

**KI:DSCOR:P**  
YOUR KIDTECH PARTNER

# TOP BRANDS

Segmento U18

2022



**COLOMBIA**

Febrero 2023

## Sabemos que...

...el segmento U18 está cada vez más vinculado con las marcas desde pequeños, destacando el contenido comunicado y el poder de identificación que sienten con ellas.



**100%**

tiene una marca favorita



**78%**

Vio su anuncio favorito en formato ON



**6 de cada 10**

Le pide a sus padres que le compren el producto visto en una publicidad recientemente



**30%**

Busca info de la marca luego de ver la publicidad

En este contexto es clave monitorear la preferencia de los *kids & teens* en términos de marcas favoritas a nivel general y en cada categoría puntual.

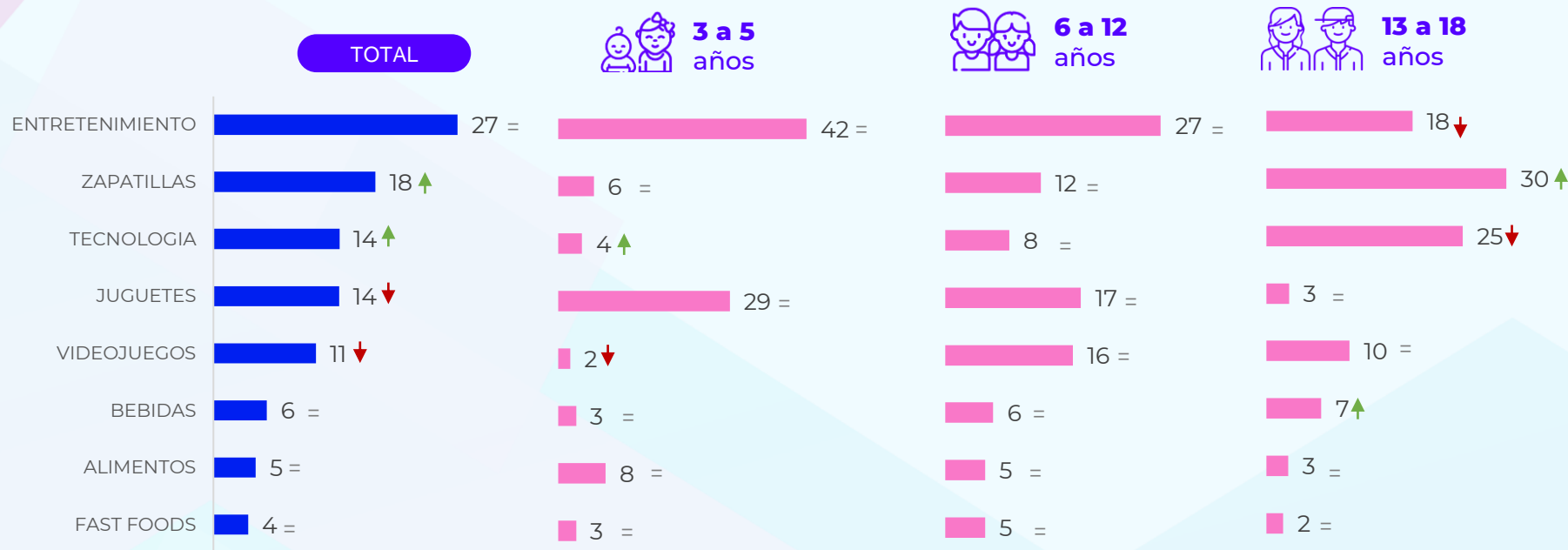




# MARCAS FAVORITAS

En el 2022, las marcas de entretenimiento mantienen su liderazgo, seguidas por players de zapatillas y tecnología, categorías que crecen de posición vs. el 2021.

En términos de categorías, las marcas de **entretenimiento** mantienen el liderazgo. Las marcas de **zapatillas y tecnología** crecen, pasando a ocupar el 2do lugar y 3er lugar.



