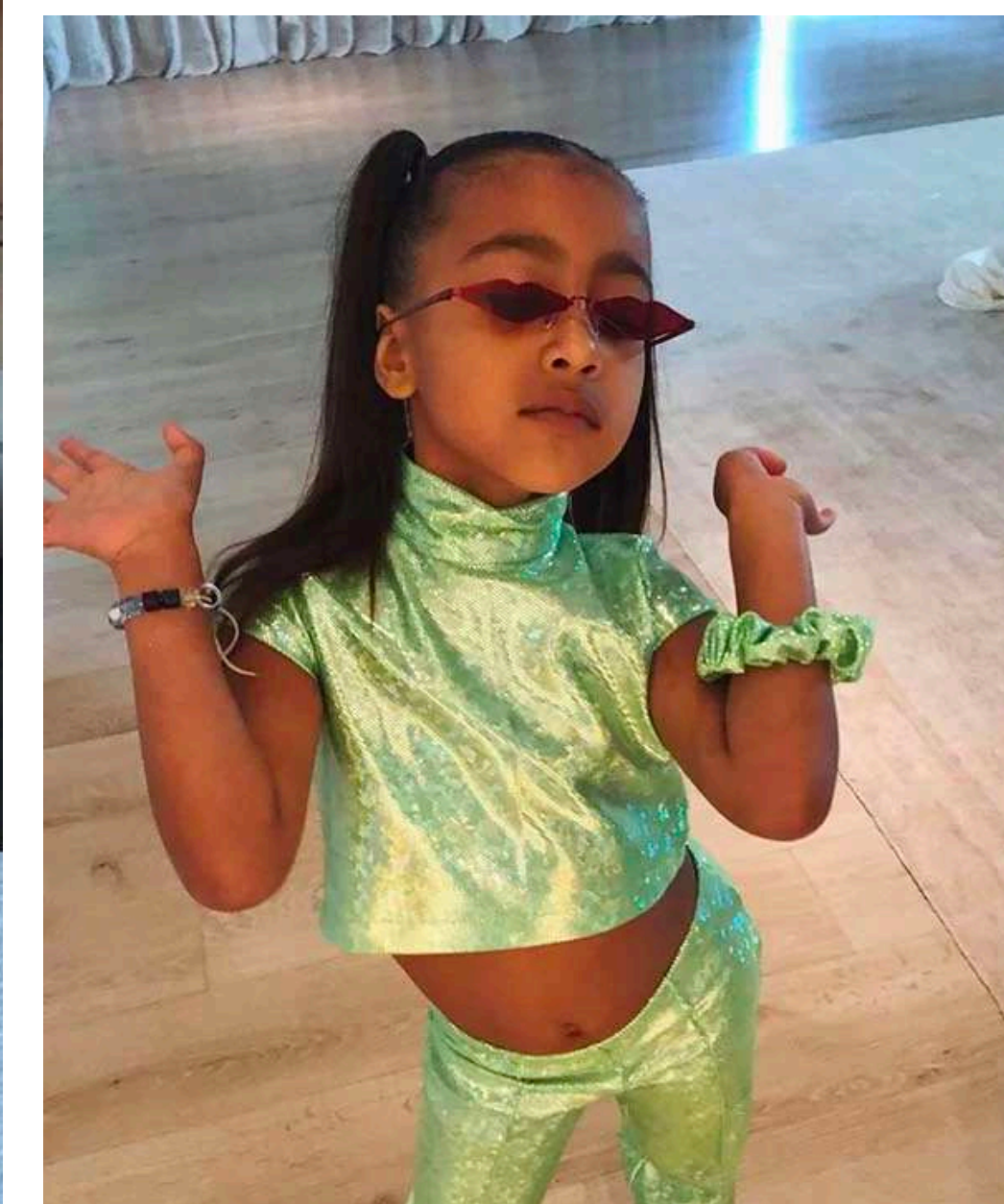
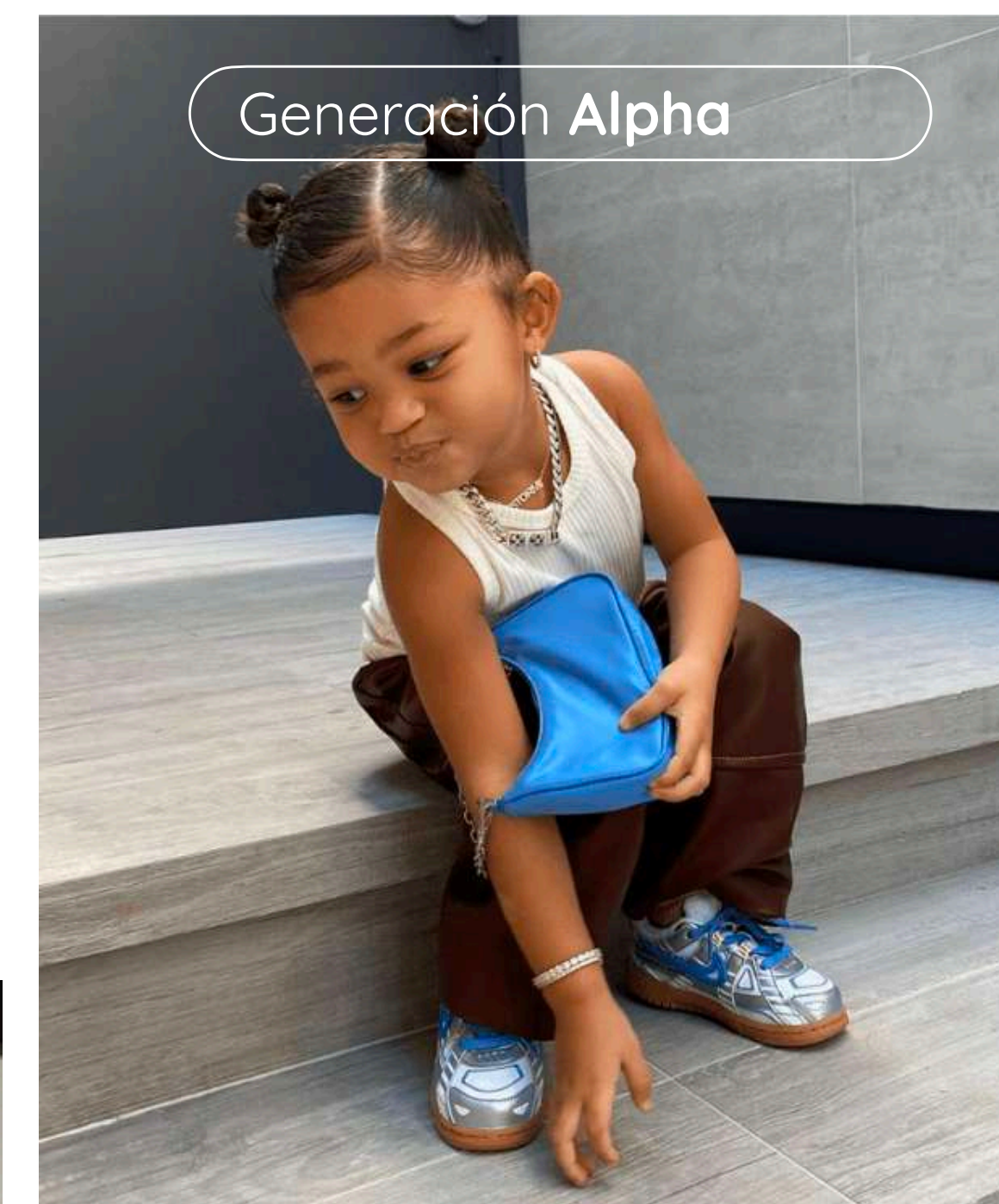


