

Shopping y Dinero

Cómo gastan, pagan, ahorran e invierten los teens en LATAM

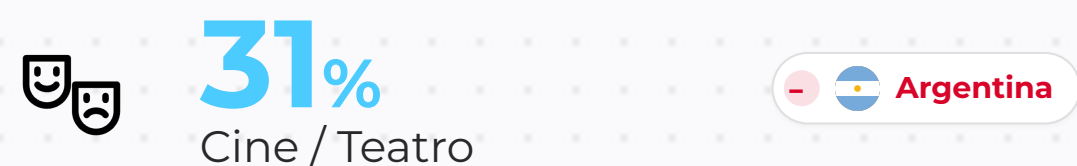
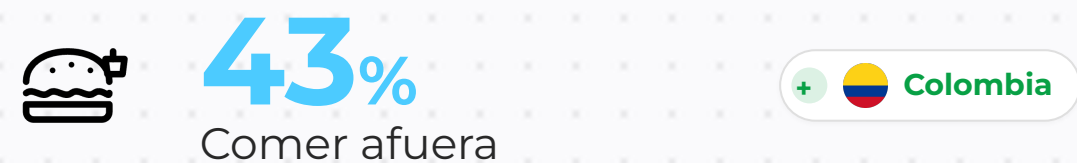
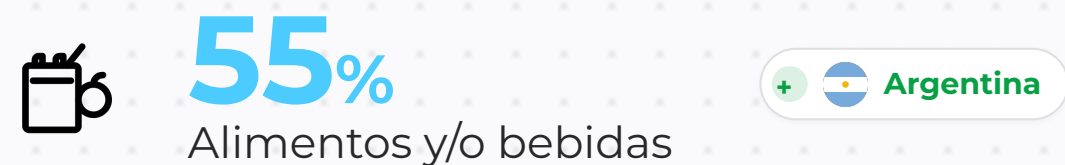


Los teens de 13 a 18 años administran dinero

8 de cada 10

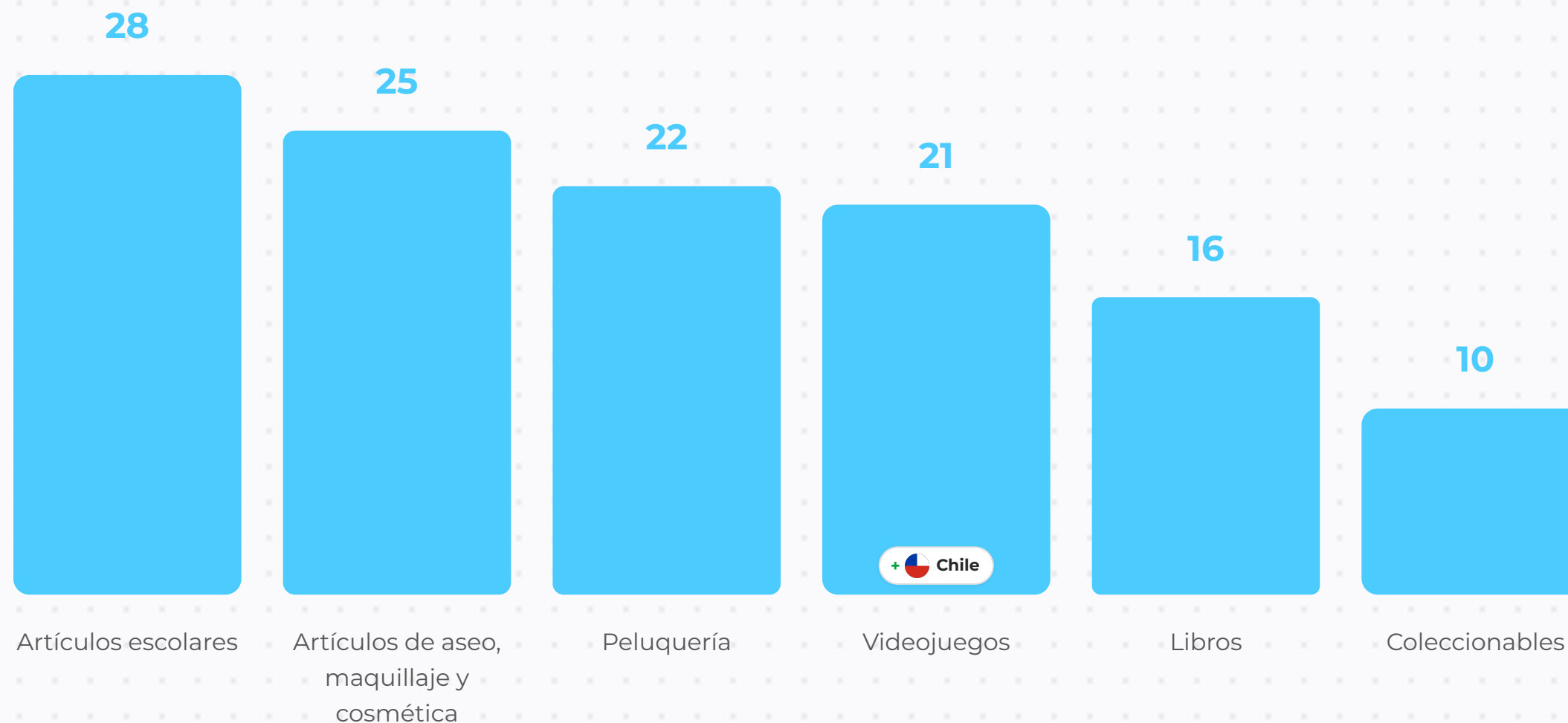
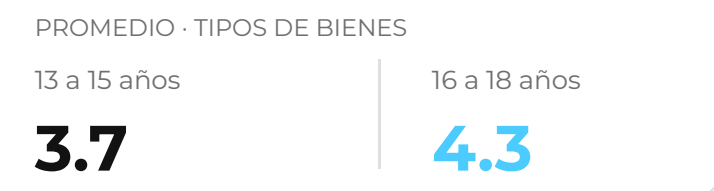
deciden por sí mismos algún tipo de gasto

