KIDSCORP
TU KIDTECH PARTNER EN LATAM

TOP BRANDS KIDS AND TEENS 2021

PERÚ

KI:DSCOR:P
TU KIDTECH PARTNER EN LATAM

Sabemos que...

El poder de los Kids & Teens en cuanto a qué quieren y cómo conseguirlo ha crecido en las últimas décadas.

No sólo se encuentran fuertemente expuestos a los medios digitales, sino que muchos de ellos poseen dispositivos de uso propio (85%) e incluso 4 de cada 10 cuentan con acceso a su propio dinero. Sin lugar a dudas, están en constante contacto con las marcas, generando vínculos de preferencia y confianza.

Experiencias tanto funcionales como emocionales cobran relevancia y son clave al momento de construir dichos vínculos; se sienten atraídos por marcas que los diviertan, sean de calidad, y sobre todo, que los hagan felices.

Gastón Stochyk

MANAGING DIRECTOR ASKIDS

askids

THE NEW INSIGHT GENERATION

Insights Portal de Askids: Tus respuestas sobre el segmento kids & teens

Nos preguntamos

¿Cuáles son las marcas favoritas de los KIDS & TEENS de Perú? ¿Por qué motivos las eligen?

¿En qué marcas confían?

¿Cómo conectar con los Kids & Teens desde las marcas?

¿De qué marcas son los anuncios que prefieren? ¿Cómo impactan estos anuncios en los comportamientos?

Y través del Insights Portal de Askids nos contactamos con más de 3.000 Kids & Teens de Perú para conocer sus respuesta

askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

FACT # 1

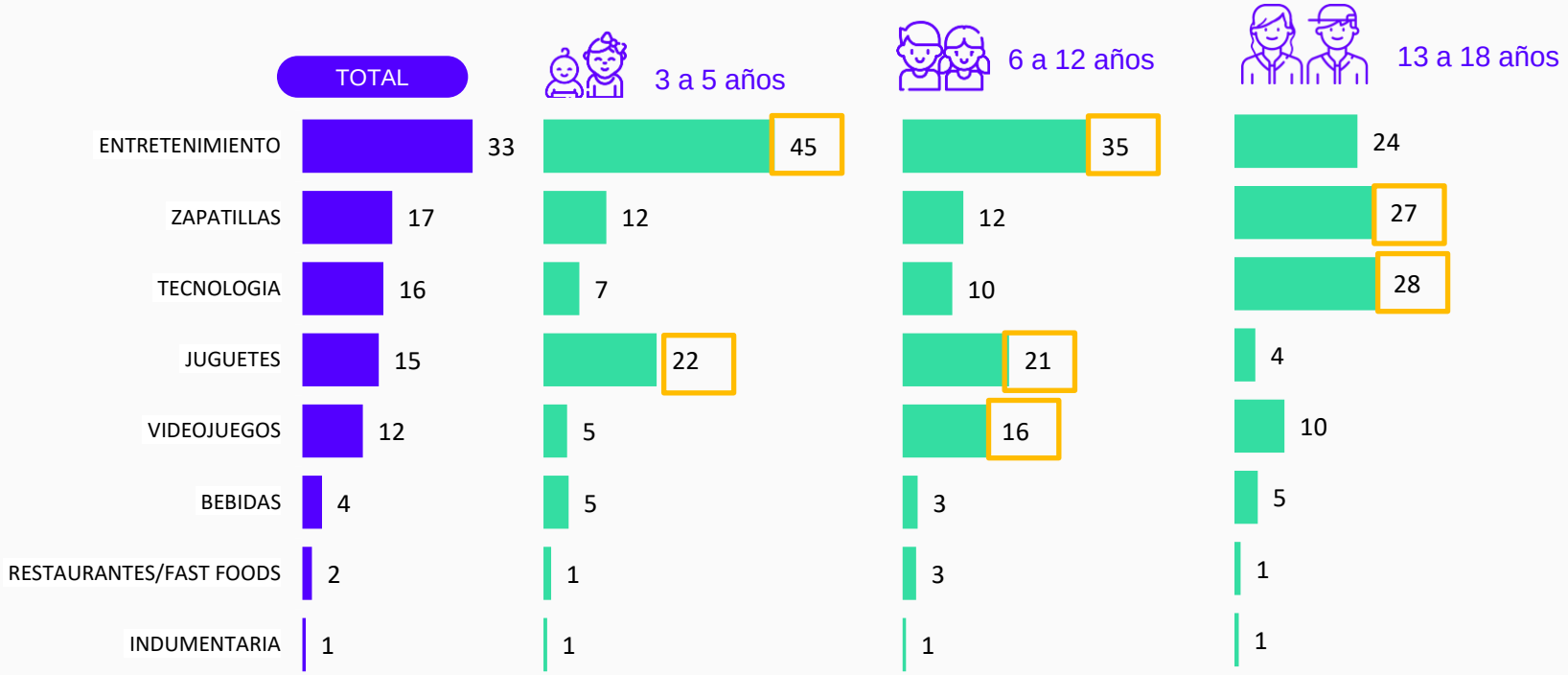
Marcas favoritas:

Los más pequeños se inclinan fuertemente por marcas de Entretenimiento

A medida que crecen, cobra relevancia las marcas de videojuegos, y ya en los Teens las de zapatillas y tecnología.

