

Kidscorp®

Reporte Exclusivo

Top Brands U18s

Argentina- 2026



Sabemos que el target U18 en Argentina demuestra una gran predisposición y permeabilidad a los anuncios de sus marcas favoritas.

Conocer cuáles son y qué convierte a una marca en favorita es un must para aquella que desee ser exitosa en este segmento.



Contexto

Anuncios favoritos e influencia de compra

54%

De los U18 influyen mucho o bastante en las decisiones de compra familiares.

85%

Vieron la marca de su anuncio favorito online.



Actitudes hacia la marca post anuncio

23%

Estar más interesado en la marca

17%

Saber más/buscar información de la marca

11%

Estar más dispuesto a hablar de la marca

40%

de los U18 en Argentina se acercan a la marca como respuesta al anuncio

Marca favorita según edad

Por quinto año consecutivo, **las marcas de entretenimiento** se mantienen como las favoritas, impulsadas especialmente por los kids y teens.

En el **segmento 3 a 5** tienen un fuerte gap vs el **resto de las categorías**, mientras que en el de 13 a 18 la brecha se acorta y compiten con las de tecnología.

En el caso de los tweens, entretenimiento queda en segundo lugar, aunque apenas por detrás de videojuegos.

En esta edición, zapatillas pierde su posición histórica como segunda categoría favorita y es superada por tecnología.

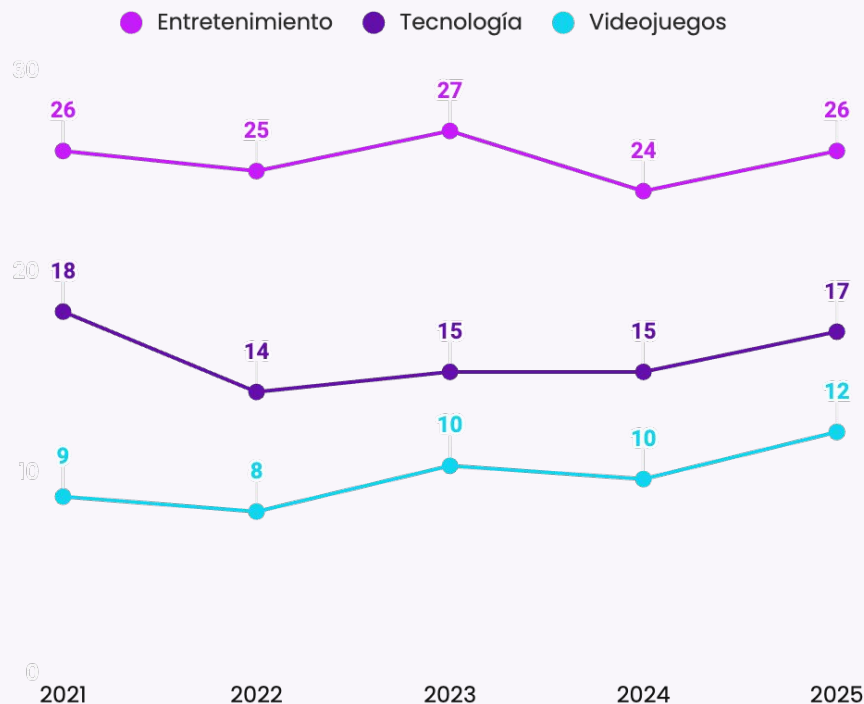
	3 a 5		6 a 12		13 a 18	
1°	Entretenimiento	42%	Videojuegos	23%	Entretenimiento	26%
2°	Bebidas	15%	Entretenimiento	21%	Tecnología	22%
3°	Juguetes	12%	Tecnología	16%	Fast Food	11%
4°	Alimentos	8%	Fast Food	12%	Zapatillas	11%
5°	Tecnología	7%	Juguetes	10%	Bebidas	10%
6°	Fast Food	7%	Zapatillas	6%	Alimentos	7%
7°	Zapatillas	6%	Alimentos	6%	Videojuegos	5%
8°	Indumentaria	2%	Bebidas	4%	Juguetes	4%

Total					
1°	Entretenimiento	4°	Fast Food	7°	Juguetes
2°	Tecnología	5°	Zapatillas	8°	Alimentos
3°	Videojuegos	6°	Bebidas		