Los gastos principales que el target suele resolver de manera autónoma se relacionan con la alimentación y el entretenimiento



16 a 18 años

Deciden sobre más cantidad de cosas que los de 13 a 15 años

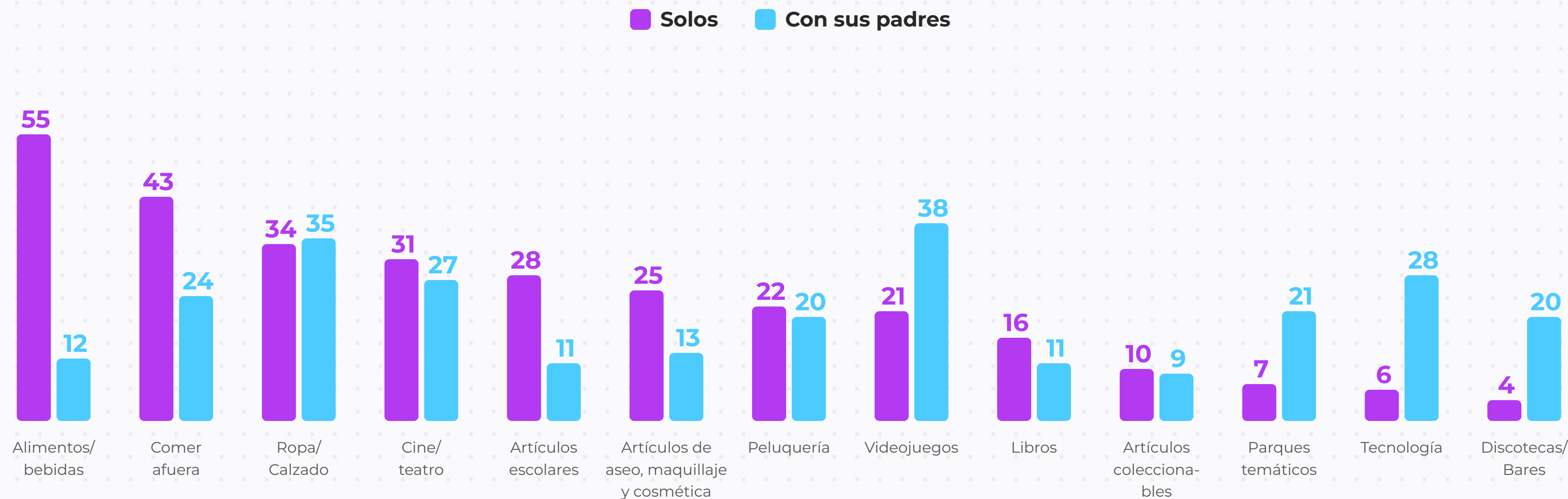


Shopping y dinero — Junio 2025. LATAM. Total padres de adolescentes 13 a 18. 1.285 casos. Datos en %.

