

KI:DSCOR:P
YOUR KIDTECH PARTNER

TOP BRANDS

Segmento U18

2022



CHILE

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.



80%

Vio su anuncio favorito en formato ON.



5 de cada 10

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



23%

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.



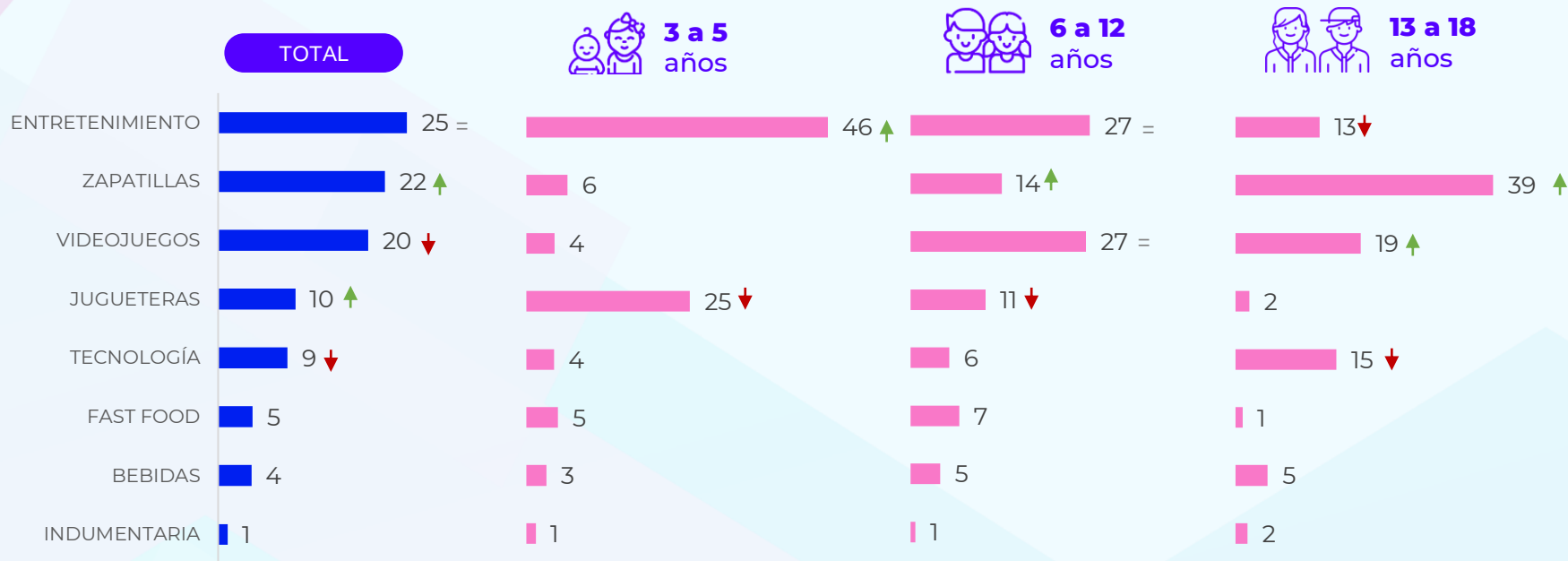


MARCAS FAVORITAS

En el 2022 las marcas de **entretenimiento** mantienen el liderazgo, y las de **zapatillas** crecen y ocupan el 2° lugar.

En términos de categorías, las marcas de entretenimiento mantienen el primer lugar.