Evolución marca favorita según categorías

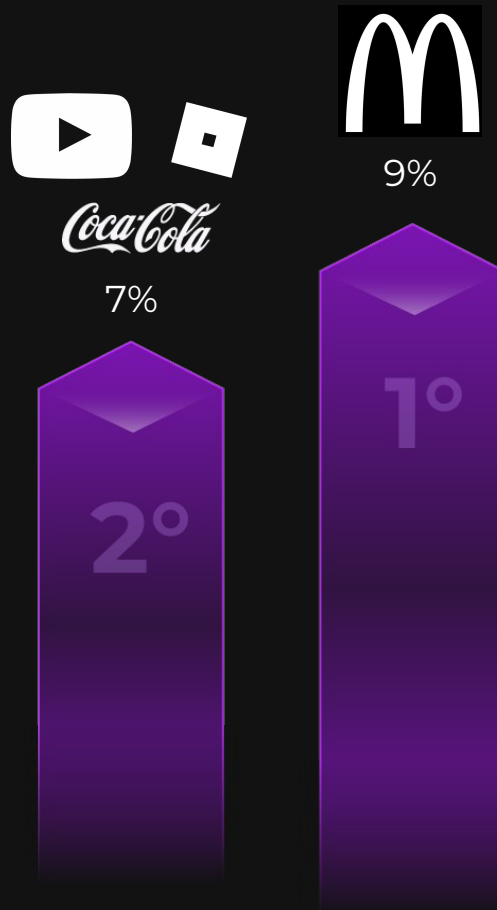
Entretenimiento remonta su crecimiento luego de haber llegado al punto histórico más bajo y se equipara con los niveles del 2021.

A la vez, **tecnología y videojuegos** muestran una ligera tendencia al alza.



Top 10 marcas favoritas

McDonald's escala de la segunda a la primera posición y se consolida como la marca favorita de los U18 en Argentina. El segundo puesto está virtualmente compartido por **YouTube, Coca-Cola y Roblox**. TikTok se incorpora al ranking y queda tercera. Adidas y Disney, que en 2024 ocupaban el top 3, caen a los últimos dos lugares.



Top 10 Marca favorita según edad

Entre los segmentos de edad, hay una gran dispersión de preferencias: ninguna marca logra sostenerse a lo largo de los años. En los kids, YouTube es la favorita con un amplio gap vs el resto. Al llegar a los 6 años, la plataforma cae al cuarto puesto siendo superada por el metaverso de Roblox.

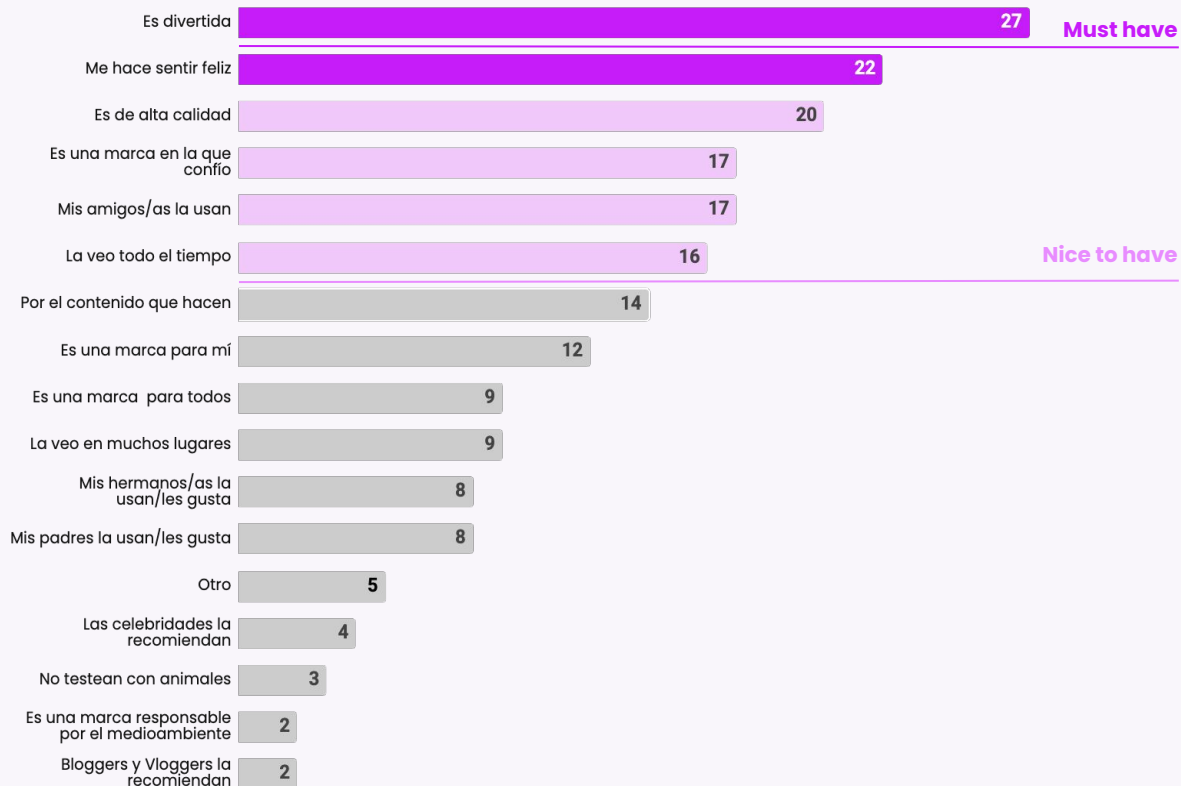
Y ya en la adolescencia, ambas quedan fuera del top: es Coca-Cola la que se impone, liderando por 1 pp por encima de marcas de entretenimiento, fast food y tecnología.