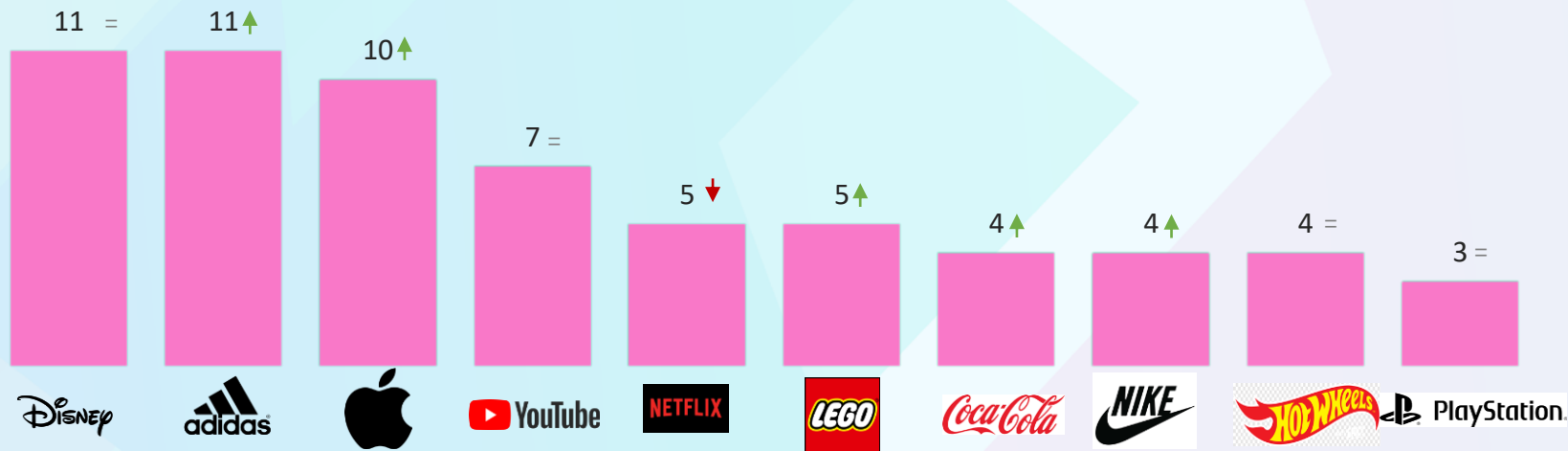
Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓



Ahora bien, sea cual sea la categoría,  
**¿Cuál es la marca favorita  
de *kids & teens* de  
Colombia?**

# Marcas Favoritas

Continúa el contexto de **alta fragmentación**. El top lo comparten Disney (que mantienen el liderazgo) y Adidas que crece vs. 2021.



Movimientos en posición del top de marcas vs 2021 = ↑ ↓

Las principales marcas, a pesar de presentar algunos movimientos, logran permanecer en el top 10 del ranking.

 **Niños**  
**MAYOR PREFERENCIA**







	3-5 años	6-12 años	13-18 años
1º	Disney (18%) =	Adidas (10%) ↑	Adidas (24%) =
2º	Hot Wheels (16%) =	Hot Wheels (8%) ↑	Apple (14%) =
3º	LEGO (12%) ↑	Minecraft (8%) =	Nike (11%) =
4º	Adidas (9%) ↑	Marvel (7%) ↑	PlayStation (8%) =
5º	Youtube (7%) ↓	LEGO (7%) ↓	Youtube (6%) ↑
6º	Netflix (6%) ↑	PlayStation (6%) ↓	Netflix (4%) ↓
7º	Samsung (4%) ↑	Youtube (6%) =	Xbox (4%) =
8º	Coca-Cola (4%) ↑	Disney (6%) ↓	Coca-Cola (3%) ↑
9º	McDonald's (3%) ↓	Coca-Cola (5%) ↑	LEGO (3%) ↑
10º	Marvel (2%) ↓	McDonald's (5%) ↑	Minecraft (3%) ↑

Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

**Barbie y Disney** sostienen su claro liderazgo entre las *pre-schoolers* y las *kids*.

Entre las **teens** **marcas de zapatillas** crecieron, lo que ayudó a que la categoría quede en primer lugar en el segmento.