Por su parte, las de **zapatillas** cobran relevancia (especialmente entre los kids y los teens) y pasan a ocupar 2° puesto.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓



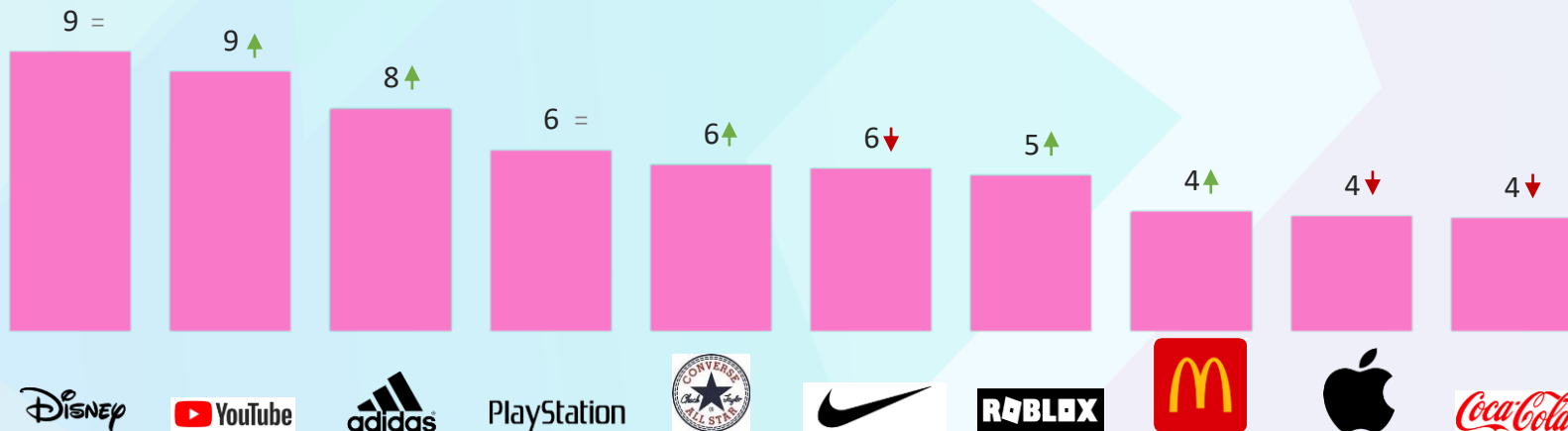
Ahora bien, sea cual sea la categoría,

**¿Cuál es la marca favorita
de *kids & teens* de Chile?**

Top 10

Marcas Favoritas

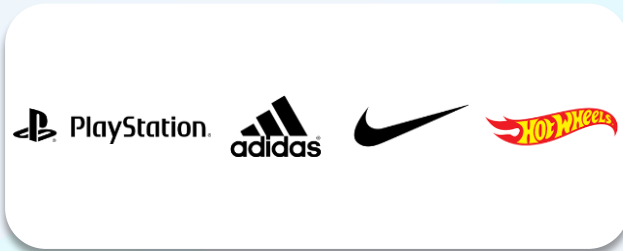
Continúa el contexto de **alta fragmentación**, con el mismo set de marcas en el top 10 vs. el 2021



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

YouTube: una de las marcas ganadoras del año, ya que crece en los tres segmentos.

Entre los teens, las marcas de zapatillas mejoran su posición, driveando el crecimiento a nivel total categoría.



	3-5 años	6-12 años	13-18 años
1º	Youtube (23%) ↑	Nintendo (9%) ↑	PlayStation (21%) ↑
2º	Marvel (12%) ↑	Youtube (9%) ↑	Adidas (16%) ↑
3º	Hot Wheels (11%) ↓	PlayStation (8%) ↓	Nike (11%) ↑
4º	Disney (8%) ↓	McDonald's (7%) ↑	Converse (5%) ↑
5º	Play-Doh (5%) ↑	Adidas (7%) ↑	Xbox (5%) ↑
6º	PAW Patrol (5%) ↑	Minecraft (7%) ↑	Youtube (4%) ↑
7º	Coca-Cola (5%) ↑	Disney (7%) ↑	Nintendo (4%) ↑
8º	PlayStation (4%) ↑	Roblox (6%) ↑	Apple (4%) ↓
9º	Nike (3%) ↓	Hot Wheels (6%) ↓	Coca-Cola (3%) =
10º	Roblox (3%) ↑	LEGO (5%) ↓	Vans (3%) ↓

Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

Se perciben algunos movimientos en las posiciones del ranking.
 Las marcas de zapatillas crecen, empujando también el crecimiento de la categoría a nivel total.



