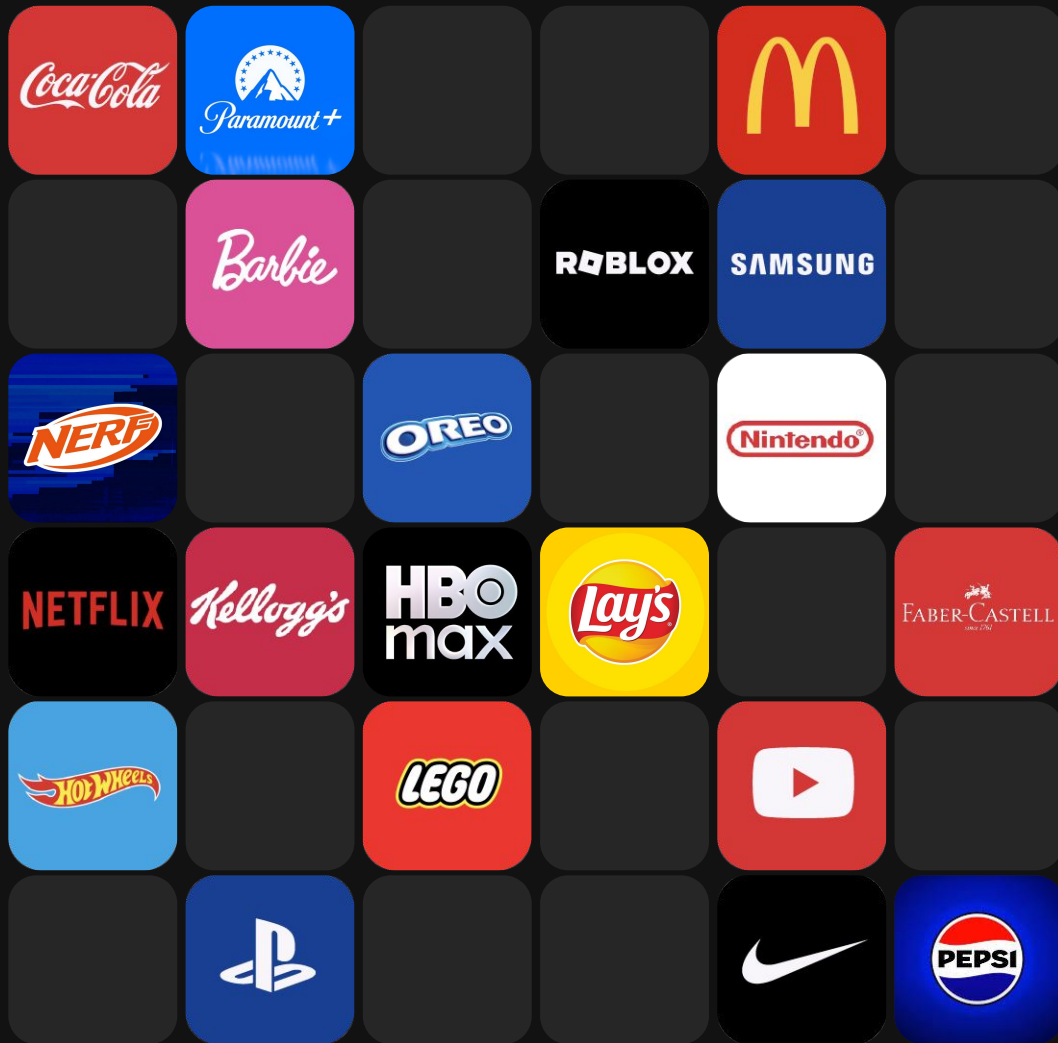


Kidscorp®

Reporte Exclusivo

Top Brands U18s

México - 2026



Sabemos que el target U18 en México 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

60%

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

28%

Estar más interesado en la marca

26%

Saber más/buscar información de la marca

15%

Estar más dispuesto a hablar de la marca

53%

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

Marca favorita según edad

Las marcas de **entretenimiento se mantienen por 4to año consecutivo** como las que lideran el ranking de favoritas. Especialmente impulsadas por los kids y tweens con gap considerable vs las categorías secundarias.

Al llegar a los 13 años, la preferencia comienza a estar más disputada: **la tecnología es la categoría favorita** de este target, seguida de cerca por entretenimiento.

Los que eligen las marcas de entretenimiento tienden a jugar más con juguetes y menos con videojuegos.