**Niñas**

**MAYOR PREFERENCIA**

Disney



Barbie

	3-5 años	6-12 años	13-18 años
1º	Disney (38%) =	Disney (17%) =	Iphone (26%) =
2º	Barbie (8%) =	Barbie (12%) =	Adidas (10%) ↑
3º	Netflix (7%) ↑	Youtube (8%) ↑	Coca-Cola (7%) ↑
4º	Youtube (6%) ↓	Adidas (7%) ↑	Nike (7%) ↑
5º	LEGO (5%) ↑	Apple (6%) ↑	Netflix (6%) ↓
6º	PAW Patrol (3%) ↑	Netflix (5%) ↓	Converse (6%) ↑
7º	Adidas (3%) ↑	McDonald's (5%) ↓	Youtube (6%) ↓
8º	McDonald's (2%) ↑	Coca-Cola (4%) ↑	Samsung (5%) ↓
9º	LOL / LOL Dolls (2%) ↓	Roblox (4%) ↓	Disney (5%) ↓
10º	Jet (2%) ↑	LEGO (3%) ↑	BTS (5%) ↑

Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓



El vínculo comienza a destacarse por ser una marca **que los haga feliz y divertida**. Con los años, **la calidad y la confianza** cobran más sentido



En el 2022 se observa más relevancia en **la calidad y la recomendación de los influencers**.



Movimientos vs 2021 ↑ ↓

Base: Entrevistados con marca favorita

M2. ¿Por qué razones es tu marca favorita?

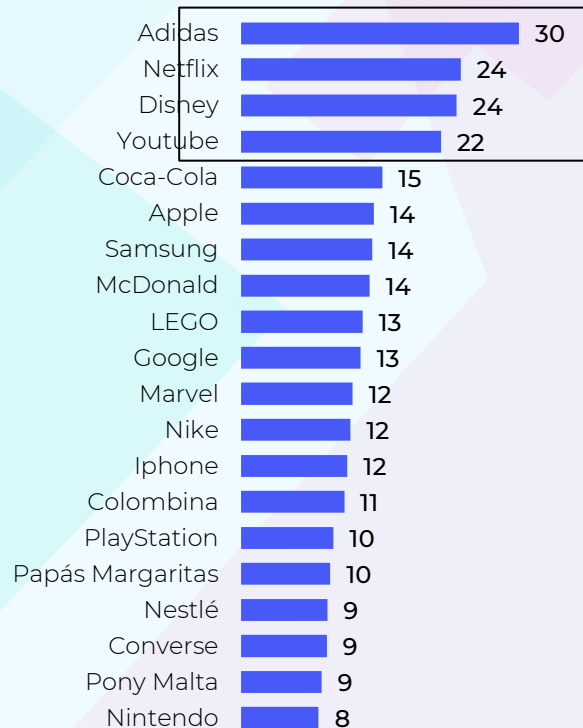
# Marcas que generan más confianza



**Categorías**

Zapatillas  
Entretenimiento  
Bebidas

> La **confianza** en marcas de **tecnología y zapatillas** crece junto con la edad.