PD12. Del siguiente listado, ¿en qué tipos de bienes o servicios tu hijo/a usa el dinero? Selecciona todas las opciones en las que tu hijo/a usa el dinero. RM

A la hora de decidir gastos de mayor valor y más esporádicos como tecnología y videojuegos, la decisión se toma en conjunto con los padres

Los teens de Argentina y Brasil se destacan en algunas categorías.



Shopping y dinero — Junio 2025. LATAM. Total padres de adolescentes de 13 a 18. 1.285 casos. Datos en %.

PD12. ¿En qué tipos de bienes o servicios tu hijo/a usa el dinero? RM PD18. ¿Qué decisiones de compra tu hijo/a NO toma solo/a, pero las hace EN CONJUNTO con sus padres/tutores? RM

Los padres prefieren el dinero virtual al físico

Una preferencia que abre una gran oportunidad para bancos, billeteras virtuales y también marcas.

21%

De los padres **prefiere que su hijo utilice dinero en EFECTIVO**



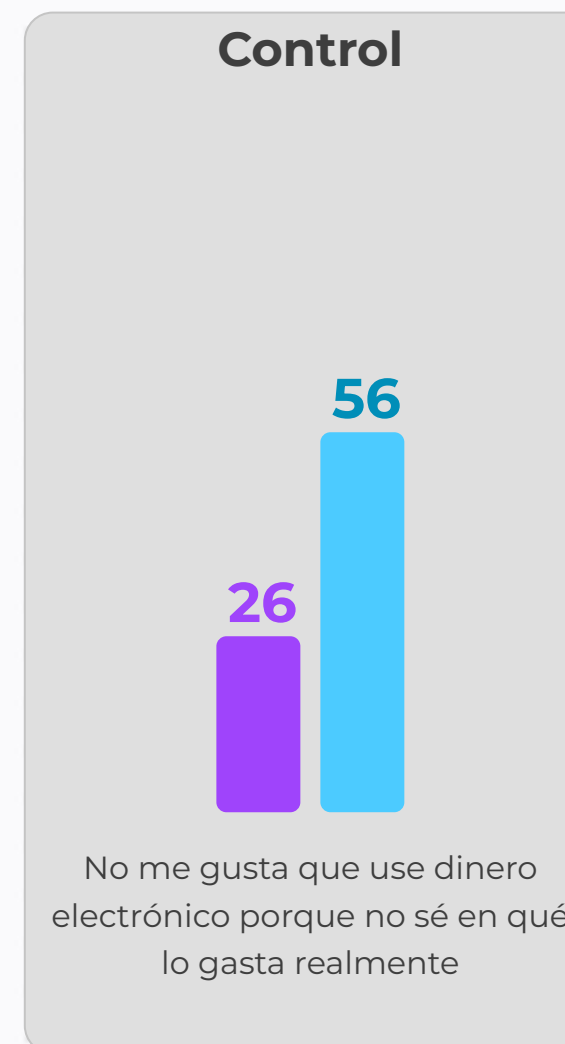
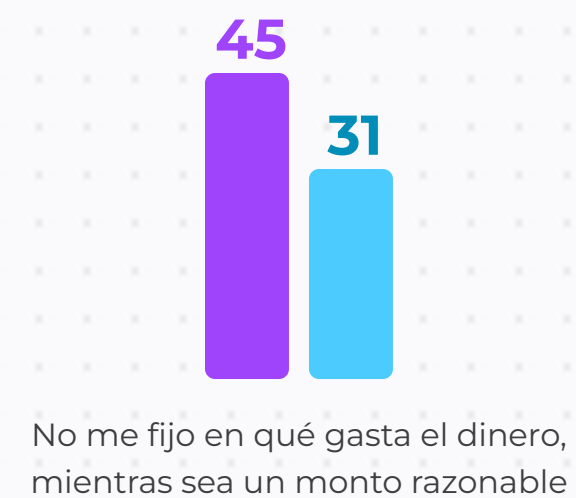
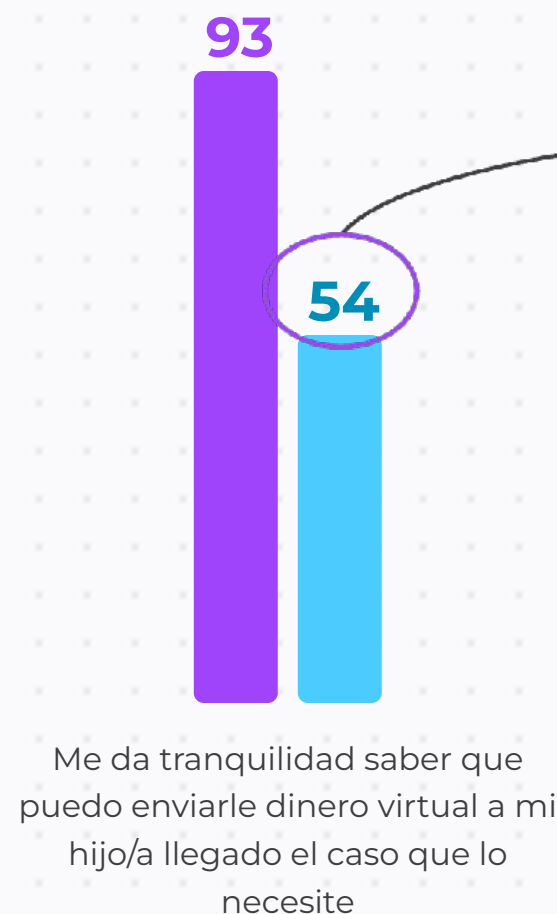
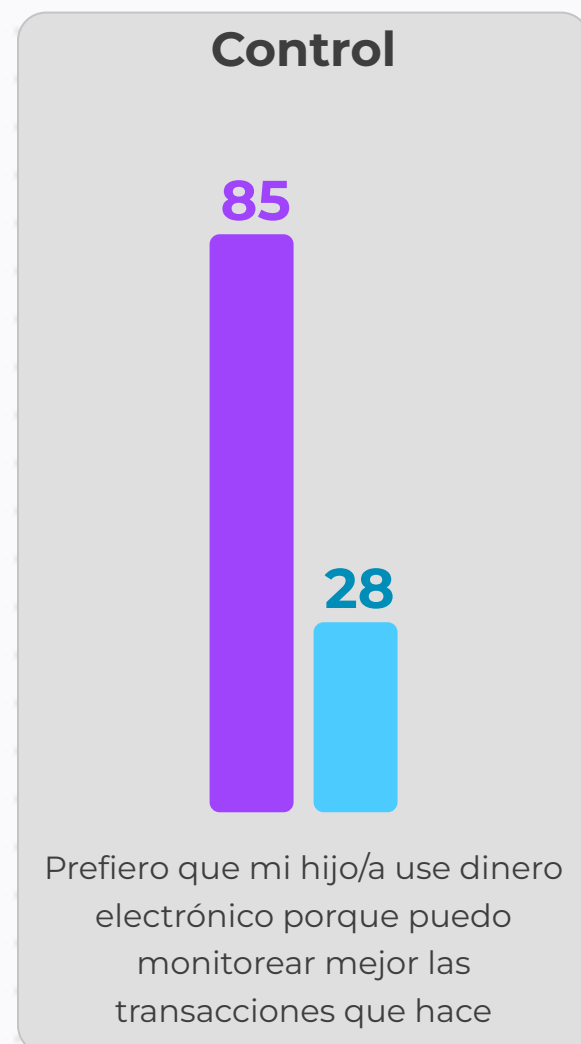
46%

De los padres **prefiere que su hijo utilice DINERO VIRTUAL**

Tanto los que se inclinan por el efectivo, como por la billetera virtual, refieren el CONTROL como argumento de preferencia

Aún entre quienes no prefieren el dinero virtual, hay una mirada de conveniencia sobre este medio (enviar dinero en caso de necesidad) equiparada en fuerza con la incertidumbre de las apuestas online.