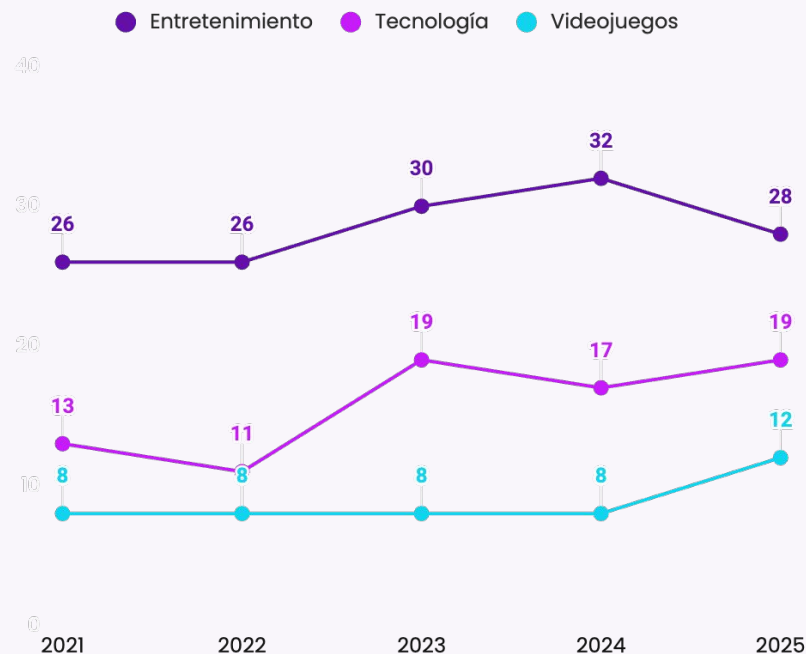
	3 a 5		6 a 12		13 a 18	
1°	Entretenimiento	34%	Entretenimiento	28%	Tecnología	30%
2°	Juguetes	26%	Videojuegos	19%	Entretenimiento	26%
3°	Tecnología	9%	Tecnología	15%	Zapatillas	15%
4°	Alimentos	8%	Juguetes	13%	Videojuegos	7%
5°	Zapatillas	8%	Zapatillas	9%	Bebidas	6%
6°	Videojuegos	6%	Alimentos	6%	Indumentaria	5%
7°	Fast Food	3%	Fast Food	6%	Alimentos	5%
8°	Indumentaria	3%	Bebidas	3%	Juguetes	5%
9°	Bebidas	3%	Indumentaria	1%	Fast Food	2%

Total					
1°	Entretenimiento	4°	Juguetes	7°	Bebidas
2°	Tecnología	5°	Zapatillas	8°	Fast Food
3°	Videojuegos	6°	Alimentos	9°	Indumentaria

Evolución marca favorita según categorías

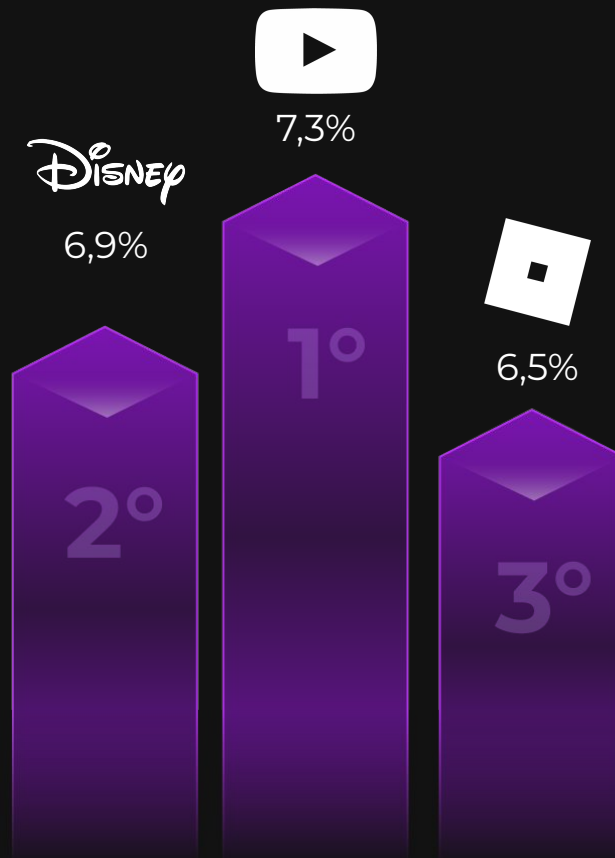
Después de tres años de crecimiento sostenido en **las marcas de entretenimiento, su desempeño comienza a desacelerar.**

Al mismo tiempo, **los videojuegos ganan protagonismo** y se posicionan como la tercera categoría de marca más elegida, reemplazando a las zapatillas, que ocuparon ese lugar durante tres ediciones seguidas.



