



TOP BRANDS

Segmento U18
2022



COLOMBIA

Febrero 2023



Sabemos que...

...el segmento U18 está cada vez están 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.

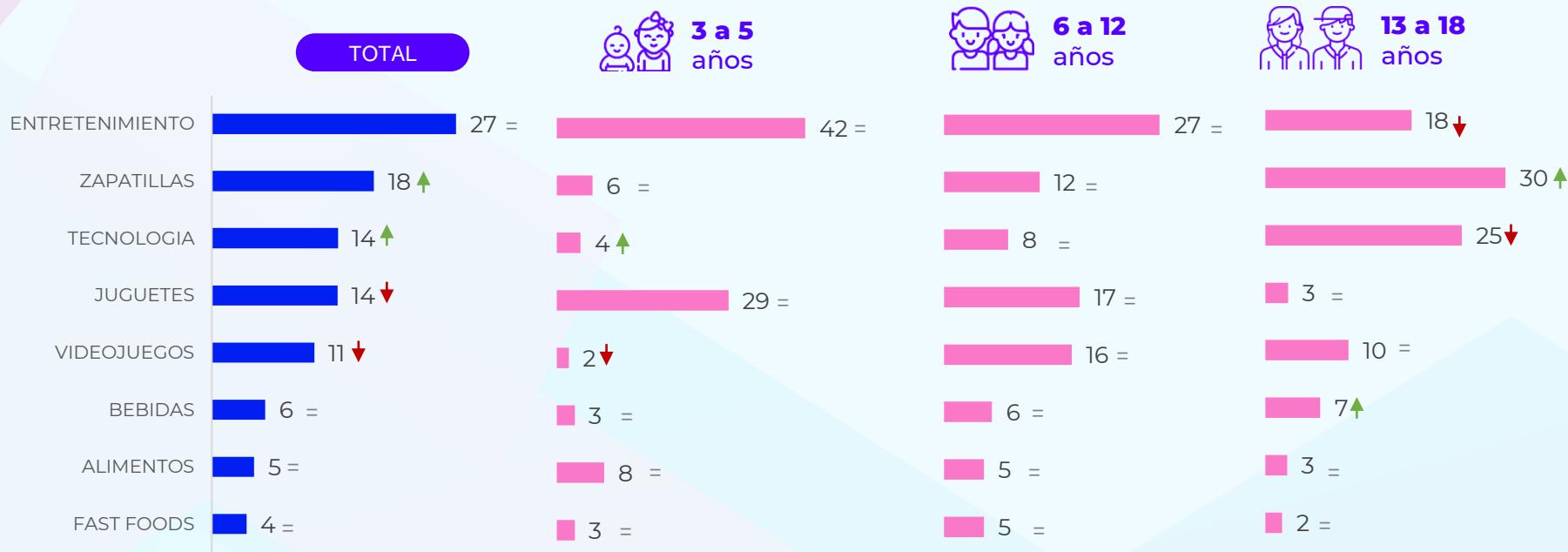




MARCAS FAVORITAS

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 = ↑ ↓

Base: Total entrevistados

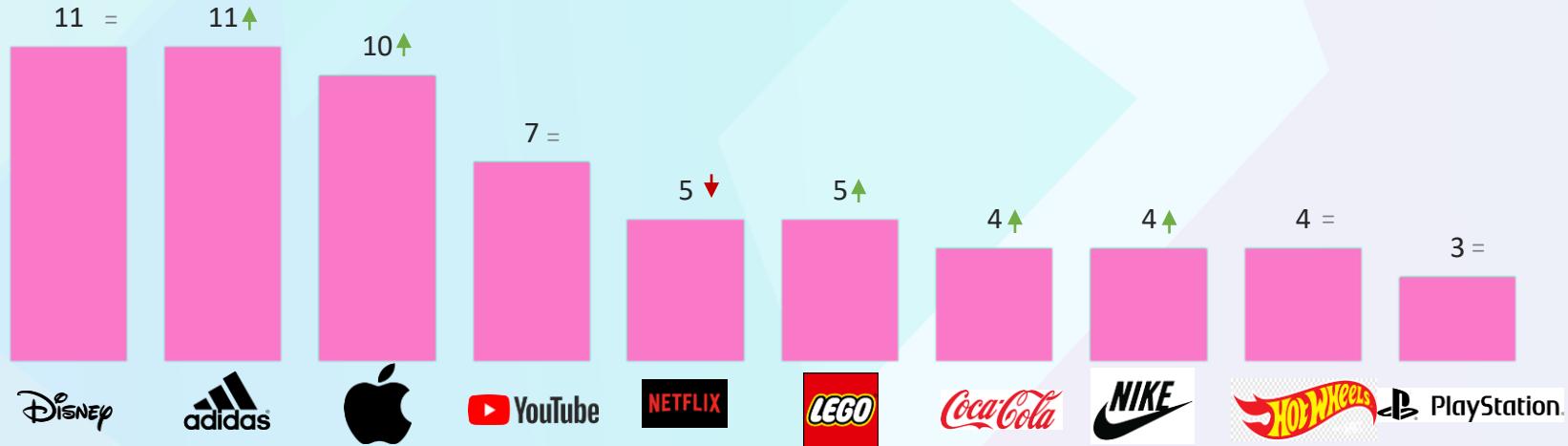
M1. ¿Cuál es tu marca favorita? RU



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

Marcas Favoritas

Continua 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.



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 = ▲ ▼



Base: Total entrevistados

M5. ¿En dónde has visto/ escuchado tu anuncio favorito? RM

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.



MAYOR PREFERENCIA



	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 = ↑ ↓