■ Prefiere dinero VIRTUAL ■ Prefiere dinero EFECTIVO



% Acuerdo con afirmaciones
(Totalmente + Algo de acuerdo)

La mitad de los *teens* en LATAM todavía usa efectivo

Pese a la preferencia de los padres por el dinero virtual y su uso en ascenso. México, Perú y Colombia, los de mayor uso de efectivo en la región.

Formas de pago

13 a 15 años
Mayor uso de efectivo

Neto no efectivo = **57%**



Shopping y dinero — Junio 2025. LATAM. Teens 13 a 18 años. 1.528 casos. Datos en %.

D2. ¿De qué manera o maneras prefieres pagar las cosas que compras? RM

▲ ▼ Variación vs 2024

Actitudinalmente, el target comienza a estar pendiente del dinero que posee y de su valor

57% MUY de acuerdo

“Estoy muy pendiente de la cantidad de dinero que tengo”

56% MUY de acuerdo

“Prefiero no gastar el dinero, sino guardarlo”

Al menos la mitad de los teens tiene ahorros y sabe qué son las inversiones

Aunque, mayoritariamente, aún no han incursionado en ellas.

57%
tiene ahorros

Base: Hijos, 1.528 casos.

51%
sabe lo que son las
inversiones

Base: Hijos, 1.528 casos.

¿Has realizado alguna inversión de dinero en el último año?



Un **17%** realizó alguna inversión en el último año, liderada por billeteras y bancos.

Los adolescentes argentinos son los que más han invertido en el último año, probablemente por el efecto de la inflación en el país.

Shopping y dinero — Junio 2025. LATAM. Teens 13 a 18 años. 1.528 casos. Datos en %.

D8. ¿Tienes ahorros? RU D9. ¿Sabes lo que son las inversiones de dinero? RU D10. ¿Has realizado alguna inversión de dinero en el último año? RM

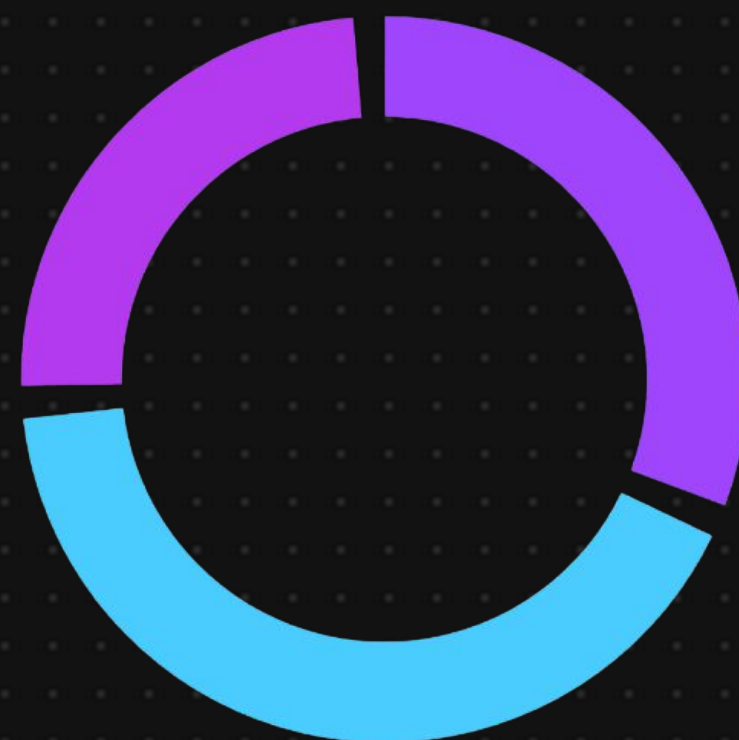
Base: Hijos que saben lo que son las inversiones, 786 casos.