Entretenimiento es la categoría que más vínculo generan con el target

Luego, zapatillas, tecnologia y juguetes



Base: Total entrevistados

M1. ¿Cuál es tu marca favorita? Por favor escribe a continuación. RU GUIADO

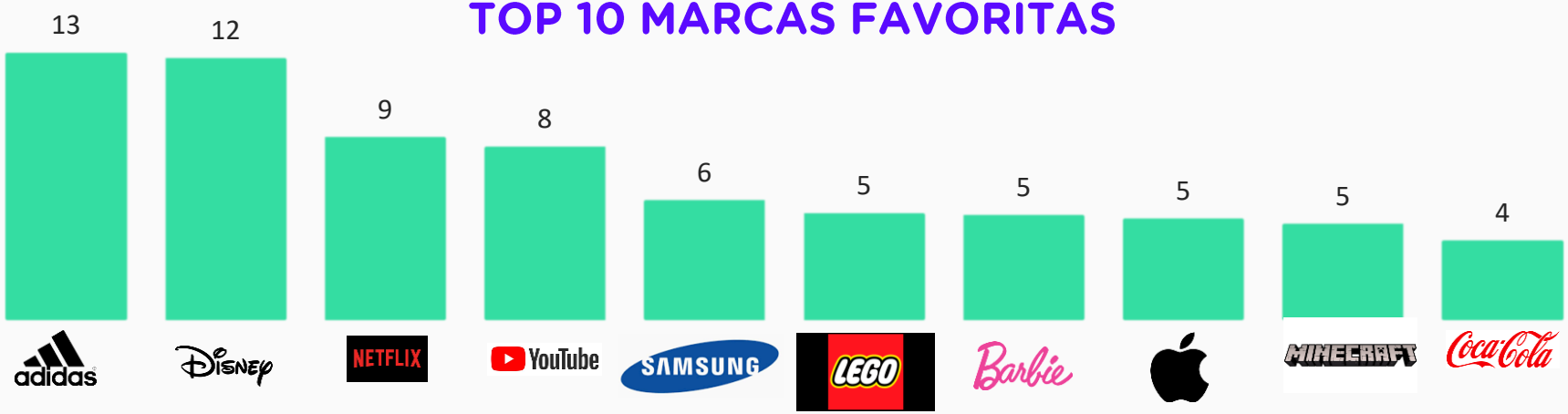
Ahora bien, sea cual sea la categoría,
¿Cuál es la marca favorita de Kids & Teens de Perú?

askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

En un contexto de alta fragmentación Adidas y Disney lidera la preferencia. Luego Netflix y YouTube

Datos en %

TOP 10 MARCAS FAVORITAS



Base: Total entrevistados

M1. ¿Cuál es tu marca favorita? Por favor escribe a continuación. RU GUIADO

Disney con más preferencia entre los de menos edad
Entre los teens lideran Adidas, Netflix y Samsung

Adidas lidera la preferencia en los 3 segmentos etarios de varones, sin embargo a medida que aumenta la edad, Adidas logra un mayor gap con respecto a la marca ubicada en segundo lugar.
En el caso de los más chiquitos Disney y YouTube están muy cerca de Adidas.

Disney es la marca preferida de 4 de cada 10 niñas pequeñas de Perú
Entre Kids de 6 a 12 años Disney también lidera la preferencia pero seguida por Barbie.
En Teens: Adidas y Samsung.

	3-5 años	%	6-12 años	%	13-18 años	%
1º	Adidas	15	Adidas	13	Adidas	19
2º	Disney	14	Minecraft	11	Netflix	12
3º	Youtube	14	LEGO	9	PlayStation	12
4º	LEGO	10	Disney	8	Samsung	8
5º	Hot Wheels	7	Marvel	7	Nike	6
6º	Marvel	6	Netflix	7	Apple	6
7º	Coca-Cola	5	Youtube	6	Youtube	5
8º	Minecraft	5	Roblox	4	LEGO	5
9º	Samsung	5	McDonald's	4	Marvel	4
10º	Play-Doh	3	PlayStation	4	Google	4

3-5 años	%	6-12 años		13-18 años	
Disney	36	Disney	20	Adidas	18
Youtube	14	Barbie	17	Samsung	13
Barbie	11	Youtube	11	Netflix	12
Samsung	5	Netflix	10	Apple	12
Play-Doh	5	Roblox	7	Coca-Cola	7
Coca-Cola	4	Adidas	7	Converse	6
Netflix	3	Minecraft	4	Youtube	5
Adidas	3	LEGO	3	Disney	4
McDonald's	3	Apple	3	Huawei	4
LEGO	3	Coca-Cola	2	Marvel	2

Base: Total entrevistados

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

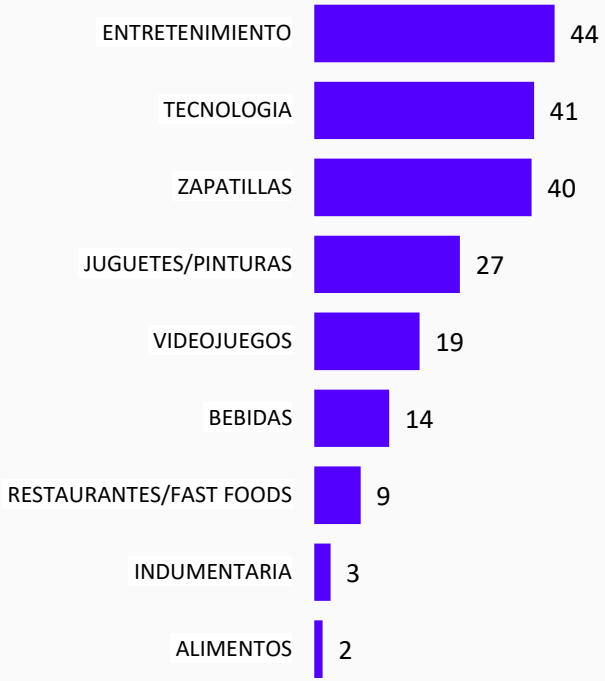
askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

FACT # 2

Marca en la que confían:

9 de cada 10 de los Kids & Teens de Perú confía en alguna marca, y la cantidad de marcas en las que confían aumenta con la edad.

Entretenimiento, Tecnología y Zapatillas
son las categorías con marcas que generan más confianza



La confianza en marcas de tecnología, zapatillas y bebidas crece junto con la edad.
6 de cada 10 teens (63%) confían en alguna marca de tecnología y 5 de cada 10 en marca de zapatillas
La confianza en marcas de entretenimiento y juguetes crece inversamente con la edad

Entre las mujeres aumenta la confianza en marcas de entretenimiento y juguetes

Los varones identifican en mayor medida que las mujeres a marcas de zapatillas y videojuegos como confiables

Base: Total entrevistados

M3. ¿Qué marca o marcas asocias a la siguiente frase? “Es una marca en la que confío” RM GUIADO

El 92% CONFÍA EN ALGUNA MARCA

Adidas es la marca en la que más confían seguida de Disney, Netflix y YouTube

Mencionan en promedio 3.0 marcas en las que confían. El segmento de 3-5 años es el que menciona más marcas confiables

Base: Total entrevistados

M3. ¿Qué marca o marcas asociaría a la siguiente frase? “Es una marca en la que confío” RM GUIADO

askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

FACT #3

Sus marcas favoritas también son confiables

Disney y Apple marcas más preferidas y confiables.