	3 a 5		6 a 12		13 a 18	
1°	YouTube	21%	Roblox	13%	Coca-Cola	10%
2°	Coca-Cola	12%	McDonald's	10%	TikTok	9%
3°	Oreo	8%	Minecraft	7%	McDonald's	9%
4°	LEGO	6%	Disney	6%	Iphone	9%
5°	Disney	6%	YouTube	6%	Adidas	9%
6°	Marvel	4%	PlayStation	5%	Oreo	6%
7°	McDonald's	4%	Iphone	4%	Nike	4%
8°	TikTok	4%	Nike	4%	Apple	4%
9°	Adidas	3%	Oreo	4%	PlayStation	4%
10°	Paw Patrol	4%	Adidas	3%	Marvel	4%

Driver de elección de marcas favoritas

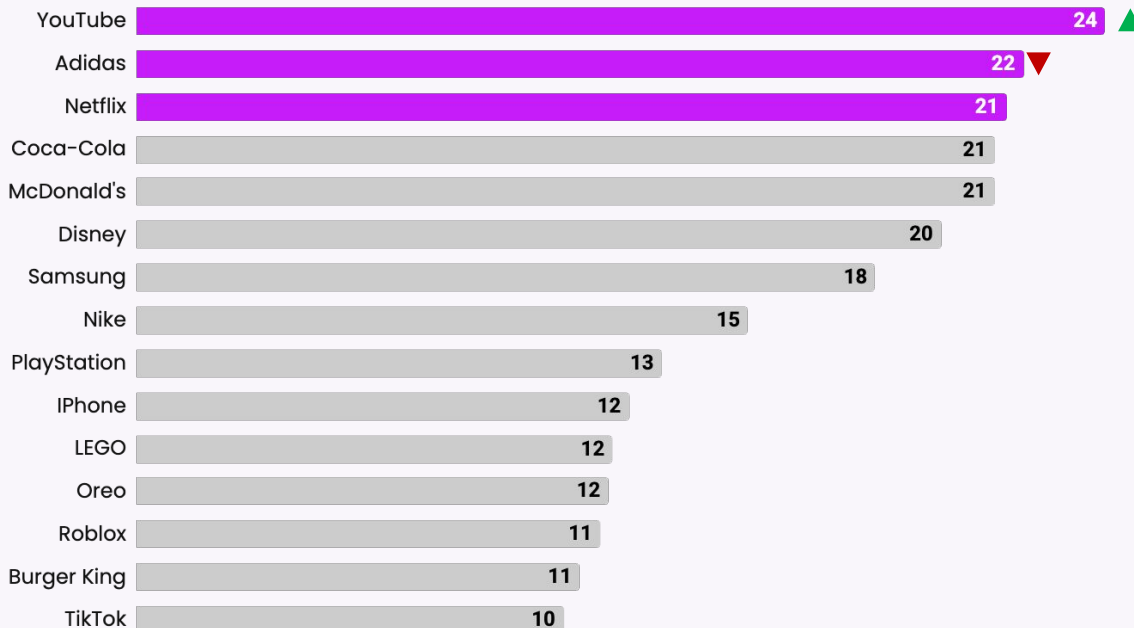
Para que una marca logre posicionarse como la favorita en el segmento U18, la diversión es un atributo decisivo.

Adicionalmente, la felicidad que comparte con sus clientes y/o audiencia, y la calidad que ofrece, son los drivers preferibles que ayudarán a la marca a impulsar su nivel de preferencia.



Marcas en las que confían

Después de tres años consecutivos, Adidas deja de ser la marca más confiable y es reemplazada por YouTube. Disney, que ocupaba el segundo puesto en 2025, desciende al cuarto lugar en esta edición.