MAYOR PREFERENCIA



	3-5 años	6-12 años	13-18 años
1º	Disney (34%) =	Disney (17%) =	Converse (15%) ↑
2º	PAW Patrol (6%) ↑	Roblox (16%) =	Apple (12%) ↓
3º	McDonald's (6%) ↑	Converse (9%) ↑	Nike (9%) ↑
4º	Youtube (6%) ↓	Youtube (7%) ↑	Youtube (9%) ↑
5º	Play-Doh (6%) ↓	McDonald's (6%) ↑	Vans (9%) =
6º	Netflix (4%) ↑	Netflix (5%) ↓	Adidas (8%) =
7º	Adidas (4%) ↑	Minecraft (5%) ↑	Samsung (7%) ↓
8º	Iphone (4%) ↑	Coca-Cola (4%) ↓	Coca-Cola (7%) ↑
9º	Hasbro (2%) ↑	Adidas (4%) =	Netflix (3%) ↓
10º	Oreo (2%) ↑	Marvel (3%) ↑	Marvel (3%) ↑

Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

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



Movimientos vs 2021  

Base: Entrevistados con marca favorita

M2. ¿Por qué razones es tu marca favorita?

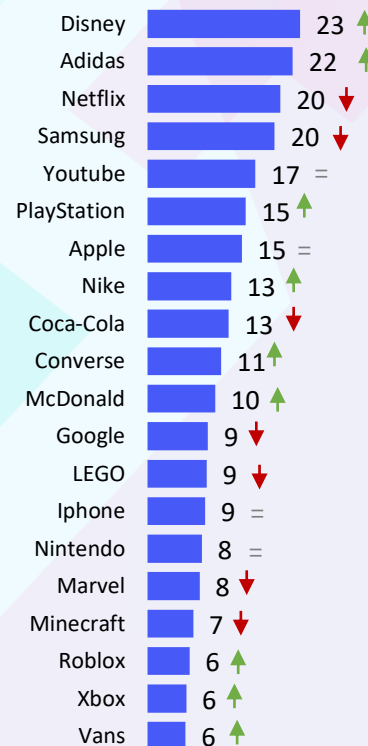
Marcas que generan más confianza



Categorías

Zapatillas
Entretenimiento
Tecnología

- > La **confianza** en marcas de **tecnología y zapatillas** crece junto con la edad.
- > Entre las **mujeres aumenta la confianza** en marcas de **entretenimiento, juguetes y cuidado personal**



Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

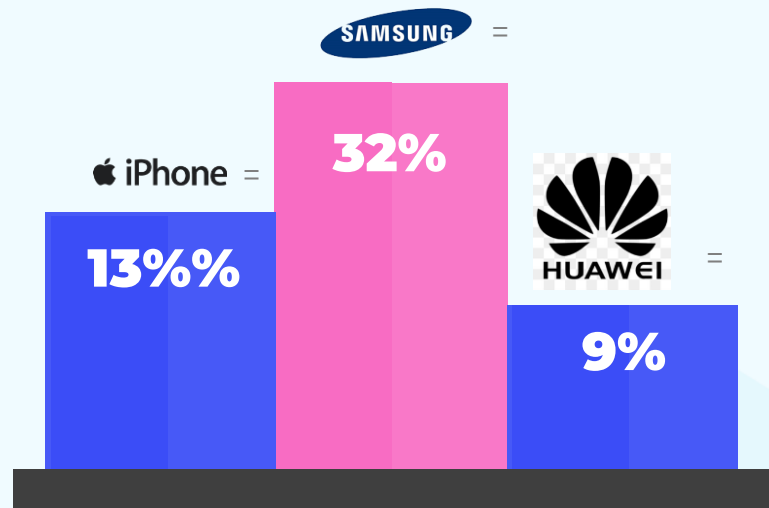


TOP 3 **de marca favorita** **por categoría**

TECNOLOGÍA



Al preguntar especialmente por marcas de tecnología, el podio se mantiene **estable** respecto al 2021.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =  

ZAPATILLAS



Adidas y Nike mantienen su liderazgo.
Converse, crece y alcanza el 3° lugar.