Sin embargo, algunas marcas trasmiten más confianza que favoritismo, especialmente traccionado por los Teens

Alta coincidencia entre las categorías con marcas preferidas y confiables.
ENTRETENIMIENTO lidera la preferencia y confianza.
Luego TECNOLOGÍA Y ZAPATILLAS

MARCA PREFERIDA

1º	ENTRETENIMIENTO
2º	ZAPATILLAS / TECNOLOGÍA
3º	JUGUETES
4º	VIDEOJUEGOS
5º	BEBIDAS
6º	RESTAURANTE
7º	INDUMENTARIA
8º	

MARCAS CONFIABLES

ENTRETENIMIENTO

TECNOLOGÍA / ZAPATILLAS

JUGUETES

VIDEOJUEGOS

BEBIDAS

RESTAURANTE

INDUMENTARIA

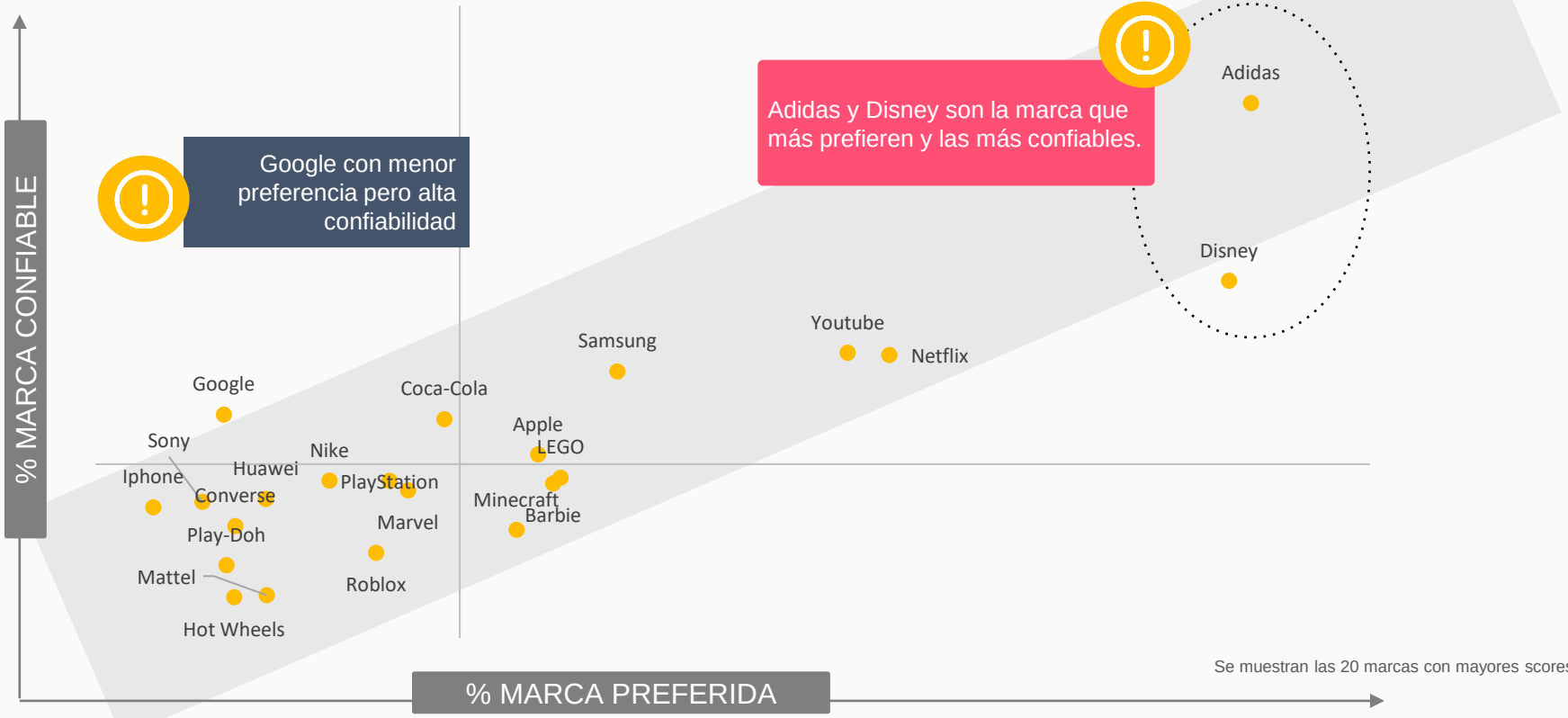
ALIMENTOS

Base: Total entrevistados

M1. ¿Cuál es tu marca favorita? Por favor escribe a continuación. RU GUIADO
M3. ¿Qué marca o marcas asocias a la siguiente frase? “Es una marca en la que confío” RM GUIADO

Hay una relación entre ser marcas favoritas y confiables

ADIDAS ES LA Y A SU VEZ LA MÁS PREFERIDA POR EL TARGET. MARCAS DE ENTRETENIMIENTO (NETFLIX, DISNEY Y YOUTUBE) DESTACAN POR SER FAVORITAS Y CONFIABLES



Se muestran las 20 marcas con mayores scores.