GRUPO RAYA®

TIENEN UNA PERSONALIDAD ÚNICA, EXPRESADA TAMBIÉN EN SU MANERA DE VESTIR

Recientemente fue la Fashion Week en Paris, en donde una de las pequeñas Kardashians; **North West**, ha dado de qué hablar con sus looks.

Algo similar con las demás pequeñas de la familia que han demostrado tener un estilo único y que aseguran, la mayoría de las veces, son **elegidos por ellas mismas**.



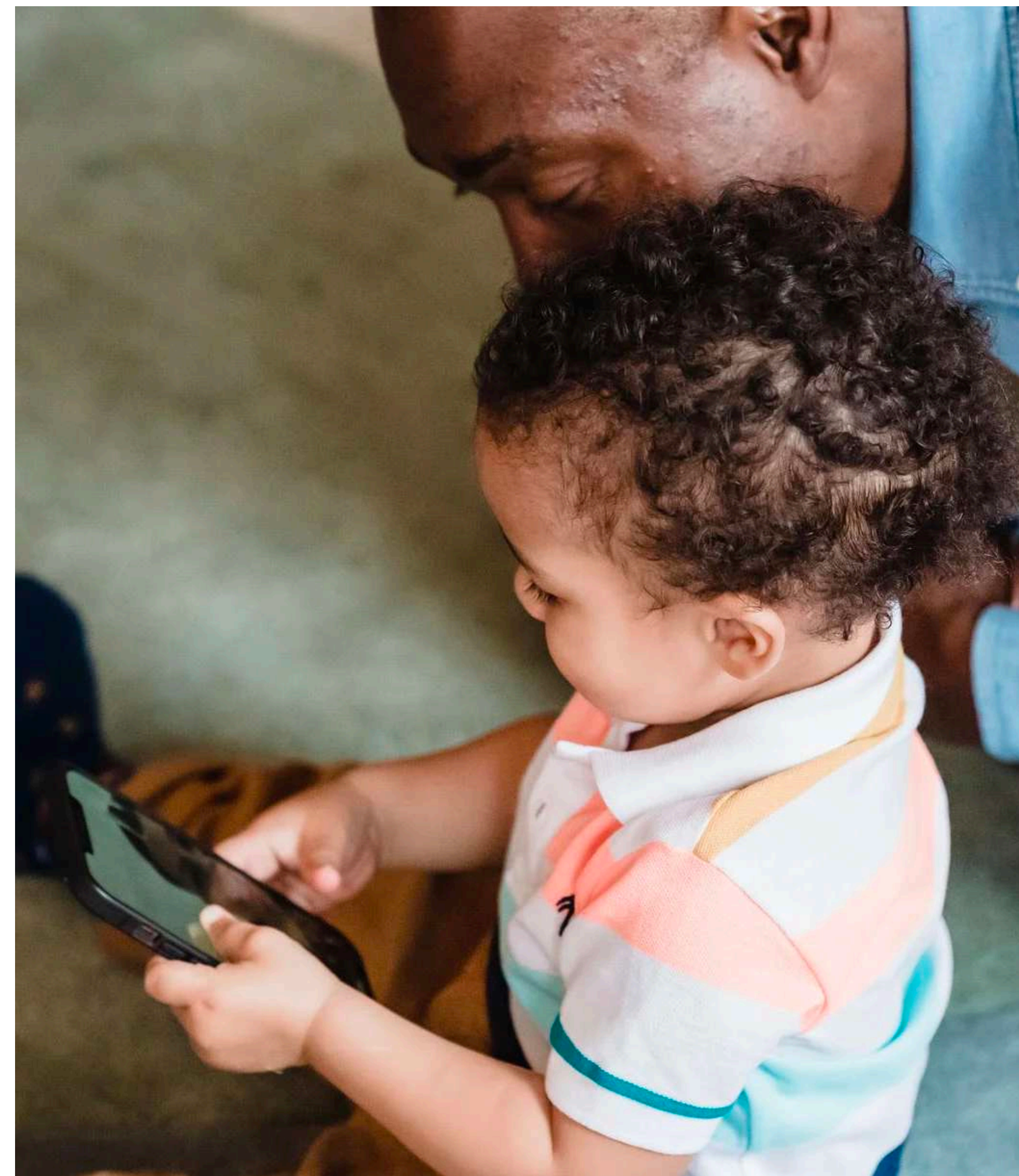
GRUPO RAYA®

ADICTOS A LA CONECTIVIDAD Y NOVEDAD