Top 10 marcas favoritas

Gran paridad del top 3 de marcas. YouTube, Disney y Roblox comparten un primer puesto virtual separadas por decimales. Nike y Minecraft un escalón por debajo de las líderes y Netflix lidera el tercer pelotón de marcas.



4°		5,5%
5°		5,1%
6°		4,3%
7°		4,1%
8°		3,7%
9°		3,6%
10°		3,4%

Top 10

Marca favorita según edad

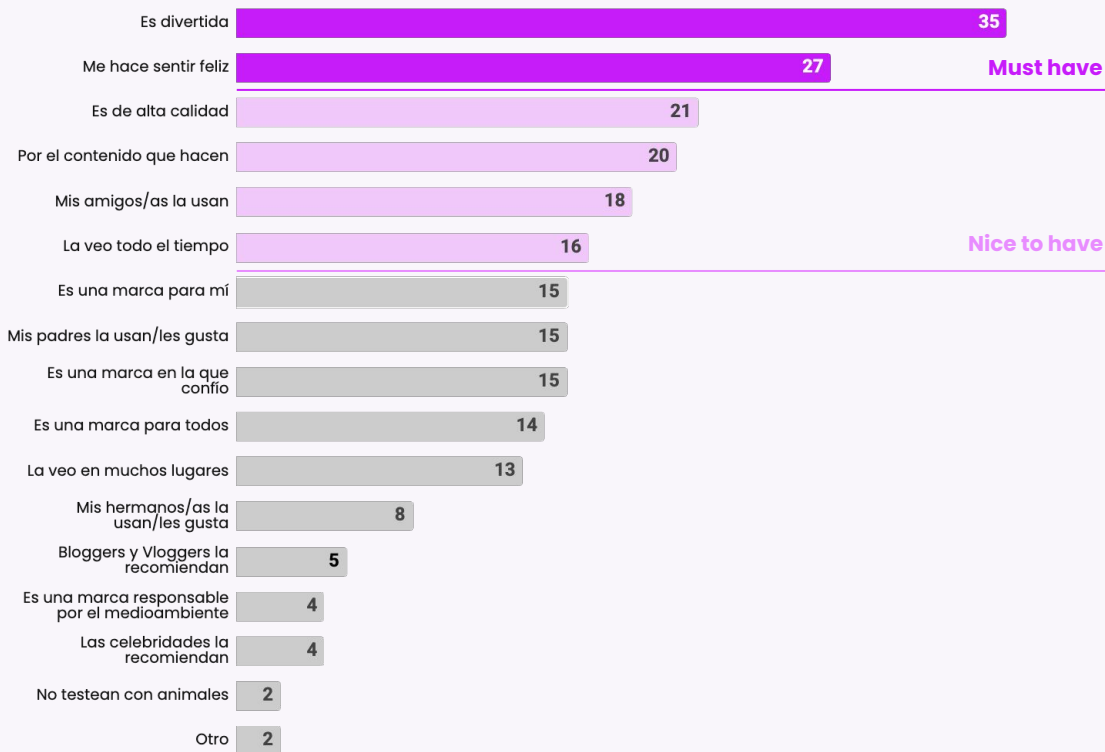
Disney es la marca favorita de los kids, mientras que YouTube da un salto en 2025 y se posiciona como segunda elección de este segmento- en 2024 recién ingresaba al podio a partir de los 6 años.

Llegados los 6 años, sus preferencias se amplían: las marcas de entretenimiento compiten con las de videojuego, siendo Roblox la más elegida por el segmento 6-12. Entre los de 13 a 18, las marcas empiezan a atomizarse. Nike y iPhone lideran como las favoritas.

	3 a 5		6 a 12		13 a 18	
1°	Disney	11%	Roblox	12%	Nike	8%
2°	Youtube	9%	Disney	8%	iPhone	7%
3°	Play-Doh	8%	Youtube	8%	Coca-Cola	6%
4°	Barbie	8%	Minecraft	7%	Youtube	6%
5°	Nike	6%	LEGO	5%	Samsung	5%
6°	Hot Wheels	6%	Netflix	4%	Netflix	5%
7°	LEGO	4%	Barbie	4%	TikTok	5%
8°	Roblox	4%	Sabritas	4%	Minecraft	4%
9°	Paw Patrol	4%	Xbox	4%	Adidas	4%
10°	Marvel	4%	McDonald's	4%	Apple	4%