Base: Total entrevistados

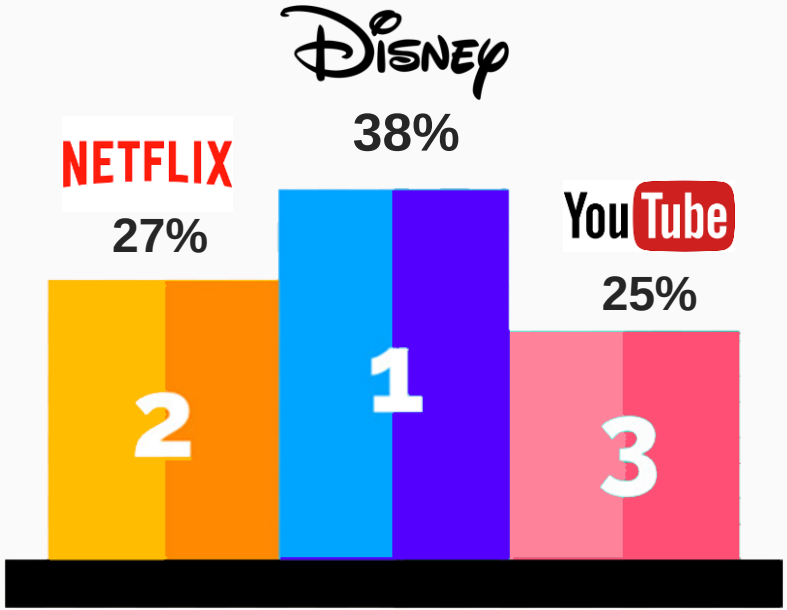
¿Cuál es tu marca favorita? Por favor escribe a continuación. RU
¿Qué marca o marcas asocias a la siguiente frase? “Es una marca en la que confío” RM

Top 3 de marca favorita por categoría

askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

ENTRETENIMIENTO

Disney es la marcas de entretenimiento favorita, seguida por Netflix y YouTube

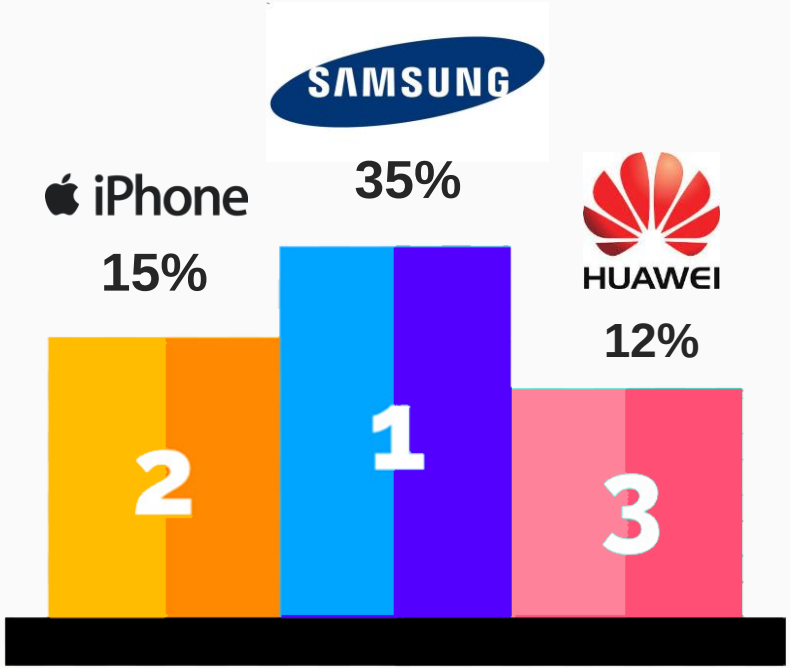


Base: Quienes prefieren marcas de entretenimiento/ streaming

¿Cuál es tu marca favorita? Por favor escribe a continuación. RU

TECNOLOGÍA

Al preguntar especialmente por marcas de tecnología, Samsung cobra relevancia y lidera la categoría. En segundo lugar Apple-Iphone, marcas que mantienen cautivos a los preferidores más de nicho, pero no logra sumar a nuevos enfocados en tecnología



Al hacer foco en tecnología, Samsung resulta Top of Mind/ preferida ya que la gran mayoría posee un teléfono de dicha marca. En contrapartida, solo el 7% de los Kids & Teens de Argentina declara tener un telefóno Iphone.

Base: Total entrevistados

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

ZAPATILLAS

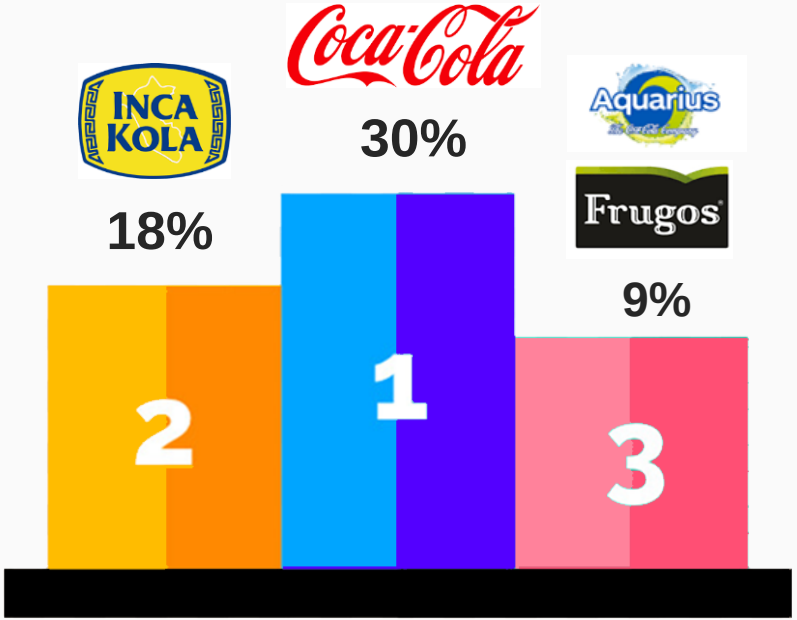
Adidas lidera la preferencia de zapatillas, seguida por Nike.

Base: Total entrevistados

Pensando ahora en marcas de zapatillas, ¿cuál es tu marca favorita?

BEBIDAS SIN ALCOHOL

Coca-Cola es la marca de bebidas preferida de 3 de cada 10 de los kids y teens de Perú.