Mantienen el liderazgo en marcas más confiables



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =



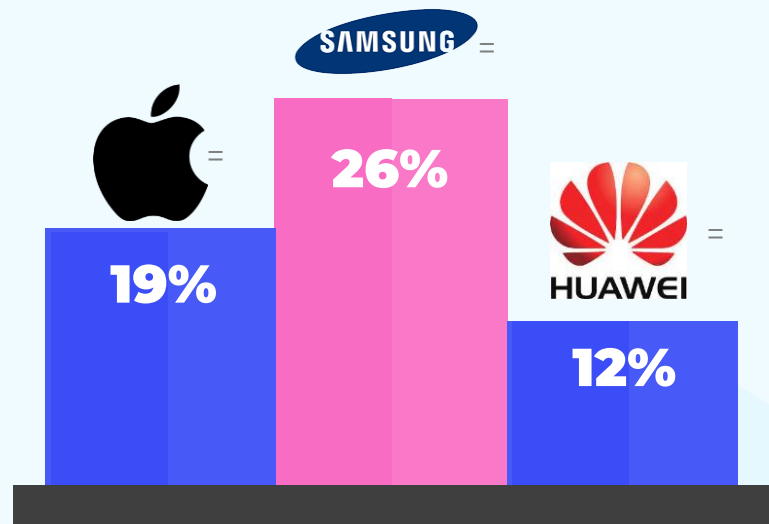
# **TOP 3**

## **de marca favorita por categoría**

## TECNOLOGÍA



Al preguntar especialmente por marcas de tecnología, **Samsung, Apple y Huawei** mantienen su liderazgo en la categoría.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =  

## ZAPATILLAS



En zapatillas, el podio se mantiene estable vs 2021



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

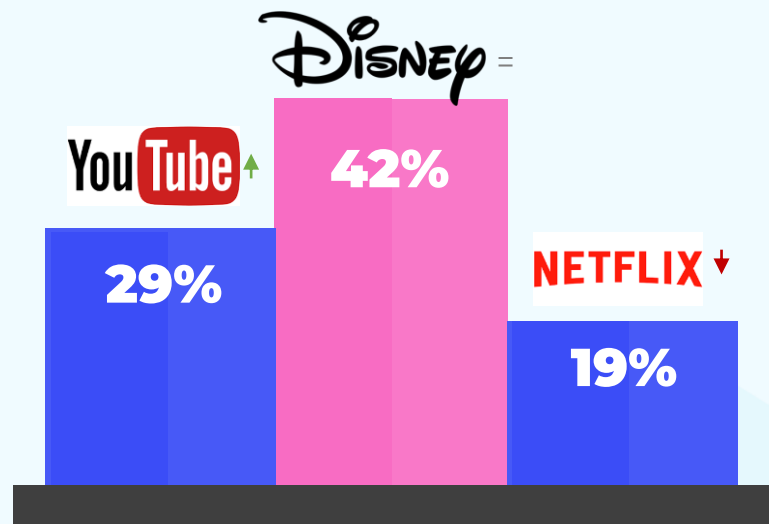
Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de zapatillas?

## ENTRETENIMIENTO



Las marcas del podio son las mismas que en el 2021. Sin embargo, Youtube logra crecer y conquistar el 2do lugar, desplazando a Netflix al 3ro.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

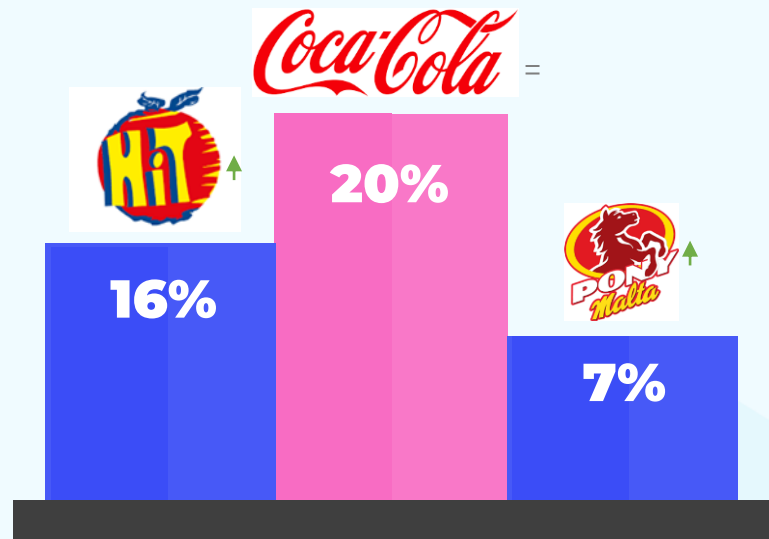
Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de ....?