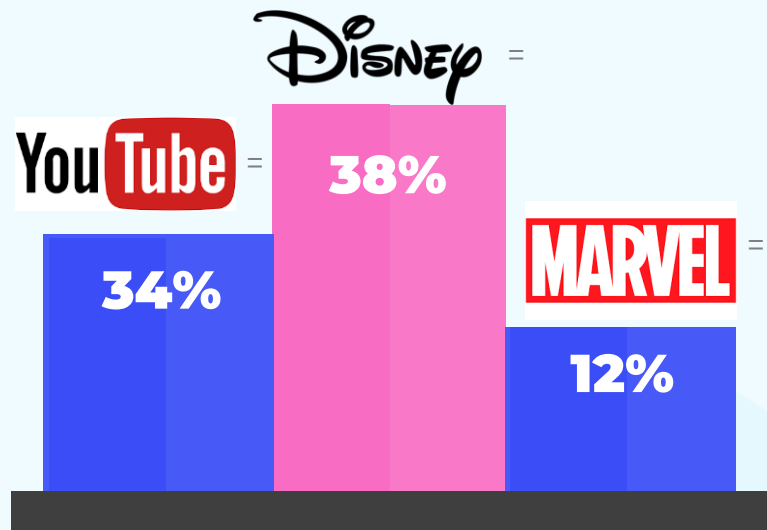


Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

ENTRETENIMIENTO



El podio se mantiene estable vs. 2021.



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

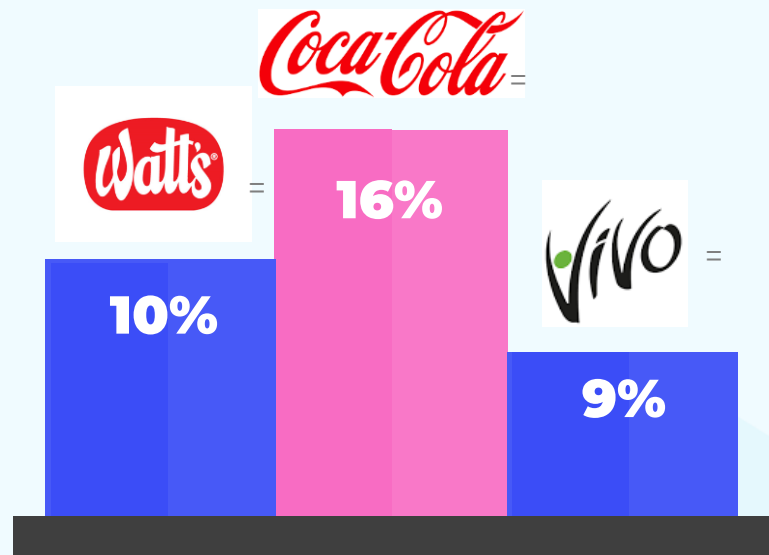
Base: Total entrevistados

¿Cuál es tu marca favorita de ...?