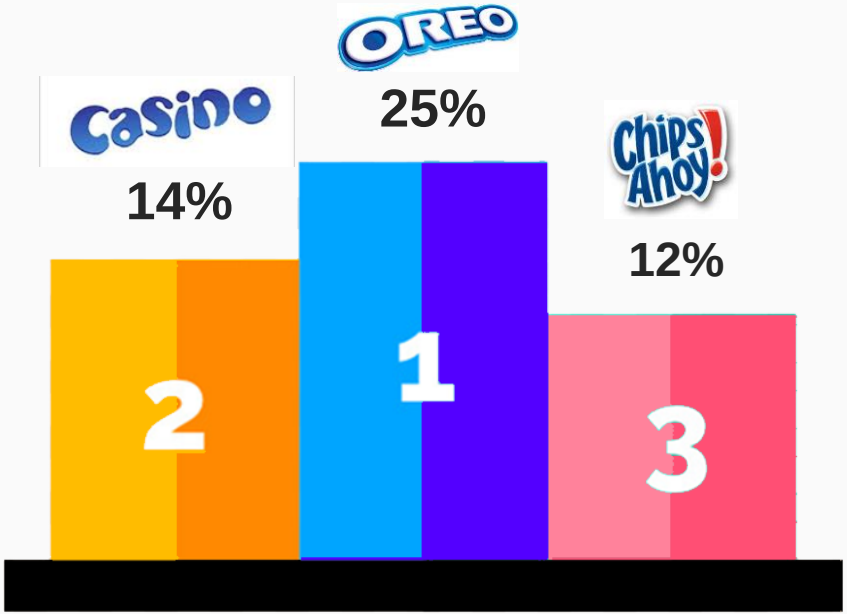


Base: Consumidores de refrescos, jugos, bebidas deportivas, leches y aguas saborizadas U3M

. ¿Pensando ahora en todos los tipos de bebidas sin alcohol que existen (refrescos, jugos, leches, bebidas deportivas, etc), si tuvieras que elegir una marca ¿cuál sería tu favorita? RU

GALLETITAS

Oreo lidera el podio con una preferencia que alcanza a casi 3 de cada 10 kids y teens del target

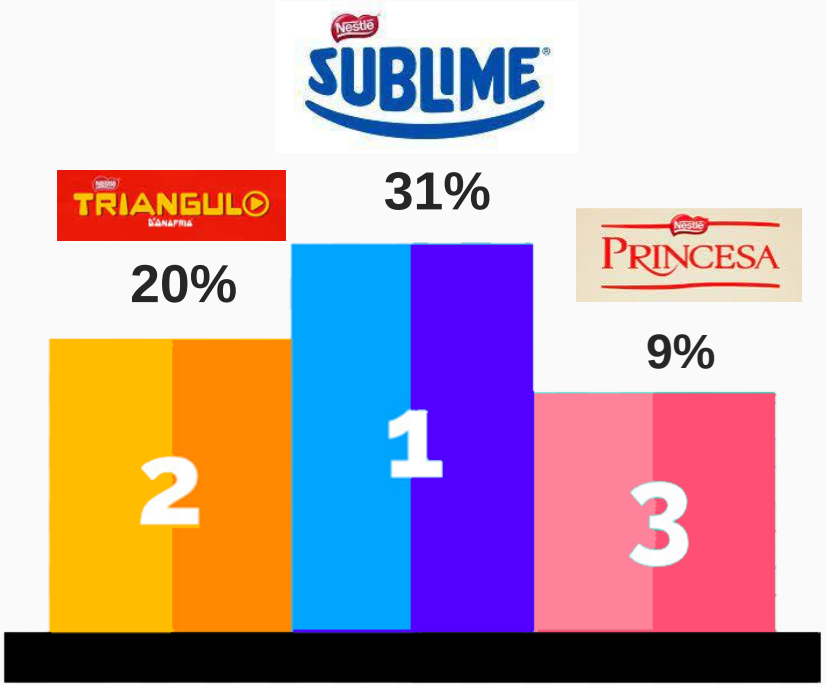


Base: Consumidores de galletitas U3M

¿Y cuál es tu marca de galletas favorita?

CHOCOLATE

Chocolate Sublime lidera la preferencia de chocolates concentrando 3 de cada 10 menciones

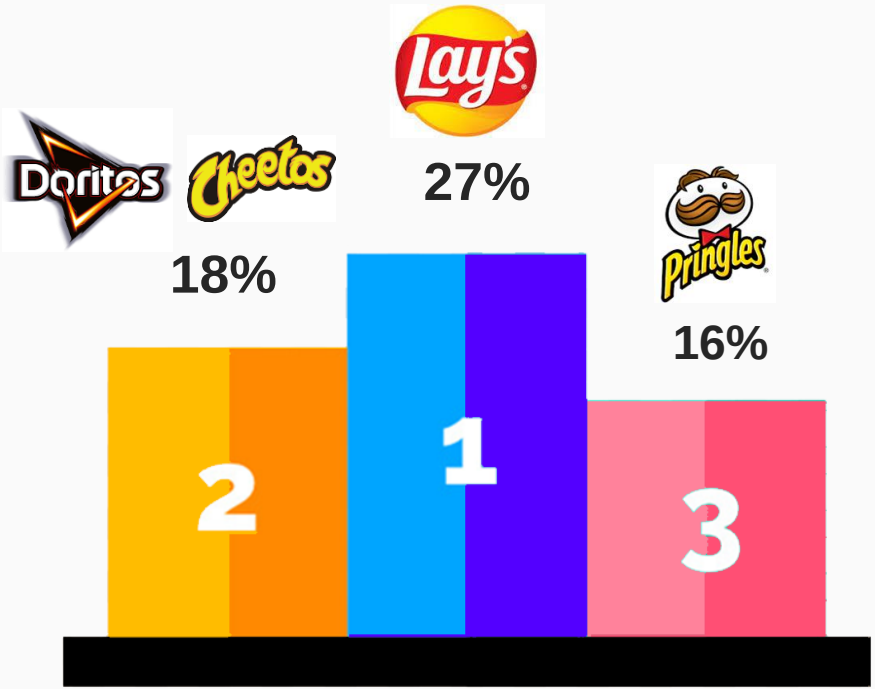


Base: Consumidores de chocolates U3M

¿Y cuál es tu marca de chocolates favorita?

SNACKS SALADOS

Lays lidera la preferencia entre marcas de snacks con 3 de cada 10 menciones.