Sin duda es la generación que **nace con un dispositivo móvil** en las manos, a diferencia de las anteriores que solo disponían de una conexión a internet pero no necesariamente la misma facilidad a un smartphone o computador.

Tendencias, Influencers y las comunidades en las cuales se envuelven, determinan su consumo. **Se espera que sean más cuidadosos a la hora de elegir productos y servicios de las marcas.**

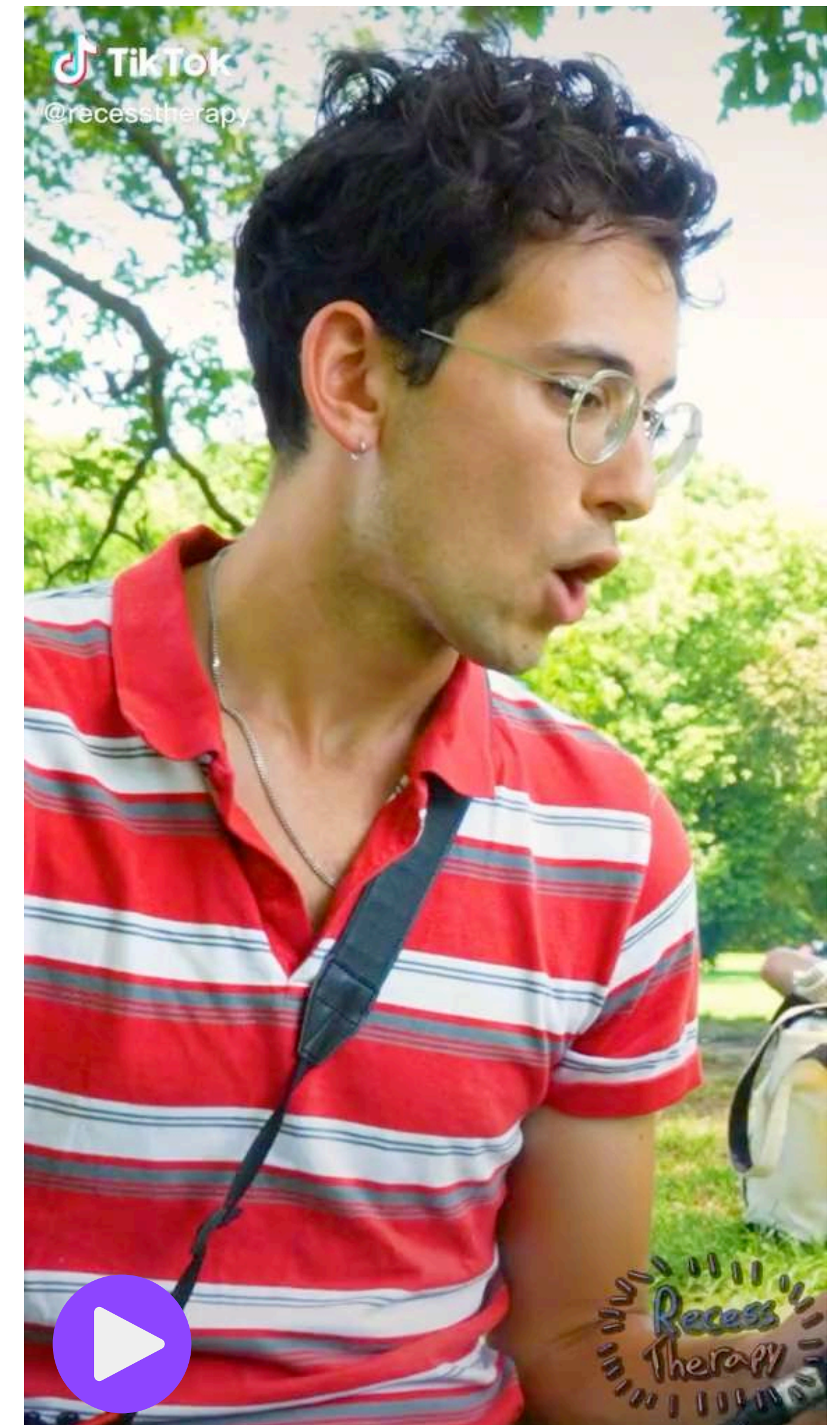
Además, **buscarán experiencias altamente interactivas, inmersivas y responsivas**, donde la realidad aumentada y el metaverso tendrán un rol importante en el consumo de la Generación T.