## BEBIDAS



Coca Cola mantiene su liderazgo. Jugos Hit y Pony Malta crecen, conquistando el 2do y el 3er lugar.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de ...?

## GALLETAS



El podio se mantiene estable vs. 2021.  
Vale destacar que el gap entre **Oreo** y **Festival** se reduce.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

Base: Total entrevistados

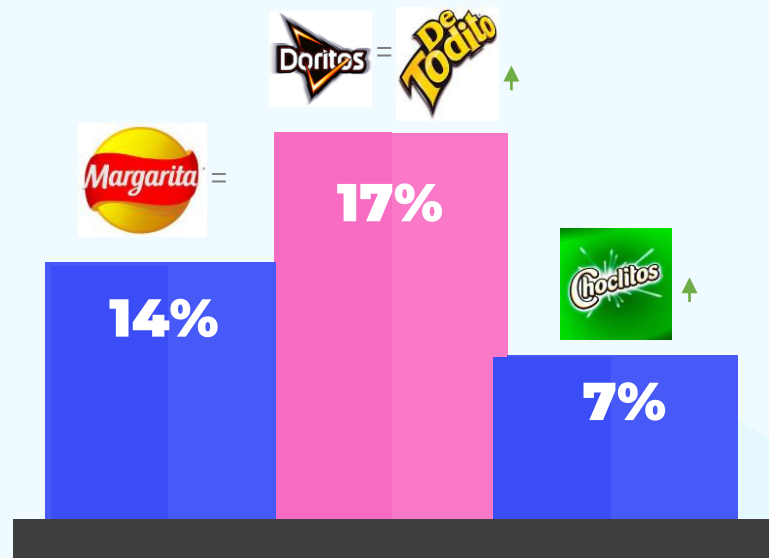
¿Cuál es tu marca favorita de...?



## SNACKS



**De Todito** crece, y pasa a compartir el 1er lugar junto a **Doritos**.  
**Margarita** sostiene el 2do lugar, y **Choclitos** logra conquistar el 3er lugar.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

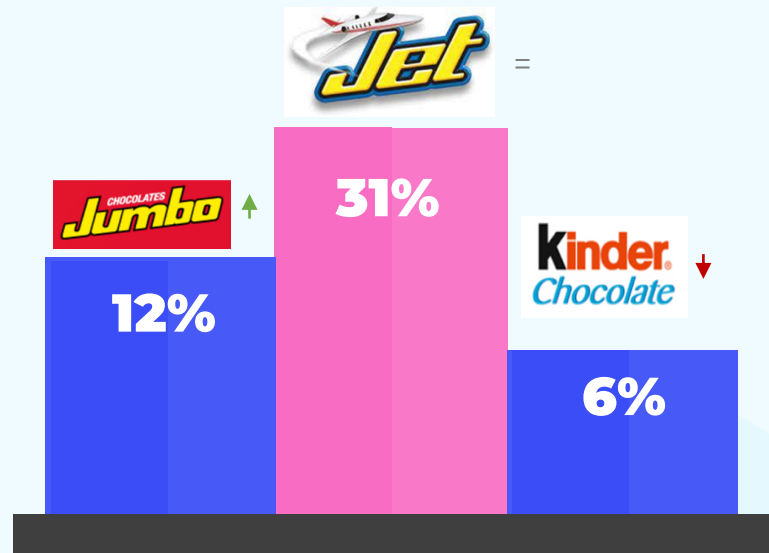
Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de ....?