BEBIDAS



Los líderes de la categoría mantienen su liderazgo.
Coca Cola pierde 12 pp, pero logra retener el 1° puesto



Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

Base: Total entrevistados

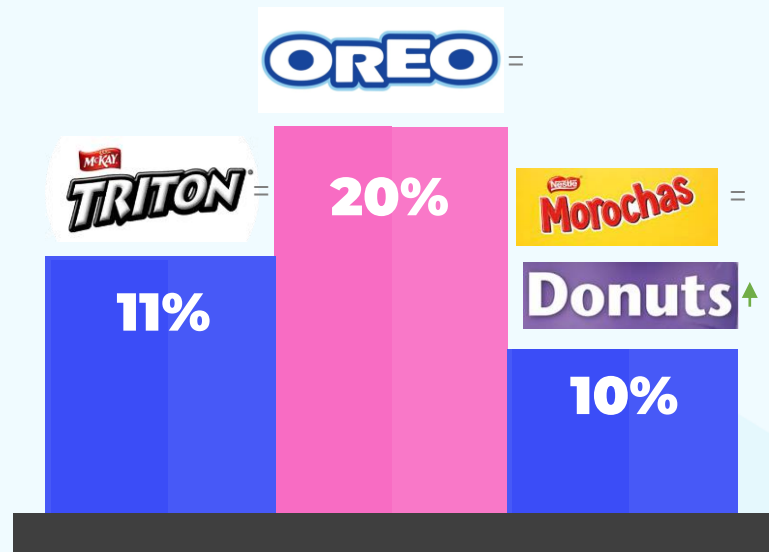
¿Cuál es tu marca favorita de...?

Galletas



Un podio estable vs. 2021.

Donuts crece y logra compartir el 3° lugar con **Morocha**.

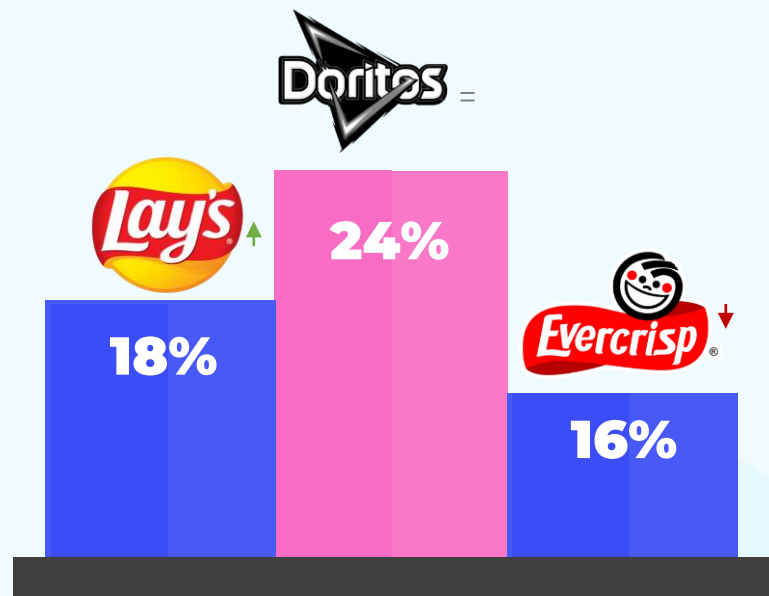


Movimientos en posición del ranking vs 2021 =

SNACKS



Doritos mantiene su liderazgo.
Lay's crece y logra conquistar el 2º lugar,
desplazando a Evercrisp a la 3ª posición.