Base: Total entrevistados

M5. ¿En dónde has visto/ escuchado tu anuncio favorito? RM

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 ↑ ↓



Marcas que generan más confianza



Categorías

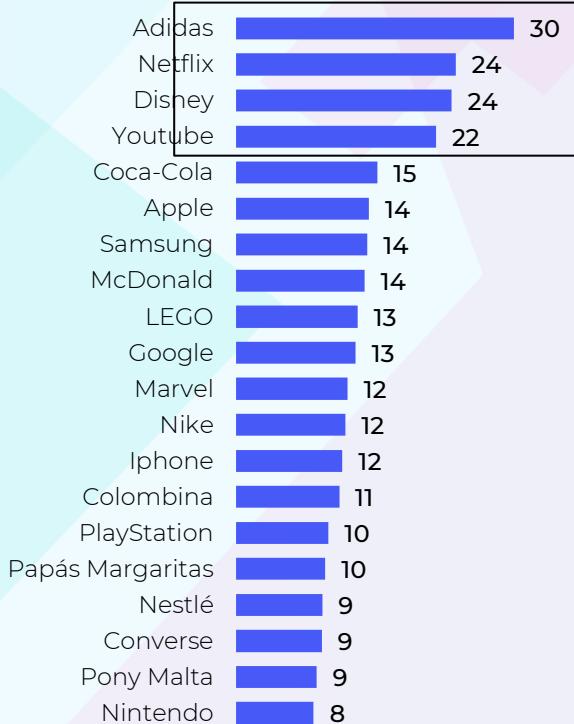
Zapatillas
Entretenimiento
Bebidas

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



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

Base: Total entrevistados



Mantienen el liderazgo en marcas más confiables

M3. ¿Qué marca o marcas asocia a la siguiente frase? "Es una marca en la que confío" RM GUIADO

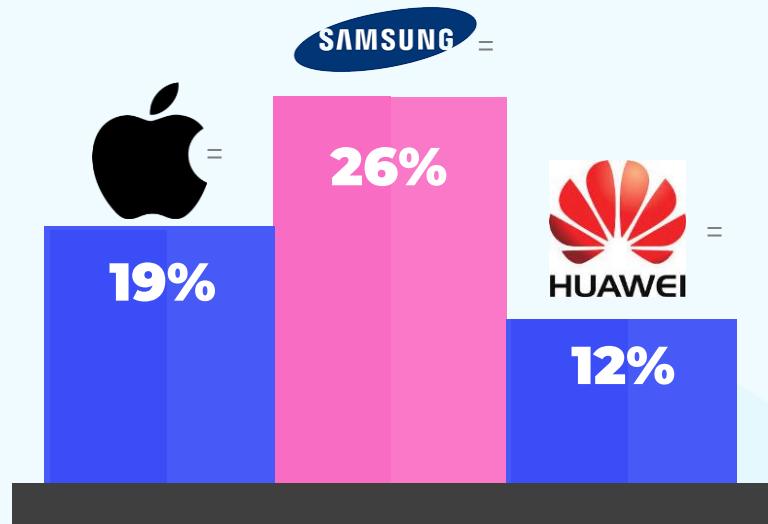


TOP 3 de marca favorita por categoría

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 =

Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de dispositivos electrónicos (smartphones, tablets, consolas, altavoces, auriculares, etc?)