Marcas favoritas y confiables

YouTube, Coca-Cola y McDonald's son las marcas que logran ingresar al Golden Square por ser favoritas y confiables a la vez.



Fuente: Kidscorp - Intelligence Hub. Datos expresados en %. Muestra: Kids & Teens. Argentina - 2025.

Marcas favoritas por categorías

Tecnología

Samsung mantiene su liderazgo con amplio gap

Samsung sigue posicionándose como la marca de tecnología preferida de los U18 argentinos. Apple se mantiene en el segundo lugar, mientras que Sony completa el podio desplazando a PlayStation.

Apple interpela mayormente a los sectores medios y a los que están presentes en social media y consumen SVOD. Samsung se vuelve más preferida entre los que miran YouTube.



Plataformas SVOD

Netflix más preferida que Disney+

Tras la polarización entre Disney+ y Netflix en 2025, **Netflix se consolida como la opción favorita dentro del universo SVOD**. YouTube Premium escala a la tercera posición, eliminando a HBO Max del podio.



Videojuegos

Los metaversos y FIFA siguen siendo los preferidos

Con una amplia diferencia en relación a sus competidores, Roblox sigue dominando el mundo de los videojuegos. **Minecraft y FIFA mantienen sus posiciones.**

Aunque los tres videojuegos son preferidos mayormente por varones, **Roblox muestra una elección mucho más equilibrada entre géneros.** Es impulsado por los tweens y por los que juegan con juguetes.

En cambio, a **FIFA lo eligen diferencialmente los varones**, los teens y los que practican algún deporte.

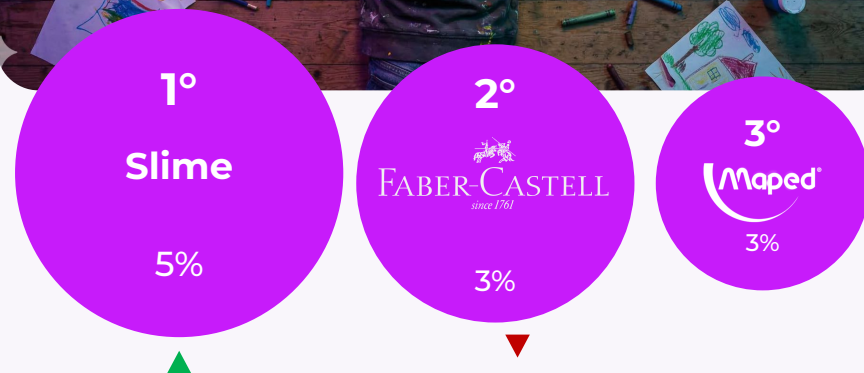
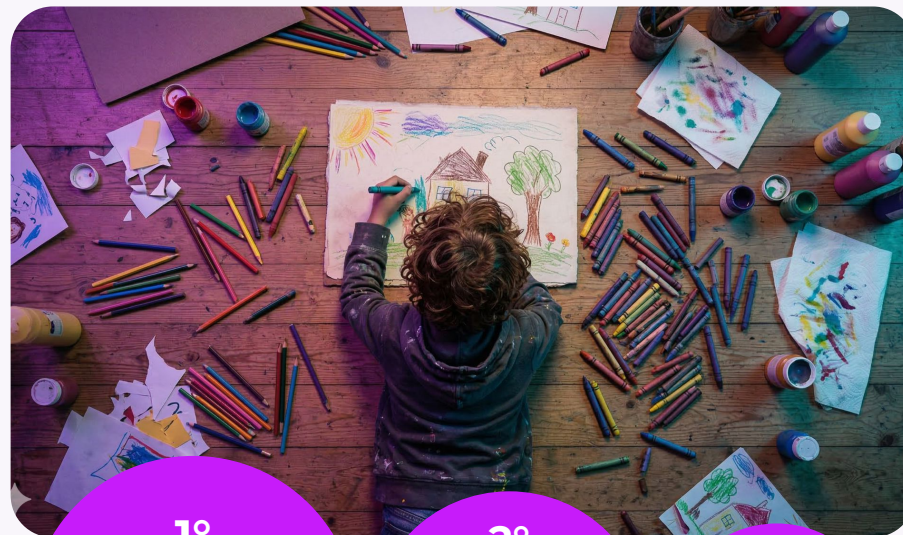


Art & crafts*

El universo de art&crafts guiado por marcas globales

El ranking de art & crafts se reconfigura: Slime toma el liderazgo, desplazando a Faber Castell al segundo lugar. Maped comparte virtualmente esta posición.