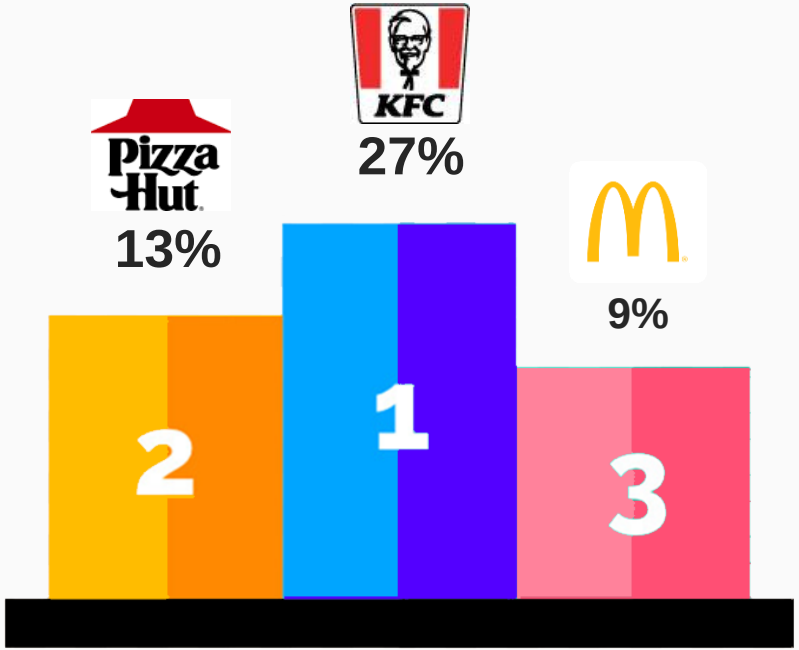


Base: Consumidores de snacks U3M

¿Y cuál es tu marca de snacks favorita?

RESTOS

KFC liderando cómodamente el podio.



Base: Total entrevistados que comen afuera frecuentemente

¿Y cuál es tu lugar favorito para ir a comer afuera?

askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

FACT #4

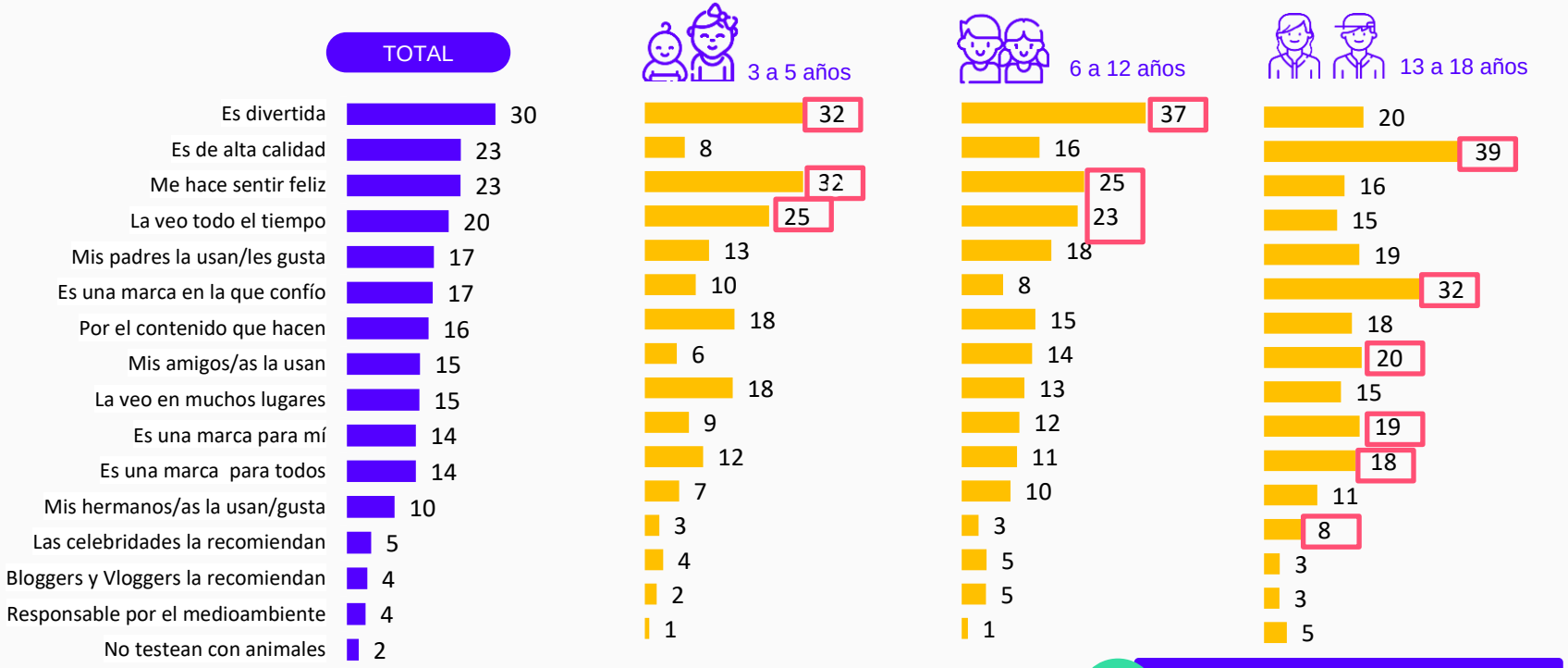
Los tres pilares claves para llegar al target: ser marcas divertidas, de calidad y que los hagan felices

Ser divertida, hacerlos felices, alta calidad y estar presente, los pilares para llegar a los kids & teens peruanos

Base: Total entrevistados

M2. ¿Por qué razones MENCION M1 es tu marca favorita? Puedes seleccionar más de una opción. RM

Ser divertida y hacerlos sentir felices son más relevantes entre kids. Mientras que en teens gana peso la calidad, confianza y la influencia de los amigos



A medida que crecen la influencia de los amigos y de las celebrities en el liking de marcas se vuelve más relevante

Base: Total entrevistados

¿Por qué razones MENCION M1 es tu marca favorita? Puedes seleccionar más de una opción. RM

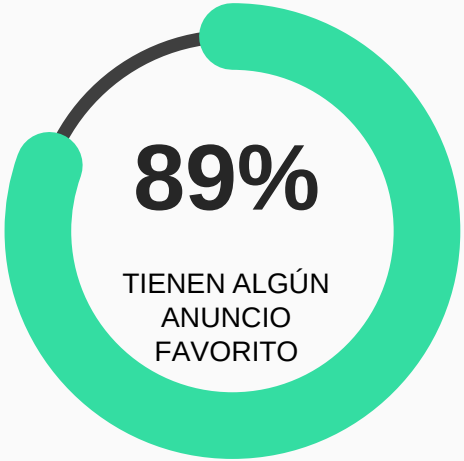
askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

FACT #5

Los Kids & Teens atentos y concientes de la publicidad. Youtube es el principal canal en el que vieron su *anuncio favorito*

Con la edad, cobran relevancia las RRSS

9 de cada 10 tienen un anuncio favorito
Los anuncios de marcas de ENTRETENIMIENTO son los preferidos.