ZAPATILLAS



En zapatillas, el podio se mantiene estable vs 2021



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

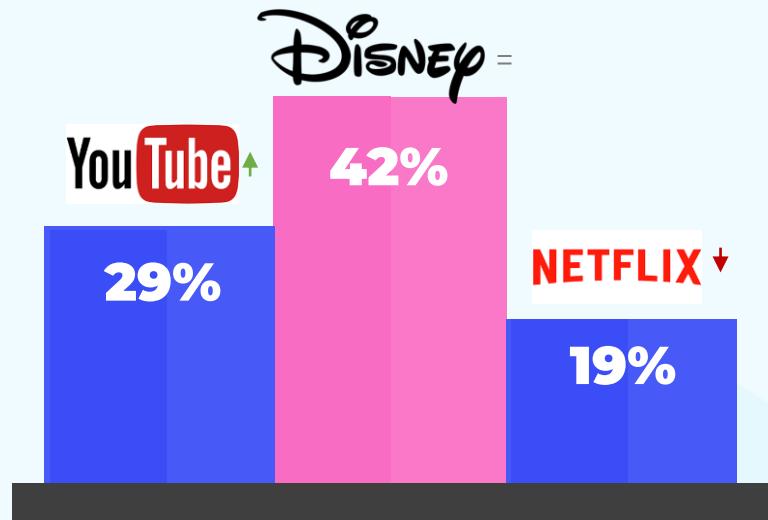
Base: Total entrevistados

¿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 de 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

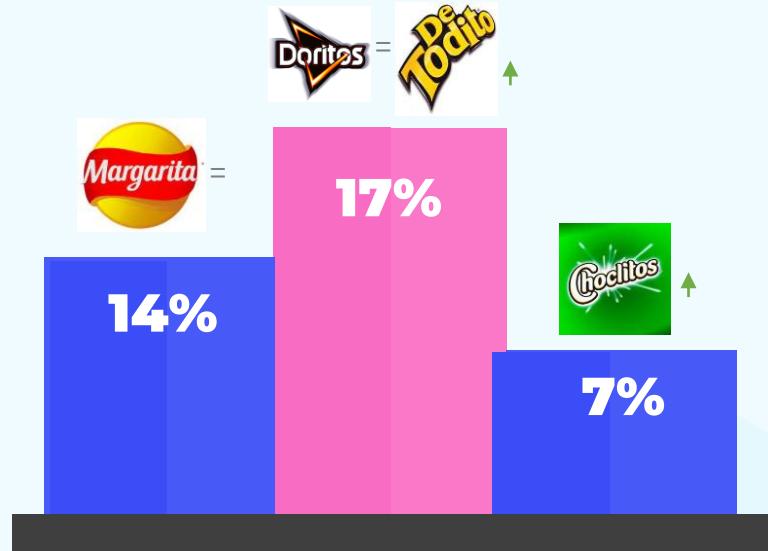
¿Cuál es tu marca favorita de....?

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

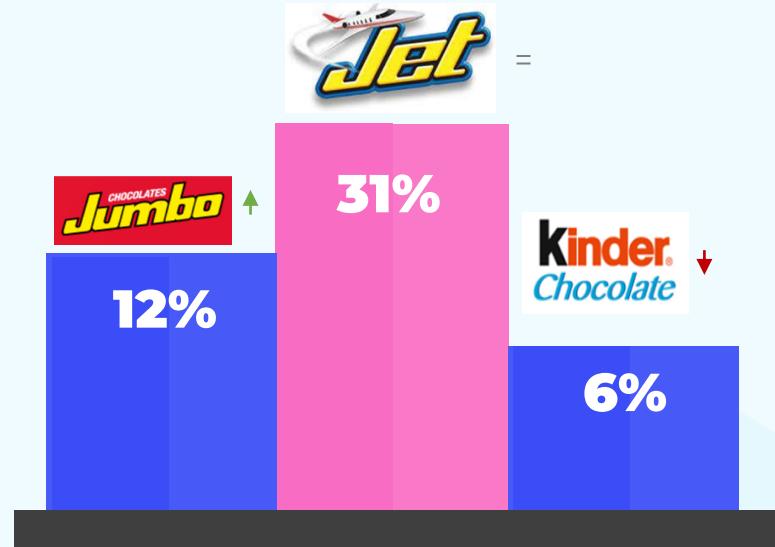
¿Cuál es tu marca favorita de ...?