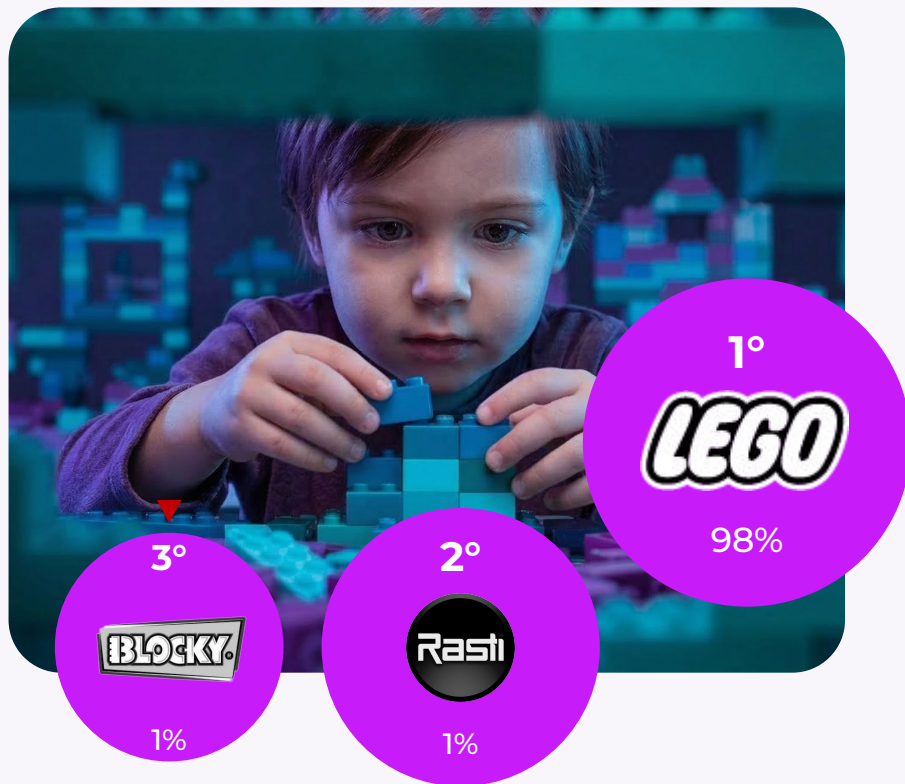
Dentro de art&crafts, el segmento de crayones es jugada por el 47% de los U14, posicionándose como la categoría con mayor porcentaje de juego en Argentina.



Fuente: Kidscorp - Intelligence Hub. Datos expresados en %. Muestra: Kids & Teens. Argentina – 2025. 241 casos.

*Datos del estudio Toys Brand Tracking. Argentina – 2025.

▲ ▼ Variaciones en la posición del ranking vs 2025.



Bloques*

LEGO continúa su liderazgo absoluto en la categoría de bloques

Mayormente deseada por los varones, LEGO continúa dominando la industria de los bloques. Blocky pierde gap con Rasti y pasan a disputar el segundo lugar en un mercado ya consolidado.

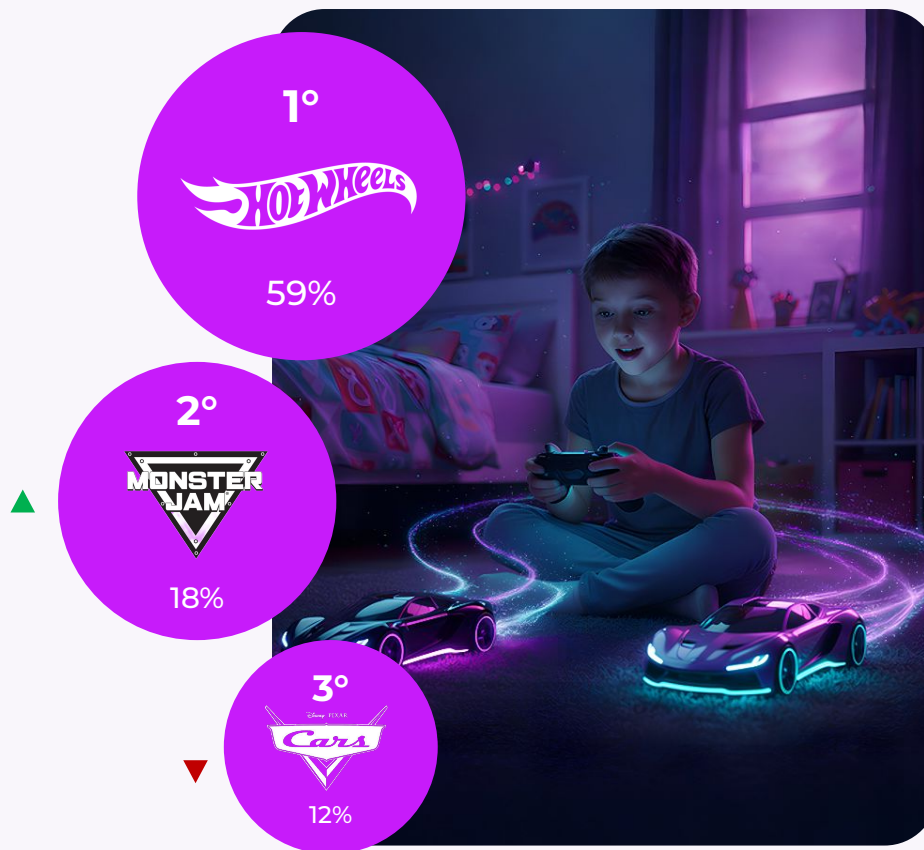
El target de LEGO es, principalmente, de 6 a 10 años.