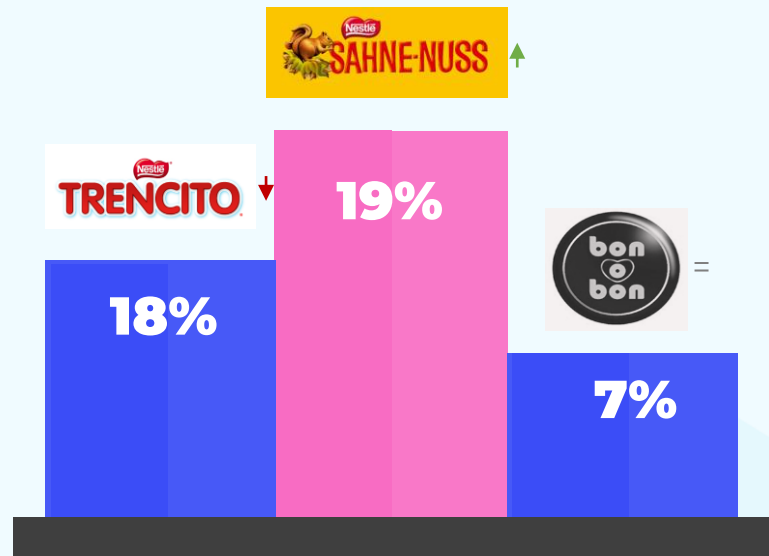


Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

CHOCOLATES



Sahne-Nuss y Trencito con una volarozación muy similar, quedando la marca de **Nestlé** en la primera posición. **Bon o Bon** estable, en el 3° lugar.

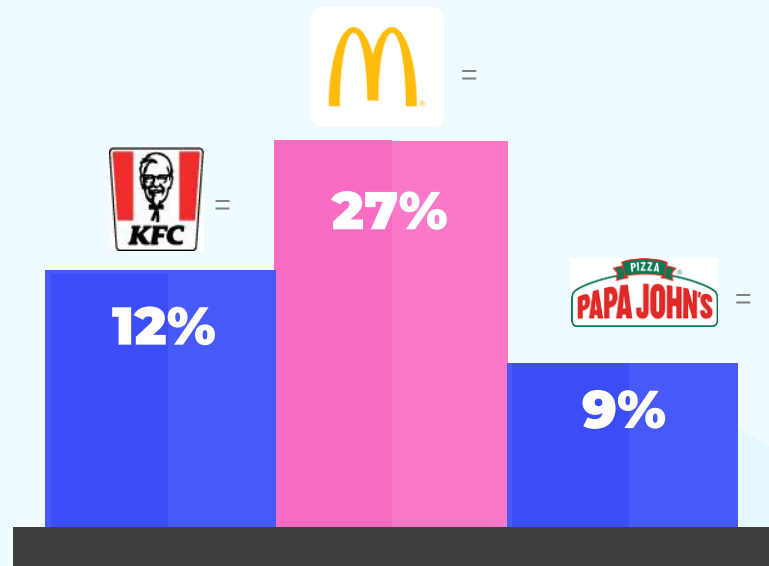


Movimientos en posición del ranking vs 2021 = ↑ ↓

FAST FOOD



En Fast Food, el podio se mantiene estable, liderado por **Mc Donalds** con un amplio gap vs los otros dos players.



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 **zapatillas** lograron conquistar el 2° lugar del podio, principalmente por la elección de los *kids y los teens*.

Asimismo, sigue siendo relevante comunicar desde un lugar divertido y que los haga felices, pero empieza a cobrar relevancia **la calidad, contenido, y confianza**, especialmente entre los más grandes.

Sin lugar a dudas, estos key drivers no son los mismos 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 Chile. 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.

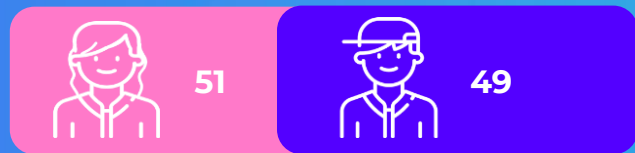
Los niños y las niñas de 3 a 5 años contestan con los padres/madres.



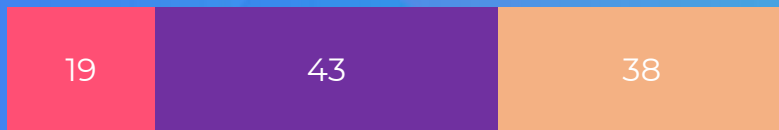
4.859 casos



MUESTRA REGIONAL



■ ABC1 ■ C2C3 ■ D



■ 3-5 años ■ 6-12 años ■ 13-18 años



■ Sur
■ Centro sur
■ Centro norte
■ Norte





¡Muchas gracias!

Gastón Stochyk
Chief Data Officer

gstochyk@kidscorp.digital