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 = ▲ ▼

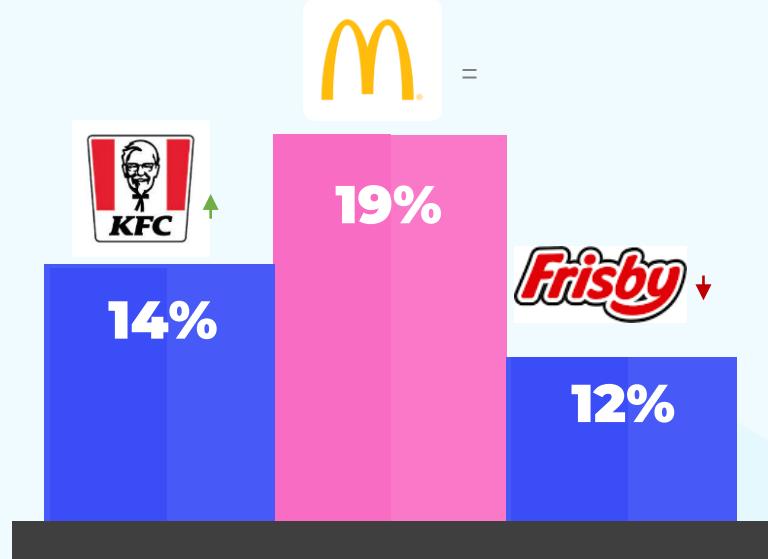
Base: Total entrevistados

¿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 =

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



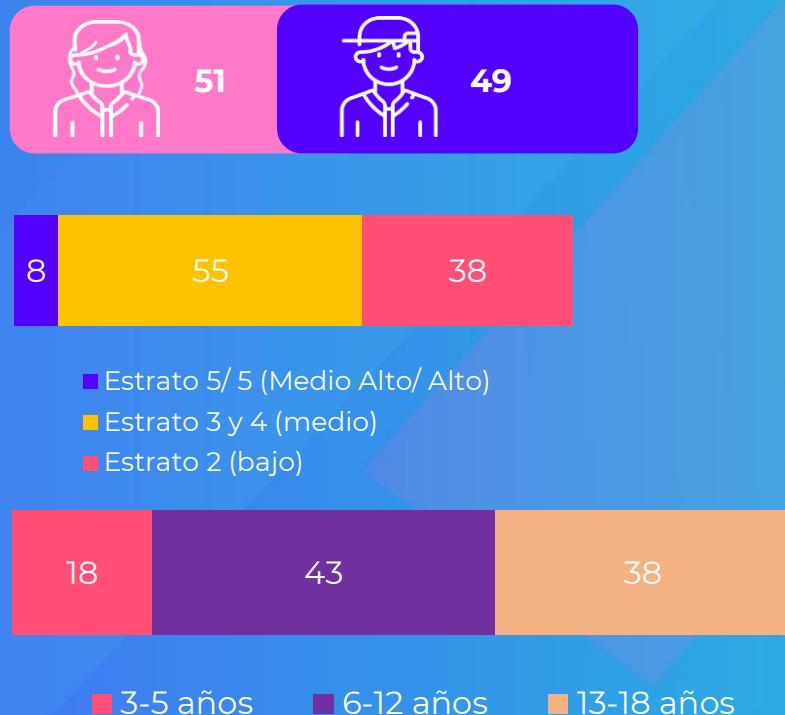
METODOLOGÍA

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





¡Muchas gracias!

Gastón Stochyk
Chief Data Officer

gstochyk@kidscorp.digital