Driver de elección de marcas favoritas

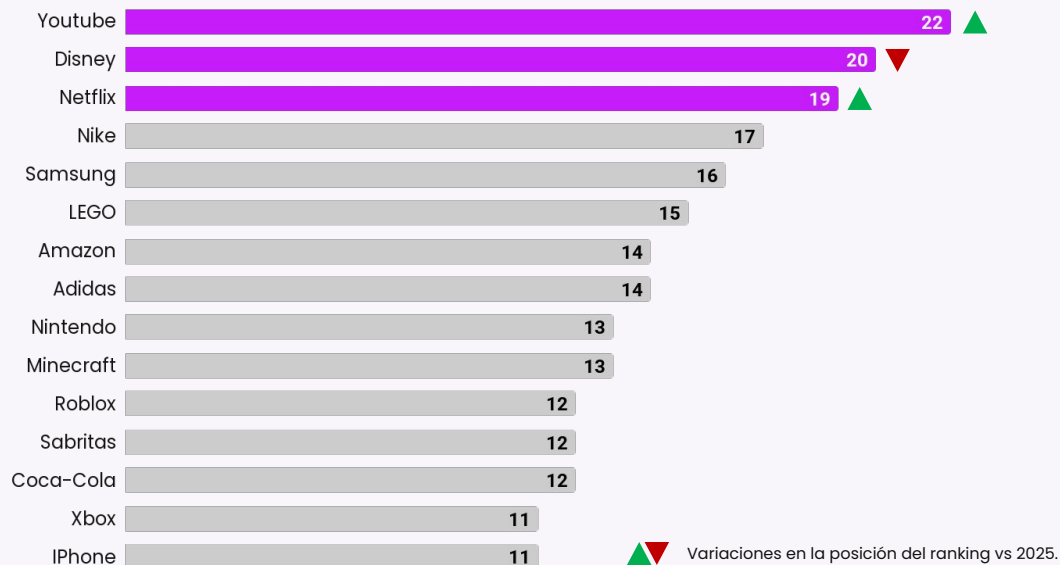
Para que una marca logre posicionarse como la favorita en el segmento U18, la diversión es un atributo decisivo, junto con la capacidad de generar felicidad. La calidad y el contenido también son drivers a tener en cuenta para elevar su nivel de preferencia.



Marcas en las que confían

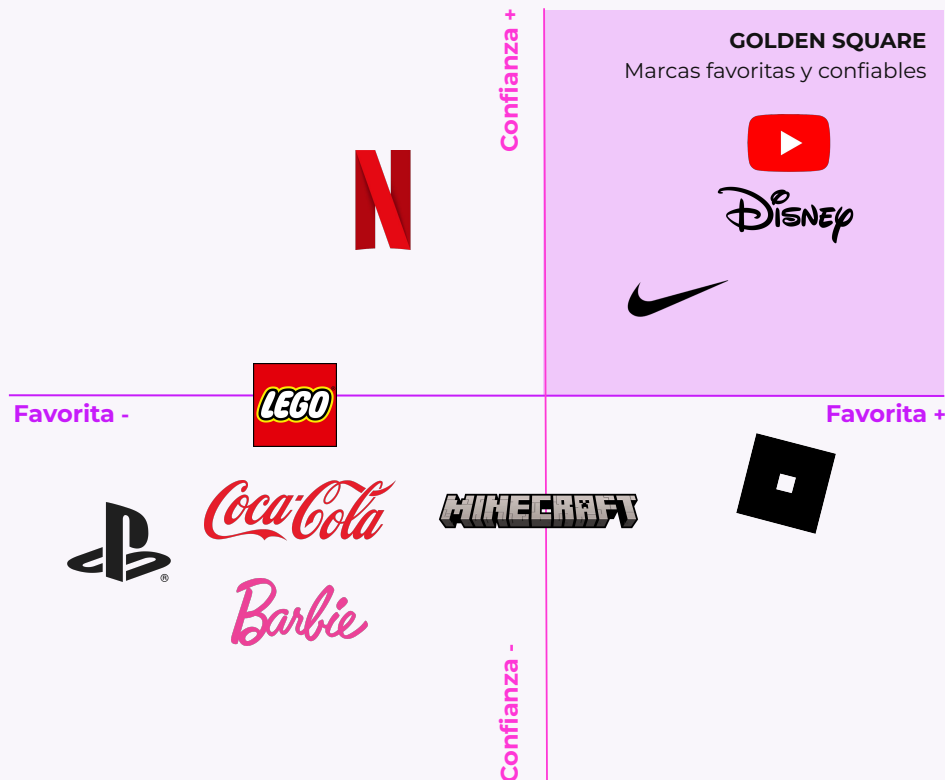
El podio de las marcas que generan mayor confianza esta dominado por el sector del entretenimiento, con poco gap entre sí. Las tres líderes son impulsadas por los de 6 a 12 años y, Disney, diferencialmente por los de NSE alto.