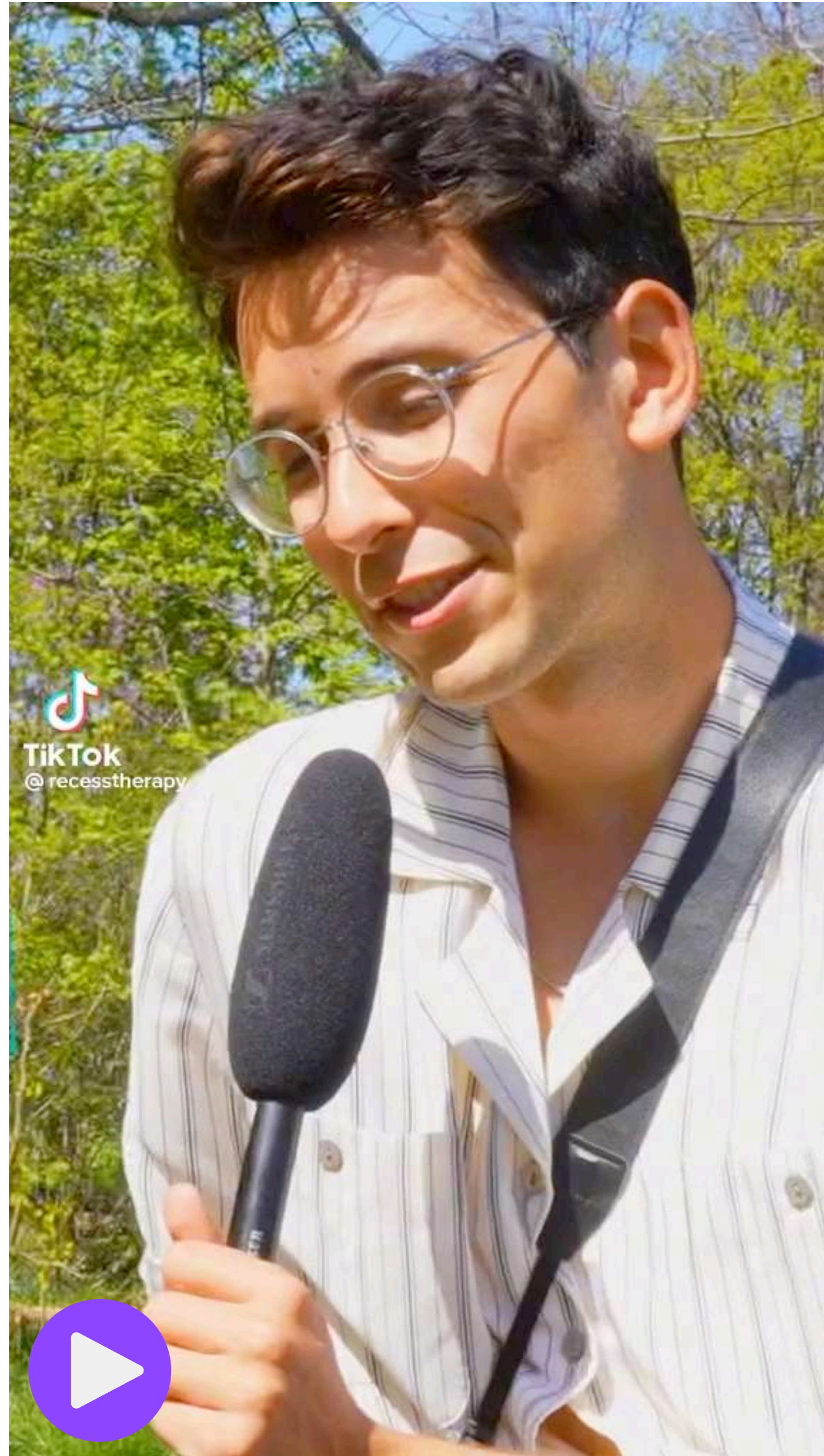


IMPONEN SU **OPINIÓN** DE MANERA **CLARA Y DECIDIDA**

Son inteligentes, no hay duda. **Se expresan de manera sólida** y por lo mismo su opinión es considerada por los adultos, ya que **tienen un punto de vista innovador y muchas veces certero**.