Y la preferencia entre dinero virtual y físico es *más pareja* que en los padres

“Prefiero pagar con una billetera virtual (celular) antes que con dinero en efectivo (billetes)”

25%
NADA de acuerdo
+ 13 a 15

43%
ALGO de acuerdo



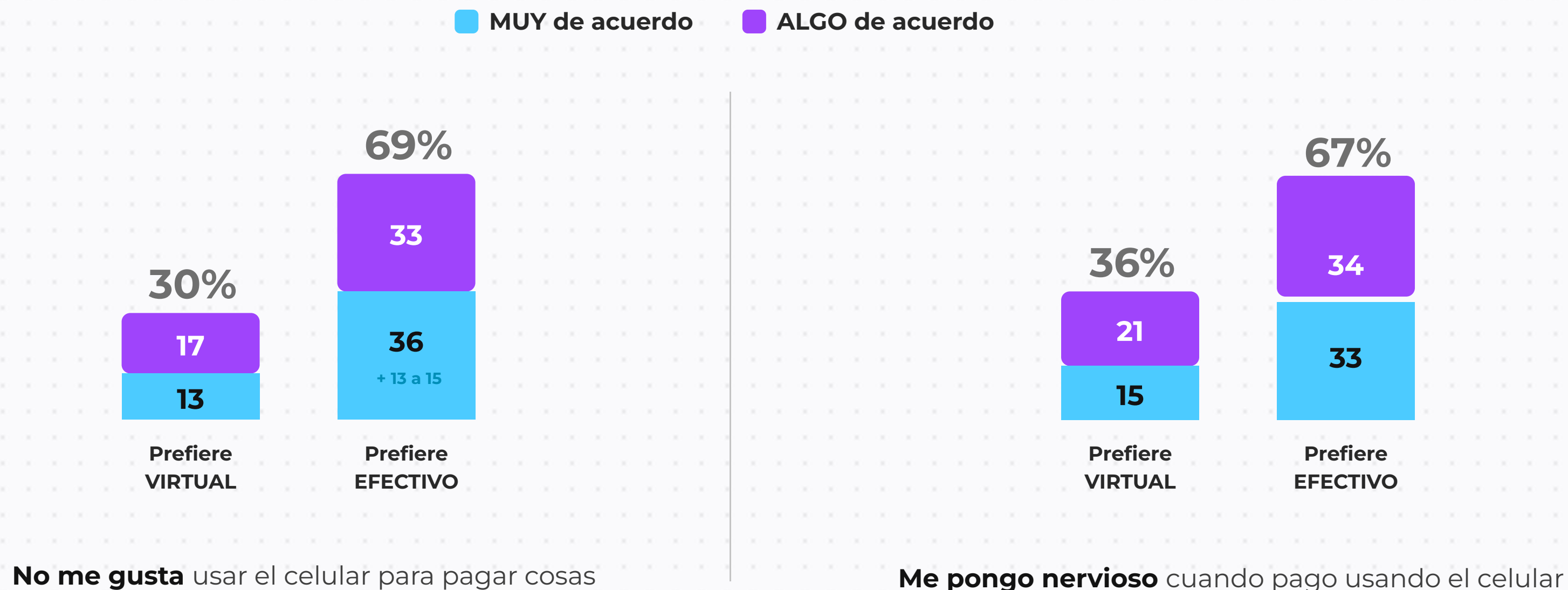
32%
MUY de acuerdo

- México
- + Argentina
- + Brasil

La imagen de “cool / canchero” es el atributo que más divide las opiniones entre quienes prefieren el dinero virtual y el efectivo



Parte de la preferencia dividida es por el desagrado de pagar con celular, o porque la situación los pone nerviosos



Key takeaways



INSIGHT #1

Compradores y Decisores

En LATAM, el target de 13 a 18 utiliza dinero y decide activamente y con diferente participación en diversas categorías de compra, personales y del hogar.



INSIGHT #2

El vínculo con el dinero

Todavía la mitad del target prefiere pagar sus compras en efectivo y el pago con QR todavía tiene oportunidad de crecer.



INSIGHT #3

El ahorro y la inversión

Al menos la mitad declara tener algo de dinero ahorrado y, si bien hay un awareness alto de lo que son las inversiones, la gran mayoría no invierte.



INSIGHT #4

Decisiones compartidas

En este tema, los padres tienen una participación fuerte y en decisiones de compra de ropa, calzado y videojuegos el involucramiento es mayor.



INSIGHT #5

Los padres, convencidos

Casi un 50% de padres ya está prefiriendo el dinero virtual antes que el efectivo, por el control y la tranquilidad principalmente.



Kidscorp[®]

Contact: marketing@kidscorp.digital

www.kidscorp.digital