Vehículos de juguete

Hot Wheels lidera cómodamente

En una categoría predominantemente masculina, Hot Wheels domina con amplio gap vs los competidores. Cars (Disney) pierde fuerza y pasa a ocupar el tercer lugar, siendo superada por Monster Jam.

El 77% de los niños varones de 3 a 5 años juega con vehículos de juguetes.

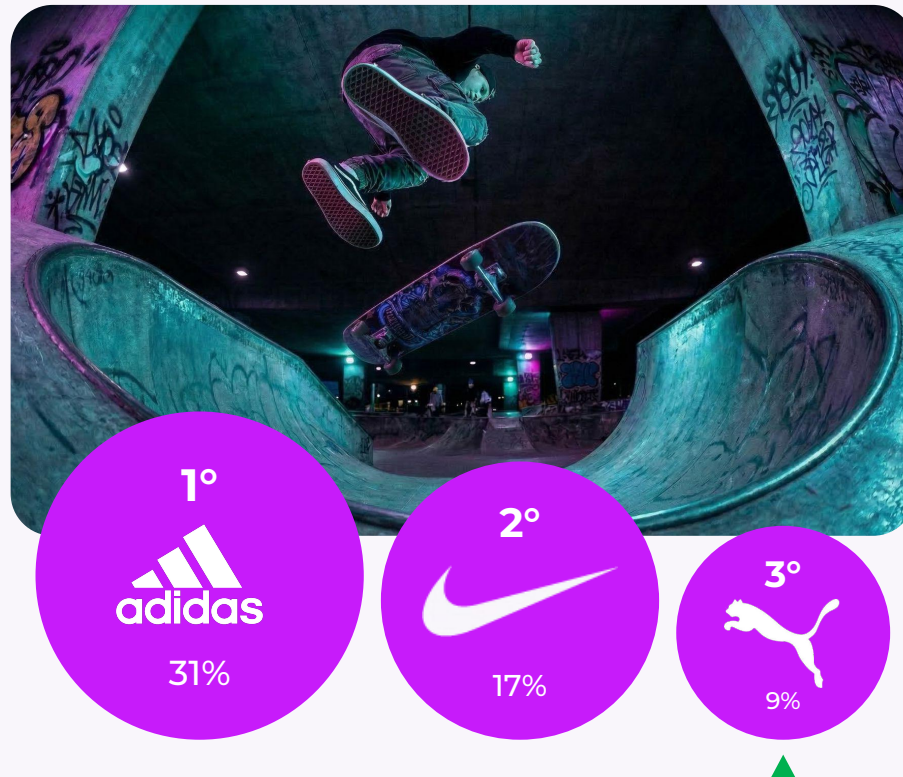


Calzado

Adidas es más preferida que Nike

Tras el liderazgo compartido entre la marca de las tres tiras y Nike en 2025, Adidas se consagra como la preferida en la categoría de zapatillas. PUMA ingresa al top 3 de favorite brands en reemplazo de Vans.

Nike es mayormente elegida por los que juegan videojuegos. Adidas es mayormente favorita entre los de NSE bajo.