Recess Therapy es una cuenta presente en TikTok e Instagram la cual entrevista a niños y niñas de la Generación Alpha. En sus respuestas podemos ver que **son seguros a la hora de expresarse y compartir su conocimiento**. En el ejemplo, este niño responde cuándo cree que se inventó el internet y cómo funciona.





LA SALUD MENTAL Y ACEPTARSE TAL COMO SON ES PARTE DE SU FILOSOFÍA

Al estar expuestos a la tecnología desde temprana edad y una infinita cantidad de contenido, los ha llevado a **rodearse no solo de entretenimiento sino también de conocimiento**. Así también, a los cambios generacionales, **luchas por igualdad de género, racismo**, temas de los cuales ya tienen su propio punto de vista.

En el video:

¿Qué le quieres decir a todos los niños y niñas raros/diferentes?

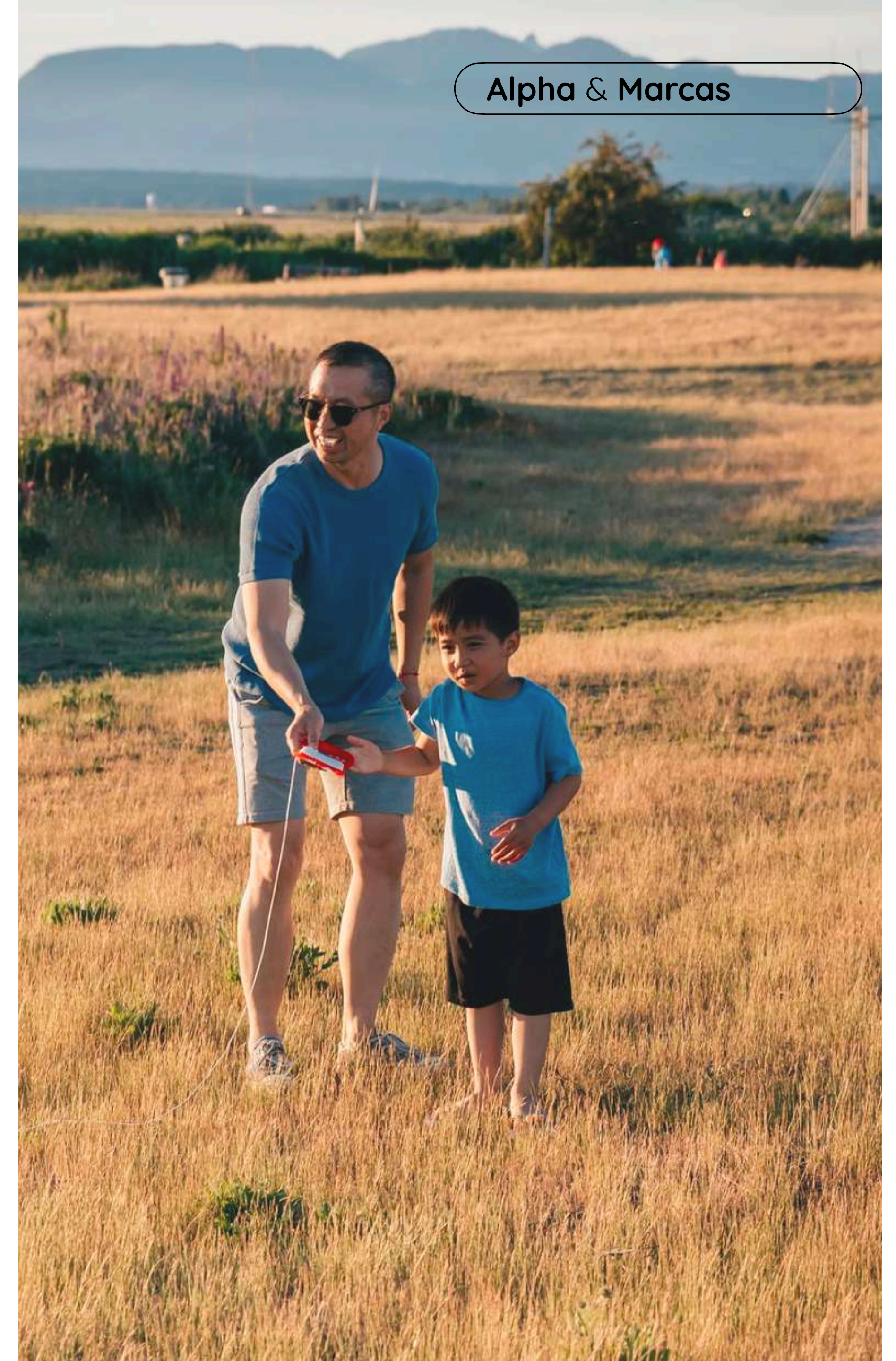
Quiero decirles “mantente así (raro), porque así es como te mantienes siendo genial. Cuando te mantienes diferente serás alguien genial cuando seas mayor”

“Sí soy rara y lo amo”

UN ALPHA EN LA FAMILIA, INFLUYE EN LAS DECISIONES DE PREFERENCIA Y COMPRA

Tienen influencia en las decisiones de sus padres y por lo tanto, en las tendencias de consumo ellos.