88% NORMA LATAM

ENTRETENIMIENTO	33
JUGUETES	17
BEBIDAS	14
ZAPATILLAS	13
TECNOLOGIA	12
VIDEOJUEGOS	7
RESTAURANTES/FAST FOODS	3

En línea con las categorías preferidas, los anuncios de entretenimiento y juguetes son preferidos por los segmentos más pequeños mientras que los de zapatillas, bebidas y tecnología por los más grandes

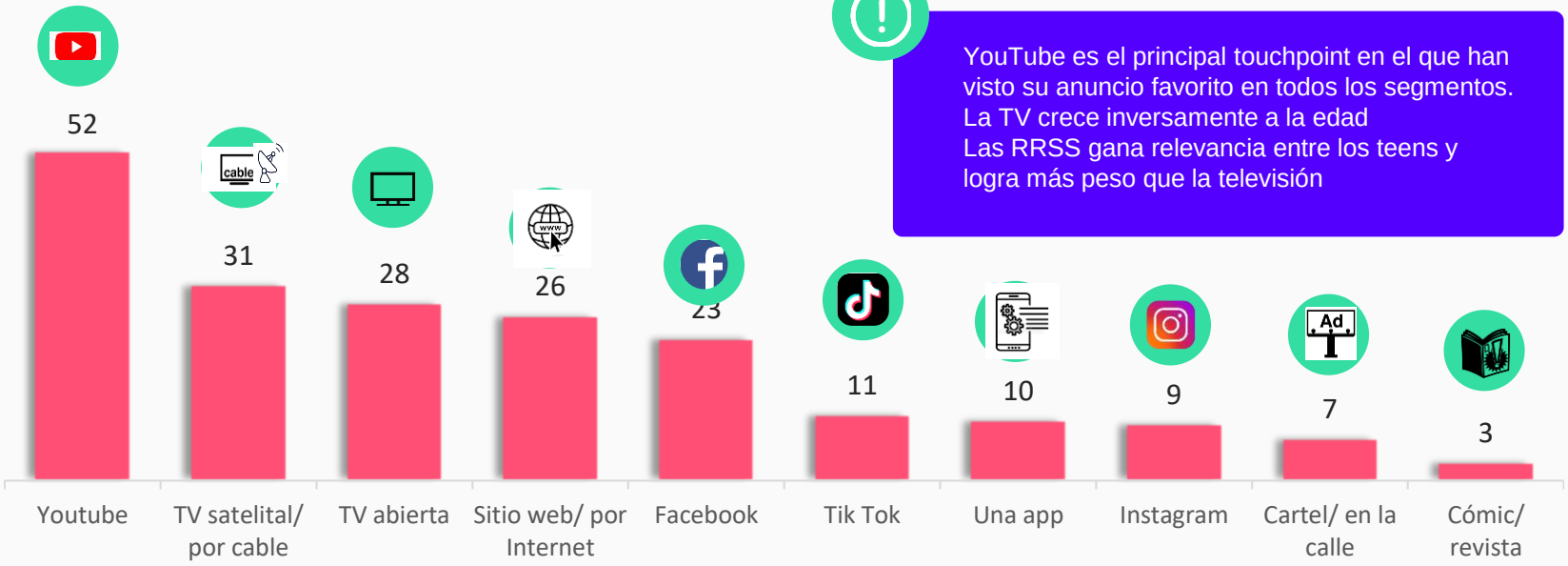
A nivel marca las menciones se encuentran muy atomizadas. Los mayores scores los alcanzan Disney (18%) y Coca-Cola (14%).

Base: Total entrevistados

M4. Pensando en anuncios/ comerciales/ publicidades ¿De qué marca es tu anuncio favorito? RU GUIADO

Youtube es el principal lugar en el que vieron su anuncio favorito, en segundo lugar la tv por cable o satelital

YouTube es el principal touchpoint en el que han visto su anuncio favorito en todos los segmentos.
La TV crece inversamente a la edad
Las RRSS gana relevancia entre los teens y logra más peso que la televisión



Base: Total entrevistados con anuncio favorito

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

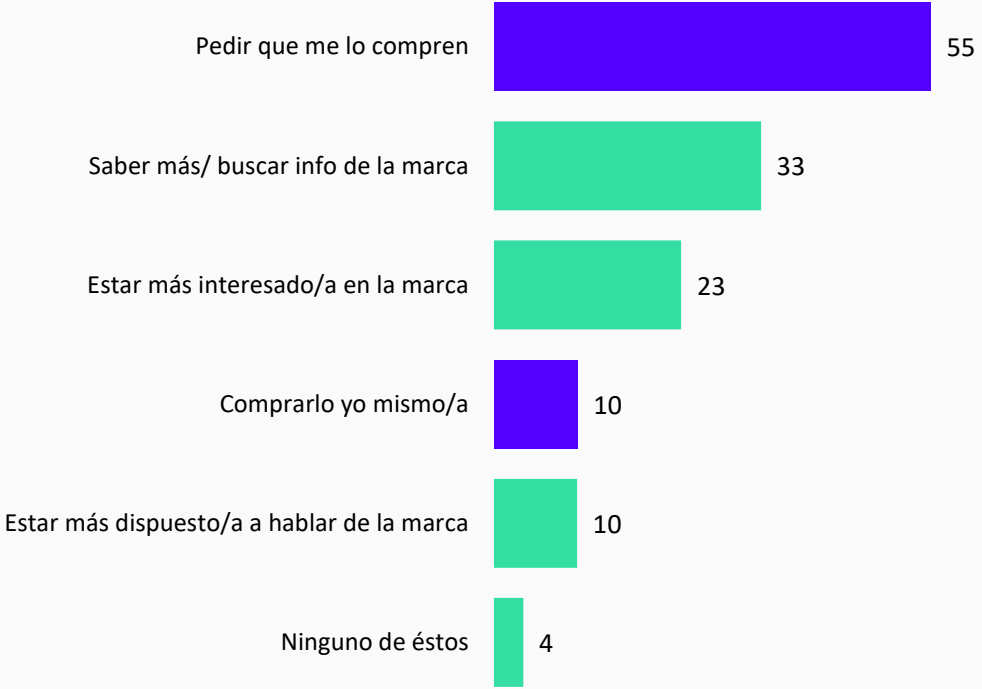
askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