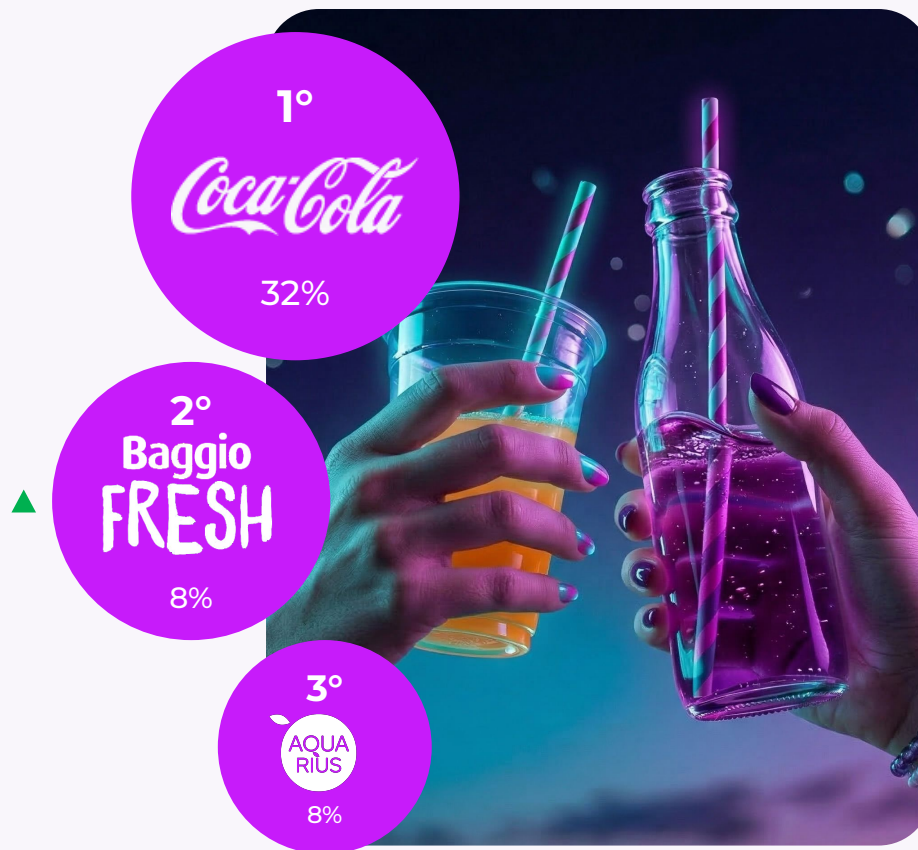


Bebidas

The Coca-ColaCompany vs Baggio

Por quinto año consecutivo, Coca-Cola se sostiene como líder de la industria de bebidas.

Sin embargo, Fresh desplaza a su versión Zero del segundo lugar y pasa a estar virtualmente empatado con Aquarius.





Galletas

Oreo se mantiene como la galleta favorita de los U18

Con gran ventaja, Oreo vuelve a coronarse como líder del sector por quinto año seguido.

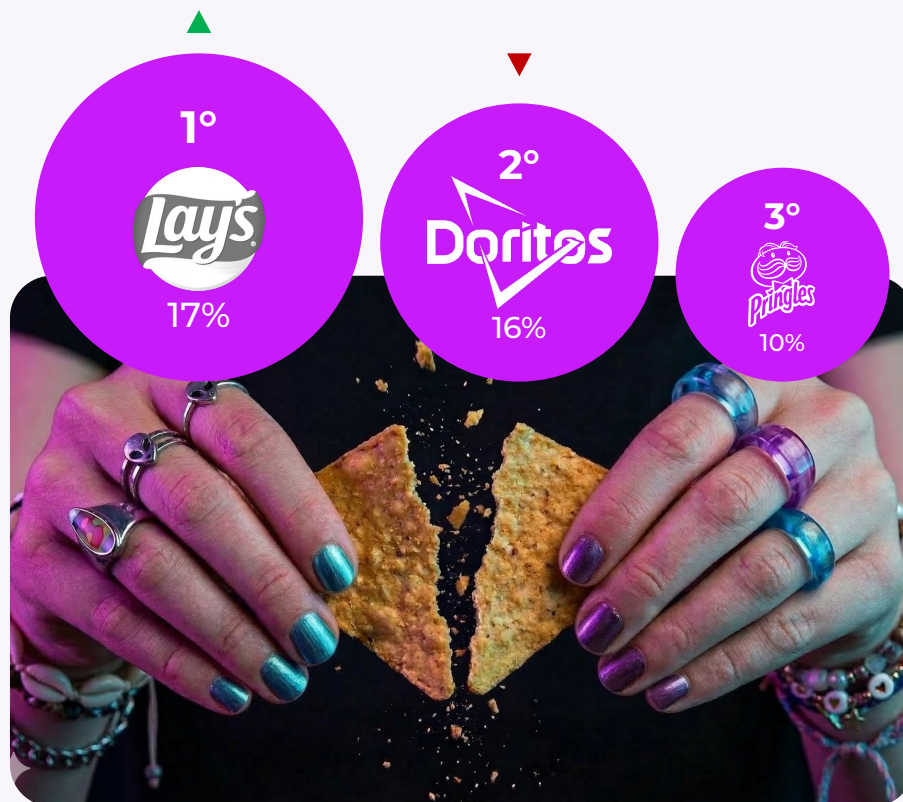
Pepitos, también de Mondelez, pierde gap frente a Don Satur, la galleta nacional, y pasan a compartir el segundo puesto.