Entre un **65% y 85%** de los padres **consideran los hábitos y necesidades** de la Gen T en su última compra.



HAY MARCAS QUE LOS ESCUCHAN Y RESPONDEN

Un ejemplo, es la nueva marca **Happy Nation** de Victoria's Secret dirigida a pre-adolescentes entre 8 y 13 años. Una marca **libre de prejuicios, inclusiva y donde la ropa no tiene género.**

a judgment-free community

a journey with happy nation should inspire confidence when finding the fit that's right. we may not know just where life will take us, but we can promise to stay by our crew's side.

shop all clothing bras undies swim & accessories body care about

a judgment-free community

GRUPO RAYA®

DESDE SU PROPÓSITO APORTAN AL DESARROLLO DE SUS VALORES

Otro ejemplo, es Dove que está haciendo una colaboración con Steven Universe de Cartoon Network para **enseñar a esta generación Alpha a crecer con mayor confianza**. Este es un proyecto en donde se abordan temas como burlas, acoso, medios de comunicación, competencia, comparación entre otros. El cual tiene como objetivo de aprendizaje el **saber enfrentarse a diversas situaciones y presiones de las redes sociales, amistades o imagen corporal**.

Además cuentan con un eBook llamado **“Tu cuerpo y tu mente son Mágicos”** de la misma serie Steven Universe, el cual puedes [descargar aquí](#).

Dove



ALGUNAS DE SUS **MARCAS FAVORITAS** POR CATEGORÍAS

Para ellos no podría faltar su marca favorita, es por eso que en los premios **Alpha's Best Brand** de España, los niñ@s han elegido cuál es su preferida en diferentes categorías.

Las primeras marcas por categoría son; **Coca-Cola** en alimentación, **Youtube** en entretenimiento, **Lego** en juguetes, **Nike** en categoría de moda y **Apple** en tecnología.



PARA CONECTAR CON LOS ALPHAS SE NECESITA: NUEVAS TECNOLOGÍAS, DIVERSIDAD Y AUTENTICIDAD

La plataforma **Youtube** es una de las más utilizadas ya que el formato video es uno de los cuales están mayoritariamente familiarizados.

50% de Alphas entre 5 y 7 años la ocupa y un 30% de 3 a 4 años.

Dentro de la categoría de entretenimiento en segundo lugar se encuentra Netflix y tercero Disney.

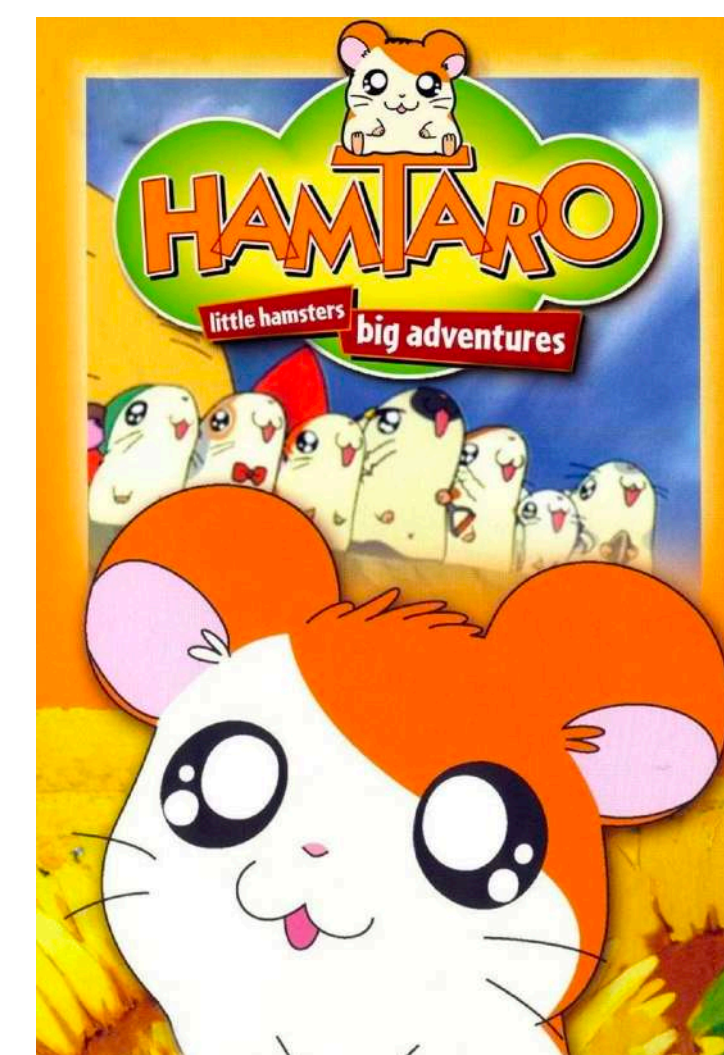
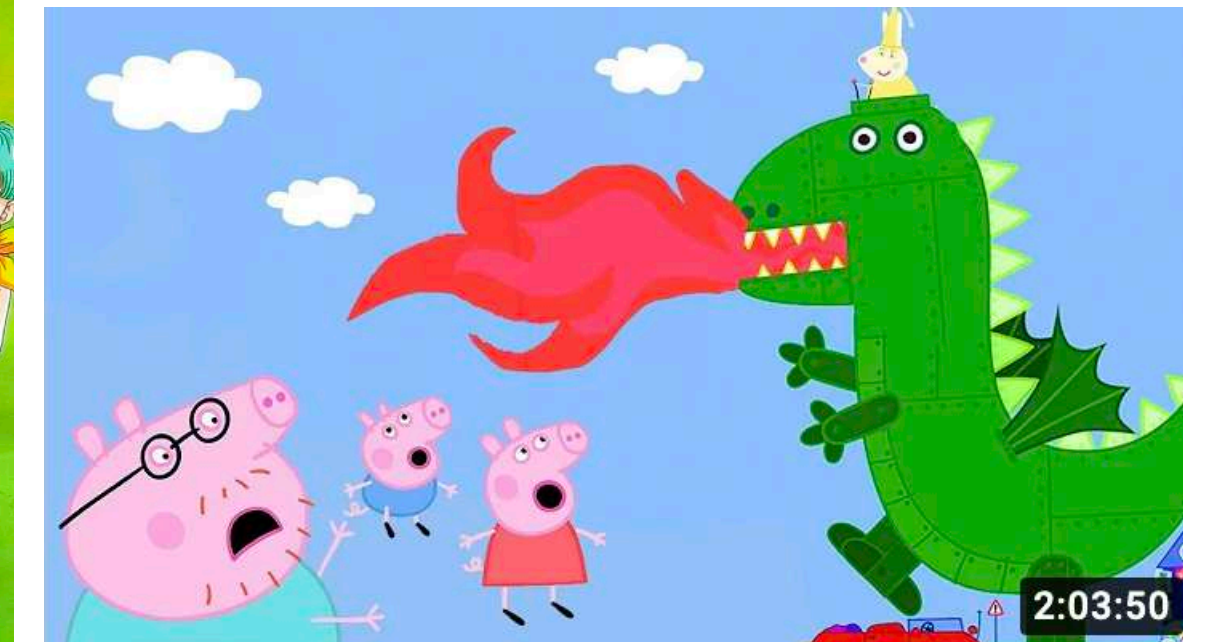