FACT #5

Un buen anuncio, un puente a la interacción con las marcas:

Desde interés en conocer más sobre la marca hasta intención de comprar

El anuncio favorito logra un efecto en el 96% del target. Genera call to action y empuja la intención de compra



El **65% de los niños de 3 a 8** años después de ver su anuncio favorito pedirían a un adultx que se los compre.

Base: Total entrevistados

M6. Después de ver tu anuncio favorito ¿Cuál de esta o estas cosas harías? Puedes marcar más de una opción. RM-

En síntesis...

Hasta 8

Hasta 13

PREFIEREN MARCAS DE ENTRETENIMIENTO Y JUGUETES

- Disney y Youtube son las marcas preferidas.
- Entre varones ganan presencia Adidas; entre niñas: Barbie
- Entre mujeres Disney lidera la preferencia. Entre varones es más atomizado
- LEGO Y Hotwheels destacan entre varones. Entre nenas Samsung y Play Doh
- YouTube y TV los principales touchpoints

PREFIEREN MARCAS DE ENTRETENIMIENTO Y VIDEOJUEGOS

- Es el segmento con mayor dispersion en la preferencia de marcas y es donde menos coincidencia hay entre varones y mujeres.
- Entre varones destacan Adidas, Minecraft y LEGO, mientras que entre las nenas, Disney, Barbie y YouTube
- YouTube siendo el principal touchpoint pero se empieza a ver el impacto de internet .

PREFIEREN MARCAS DE ZAPATILLAS Y TECNOLOGÍA

- Adidas es la marca que lidera la preferencia tanto en varones como en mujeres
- Netflix y Samsung también son marcas valoradas por los dos segmentos de género
- Entre los varones se menciona en mayor medida Playstation mientras que en las mujeres Apple
- YouTube sigue siendo el principal touchpoint pero destacan las Redes Sociales y los sitios web.

LA CLAVE: MARCAS DIVERTIDAS QUE LOS HAGAN FELICES

LA CLAVE: MARCAS DE CALIDAD QUE GENEREN CONFIANZA Y SEAN USADAS POR AMIGOS

ANEXO

FICHA TÉCNICA

askids
THE NEW INSIGHT GENERATION

TARGET

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

METODOLOGÍA

Encuestas online, a través de panel.

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

3.023 casos

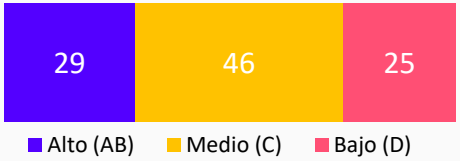
FECHA DE CAMPO

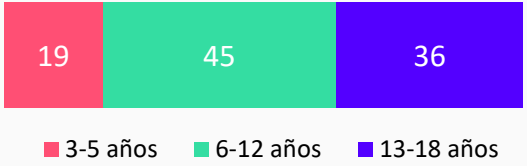
De abril a noviembre 2021

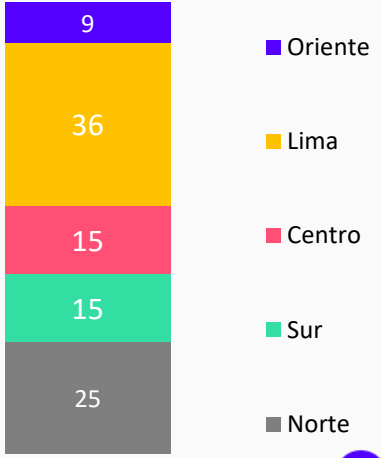
MUESTRA

51

49


29
46
25
Alto (AB)
Medio (C)
Bajo (D)

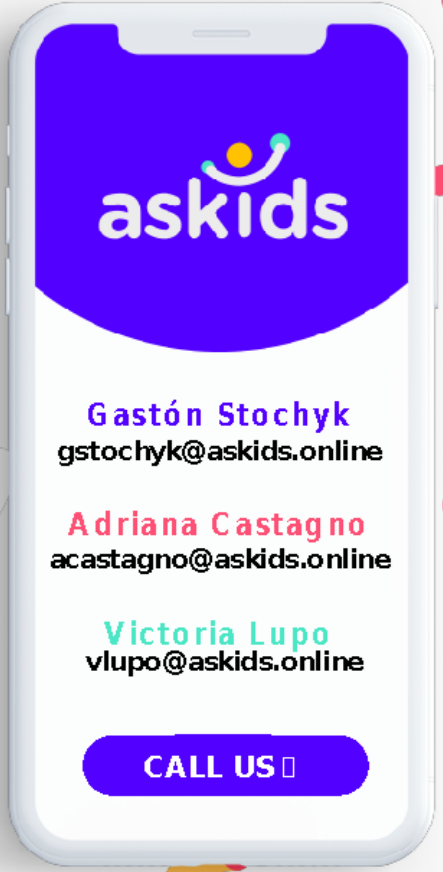

19
45
36
3-5 años
6-12 años
13-18 años


9
36
15
15
25
Oriente
Lima
Centro
Sur
Norte

askids

askids

THE NEW INSIGHT GENERATION



KIDSCORP
TU KIDTECH PARTNER EN LATAM

TOP BRANDS KIDS AND TEENS 2021

PERÚ