Snacks

Gran paridad entre las marcas de snacks

En 2026, las tres marcas que componían el top 3 del 2025, acortan las distancias entre sí. Por 1pp, Lay's ocupa el primer lugar, seguida de Doritos y Pringles.

Lay's performa mejor entre las mujeres, los de NSE medio y los que están presentes en las redes sociales.



Chocolates

Kinder codo a codo con Grupo Arcor

Kinder sigue posicionándose como el chocolate favorito de los U18 argentinos. Sin embargo, acorta el gap vs las otras marcas, con una diferencia de 2 y 4 pp. Águila entra al ranking y se coloca por delante de Bon o Bon, que desciende al tercer lugar, anteriormente ocupado por Arcor.





Fast food

McDonald's y Mostaza mantienen su puesto en el podio

McDonald's se mantiene como la cadena predilecta del segmento, pero reduciendo la distancia vs sus competidores. Mostaza y Burger King siguen ocupando las mismas posiciones respecto al 2025, aunque BK logra incrementar su propio rendimiento.

El público que elige a Mostaza son los teens y que, debido a sus consumos típicos, están en redes sociales.

Conclusiones

Alta permeabilidad a anuncios

El target U18 en Argentina demuestra permeabilidad a los anuncios de sus marcas favoritas.

Entretenimiento lidera y compite con videojuegos

Las marcas de entretenimiento siguen liderando el podio de las preferidas, impulsadas especialmente por los kids y los teens. Entre los tweens, sin embargo, pasan a un segundo plano frente a los videojuegos, una categoría que sigue en crecimiento.

En esta edición, la categoría de zapatillas pierde su puesto histórico y es reemplazada por tecnología, industria que gana fuerza especialmente gracias a los teens.

McDonald's, YouTube, Coca-Cola y Roblox en el top de favoritas

En Argentina, McDonald's, YouTube, Coca-Cola y Roblox son las marcas predilectas de los U18. Sin embargo, solo las primeras tres logran entrar al Golden Square por ser favoritas y confiables a la vez.

A diferencia del 2024, Adidas y Disney quedan fuera del GS y YouTube vuelve a incrementar su performance en estas dos dimensiones.

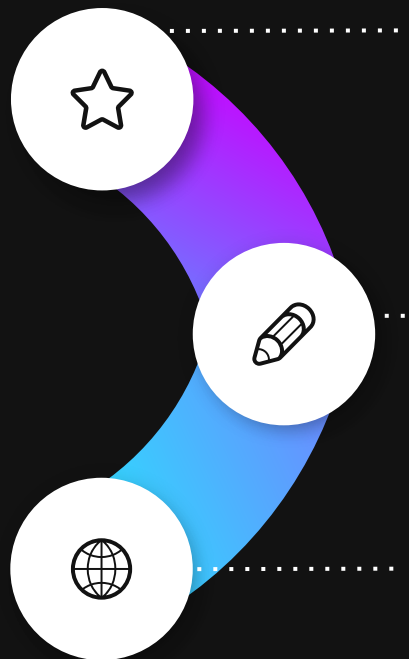
Diversión, clave para ser favorita

Diversión es el driver que una marca debe tener para convertirse en favorita en el segmento U18.

Adicionalmente la felicidad que comparte con sus clientes y/o audiencia, y la calidad que ofrece, son los drivers preferibles que ayudarán a la marca a impulsar su nivel de preferencia.

Ficha técnica

1.600 kids & teens



TARGET

Niños y adolescentes entre 3 y 18 años, y sus padres, residentes en Argentina.

Muestra con representación nacional de la población conectada a internet.

CAMPO

Marzo, junio, octubre y diciembre de 2025.

METODOLOGÍA

Encuestas online.

Las encuestas de los kids de 3 a 5 años son administradas por los padres (leen y responden lo que los hijos dicen).

Kidscorp®

Para más información:

marketing@kidscorp.digital



www.kidscorp.digital