EL CONTENIDO QUE CONSUMEN VARÍA SEGÚN EDAD

Los **más pequeños**: ven la misma película una y otra vez. Videos de Peppa Pig y Canciones de Tiburón Bebé acumulan **más de 10 millones de visualizaciones**.

¿La explicación? El cerebro infantil aprende y consolida la información a través de la repetición.

Los **pre y adolescentes** comienzan a cambiar sus preferencias por animaciones de **acción y/o historias más “complejas”** a lo que consumían regularmente. Ejemplos de estos son las animaciones japonesas como: **Dragón Ball, Avatar, Pokemon, entre otros.**



UNA NUEVA GENERACIÓN LLEGA PARA SACUDIR VIEJOS PATRONES

Estos pequeños gigantes de mente, integran nuevos conceptos a sus familias y a una forma de ver la vida libre de prejuicios y llena de amor.

Tienen conocimiento sobre la importancia de ser respetuoso con uno mismo y de cuidarse tanto física como mentalmente. Algo un poco diferente a lo que son sus padres y lo que comunican las marcas hoy en día.

GRUPO RAYA®

EL CINE COMIENZA A REFLEJAR LOS VALORES DE LOS ALPHA: UNA NUEVA FORMA DE AMOR, AMISTAD Y ACEPTACIÓN ❤️

Atrás quedan los típicos cuentos de hadas, la búsqueda de un príncipe azul o ser un fuerte guerrero. Disney le da la bienvenida a películas donde **predomina el amor, la amistad, vencer los miedos y luchar por lo que te hace feliz.**

El estreno de Frozen recibió buenas críticas por cambiar el foco en las historias de las princesas y centrarse en el vínculo de estas hermanas. Por otro lado está Lucas, una historia de un monstruo marino que se siente profundamente atraído por la vida humana y que nos enseña también cómo las amistades tienen un **profundo significado a seguir nuestros sueños.**





LA DIVERSIDAD ÉTNICA Y CULTURAL TAMBIÉN SE HACE PRESENTE

Encanto es una de las recientes películas de Disney que ganó premio a la **“Mejor película animada”** en Bafta de los premios de la Academia del Cine Británico.

Esta película al igual que Coco, nos muestra **diferentes tradiciones y culturas** de países de Latinoamérica. Además, nos enseñan a que **ser diferente es algo único y especial**, recalcando también la **importancia del amor a la familia** como así también a **recibir respeto por quien somos o queremos ser**.