## CHOCOLATES



Las tres marcas logran mantenerse en el podio.  
**Jumbo** crece, y ocupa el 2do lugar, desplazando a **Kinder** a la tercera posición



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

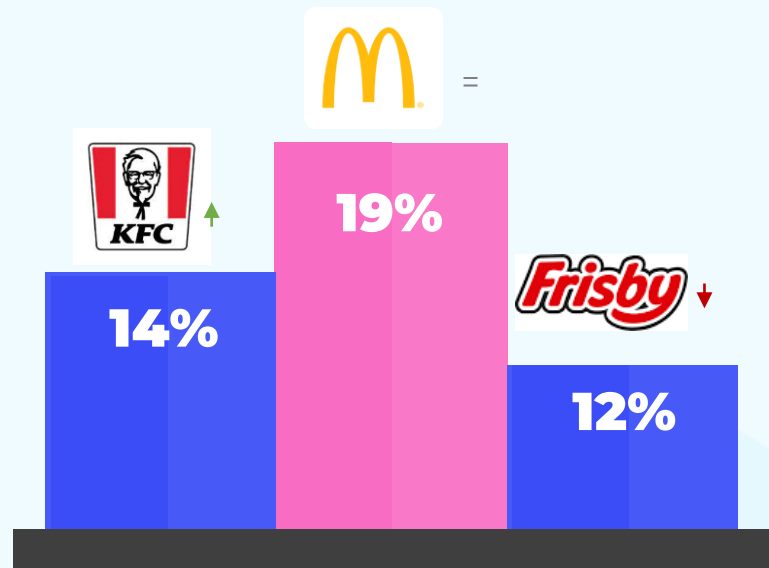
Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de...?

## FAST FOOD



Mc Donald's mantiene su liderazgo.  
KFC crece y ocupa el 2do lugar,  
desplazando a Frisby al 3er puesto



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita, de...?

## En síntesis

Los *kids & teens* siguen manifestando reconocimiento e interés en lo que dicen y hacen las marcas, identificando sus players favoritos y el por qué de esta elección.

En 2022, las marcas de entretenimiento mantuvieron su liderazgo, seguidas por marcas de zapatillas y tecnología que crecen en el ranking, producto de la fuerza especialmente de los teens.

Asimismo, sigue siendo relevante comunicar desde un lugar divertido y que los haga felices, pero empieza a cobrar relevancia la calidad, el contenido y la recomendación de los influencers.

Sin lugar a dudas, estos *key drivers* no son lo mismo para todos los targets, ni para todas las marcas. Accionar efectivamente en función de ellos es el gran desafío para el 2023



## FICHA TÉCNICA

### TARGET

Niñas y niños de 3 a 18 años,  
residentes en Colombia. Muestra  
representativa Nacional de  
la Población conectada



### FECHA DE CAMPO

Del 1 enero al 15 de  
diciembre de 2022



### METODOLOGÍA

Encuestas online, a través de panel.

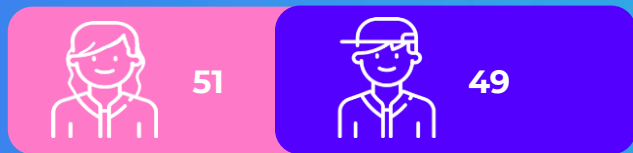
Los niños y las niñas de 3 a 5 años  
contestan con los padres/madres.



**4867 casos**



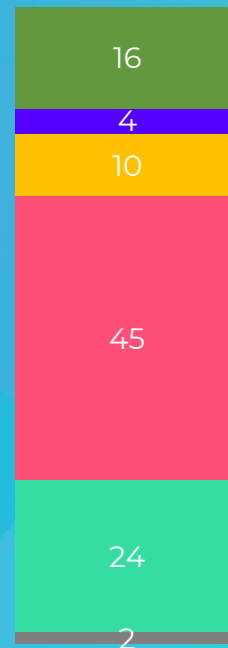
## MUESTRA REGIONAL



- Estrato 5/ 5 (Medio Alto/ Alto)
- Estrato 3 y 4 (medio)
- Estrato 2 (bajo)



■ 3-5 años   ■ 6-12 años   ■ 13-18 años



- Pacífica
- Orinoquia
- Oriental
- Centro
- Atlántica
- Amazónica





# ¡Muchas gracias!

**Gastón Stochyk**  
Chief Data Officer

[gstochyk@kidscorp.digital](mailto:gstochyk@kidscorp.digital)