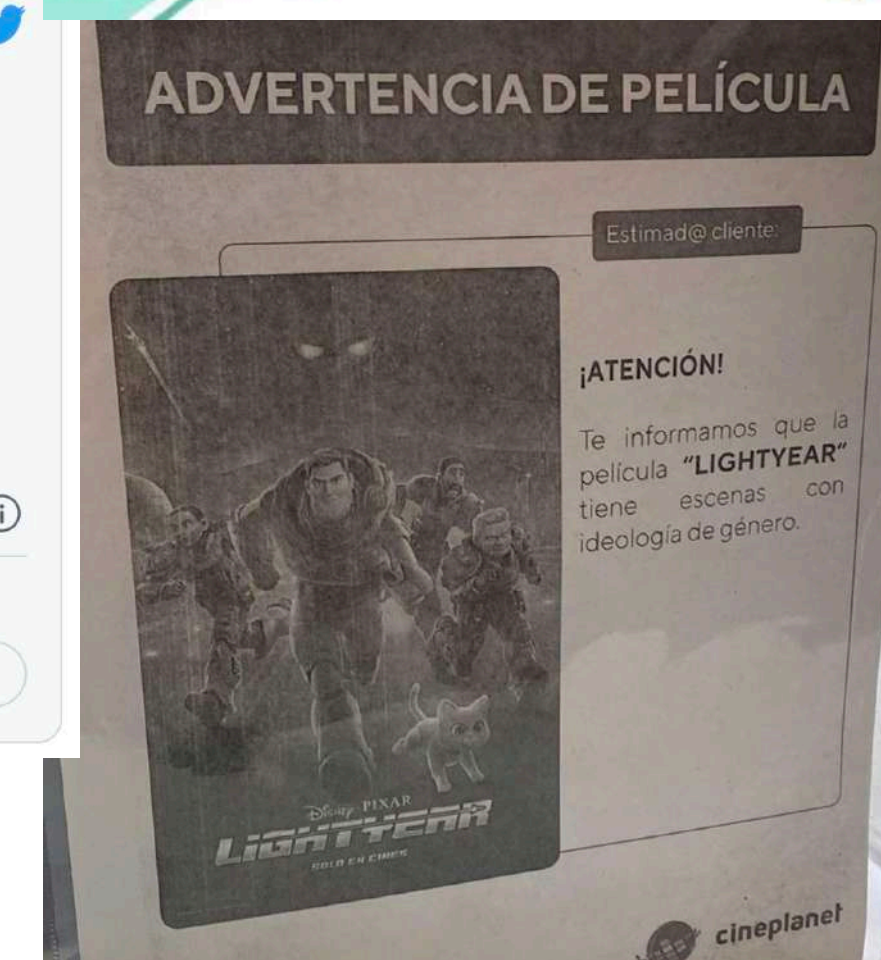


NO QUEDA ATRÁS LA DIVERSIDAD SEXUAL. GENERANDO MOLESTIA PARA MUCHOS PADRES

El reciente estreno de **Lightyear** se llenó de críticas por una escena de un **beso entre personas de mismo sexo**, llegando a ser **prohibida en 14 países por contenido LGBTI+**.

Algunos cines en Latinoamérica han dado que hablar por **comunicados de advertencia por este beso**, los cuales se han llenado de crítica al respecto. Así mismo, **nacen también reflexiones** sobre cómo este tipo de películas se dirigen a una **generación sin prejuicios**, donde esta “preocupación” no sería un tema de conversación.

Son estas reacciones en donde vemos un **choque generacional**: mientras **generaciones antiguas continúan cuestionando** si es correcto que un niñ@ vea este tipo de contenido, los **Alpha nos dan lecciones sobre cómo el amor es lo más importante**.



GRUPO RAYA®

Esta es la nueva mentalidad y cómo sus ojos ven el mes del orgullo 🏳️‍🌈

Alpha & Cambios



“Es importante hablarle a los niñ@s sobre esto (día del orgullo) porque si no lo haces ellos no podrían hacer un gran cambio que nunca supiste que podrían, **los niñ@s son realmente poderosos**”



“Es difícil ser un hater cuando hay tanto amor en el mundo”



“Creo que el mes del orgullo es sobre la gente haciendo lo que quiere hacer, como chicos pueden usar aros niñas pueden usar faldas. **Feliz mes del orgullo, el amor viene del corazón**”

UN FUTURO MEJOR PARA TODAS LAS NIÑAS Y NIÑOS.

Los derechos de la infancia no son solo responsabilidad de padres, profesores, líderes y gobiernos, sino también de nosotros, quienes creamos día a día verdades, comportamientos y necesidades, a través de las marcas.

Esta generación viene a revolucionar el mundo, a invitarnos a ver la vida con aceptación, solidaridad y amor. Asimismo, los más pequeños de esta generación han vivido gran parte de su vida en casa por la Pandemia, perdiendo en muchos casos, el valor de jugar con otros niños, ensuciarse y caerse como todos los niños de todas las generaciones pasadas.

Escuchémoslos más y entendámoslos más para **estar a la altura de sus demandas y necesidades** creando productos, servicios y comunicaciones relevantes para ellos.

Este Día de Niñas y Niños te invitamos a pensar y hacer diferente, a romper viejos patrones y celebrar sus derechos, su ingenuidad y por sobre todo su alma libre.

Sigamos transformando juntos la forma de comunicar.
¿Hagamos de esta celebración una diferente?

Hablemos 🤝

Equipo estrategia.



Macarena
Guzmán



Loreto
Mery



Catalina
González



Sofía
Pérez



“El internet es bueno porque el conocimiento es poder y el poder es poderoso. Porque puedes mirar las respuestas de tu tarea de matemáticas”

¡Feliz día del Niñ@! 🌈

GRUPO RAYA®

Día del Niño y Niña

Julio 2022

INFLAMABLE RAYA swell