Adidas es destronada del segundo puesto y baja al octavo. Sin embargo, sigue generando confianza entre los teens, al igual que Nike y las marcas de tecnología.



Marcas favoritas y confiables

Disney, YouTube y Nike son las marcas que logran entrar al Golden Square por ser preferidas y confiables a la vez.



Marcas favoritas por categorías

Tecnología

Samsung afirma su liderazgo

En el mercado de dispositivos electrónicos, Samsung mantiene una ventaja sólida sobre Motorola y Apple. Motorola desplaza a Apple al tercer lugar, aunque la diferencia entre ambas es mínima.

Apple se vuelve más preferida entre los de NSE alto, mientras que Motorola lo hace en los de NSE bajo.

Adicionalmente, quienes prefieren la marca de la manzana, tienen mayor consumo de YouTube y SVOD.



Plataformas SVOD

Disney+ acorta el gap con Netflix

La categoría de SVOD mantiene las mismas posiciones del 2024. Con una diferencia de 9 pp, Netflix se mantiene invicta, seguida por Disney. HBO Max sostiene la tercera posición pero con mucho gap vs las otras dos marcas.

Netflix tiene un fuerte arraigo entre los teens, que están presentes en social media, especialmente en TikTok.

La audiencia de Disney+ está conformado, mayoritariamente por los de 3 a 12, mujeres, de NSE alto y que juegan con juguetes.

Los sectores medios son los que más prefieren HBO Max.



Videojuegos

Los metaversos de Roblox y Minecraft concentran las elecciones del target

Los dos principales videojuegos encabezan el podio por tercer año consecutivo, y FIFA vuelve a conquistar la tercera posición luego de haber sido desplazado por Garena Free Fire en 2024.

Roblox y Minecraft son impulsados principalmente por los tweens, mientras que los teens se inclinan por FIFA. FIFA y Minecraft son más elegidos por los varones.



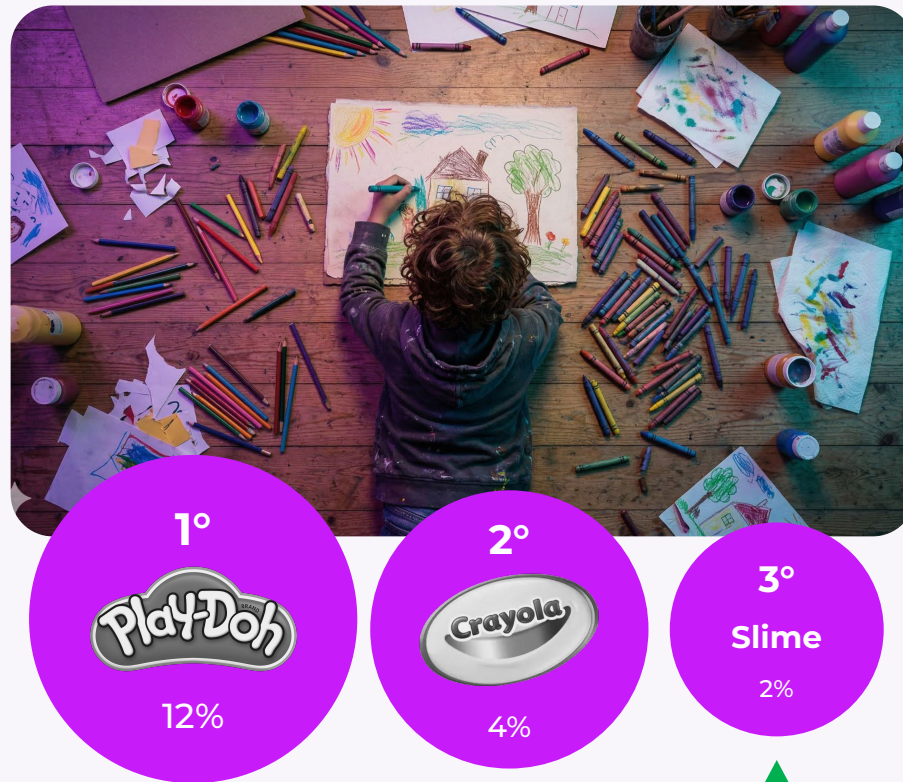
*Datos del estudio Toys Brand Tracking. México – 2025.

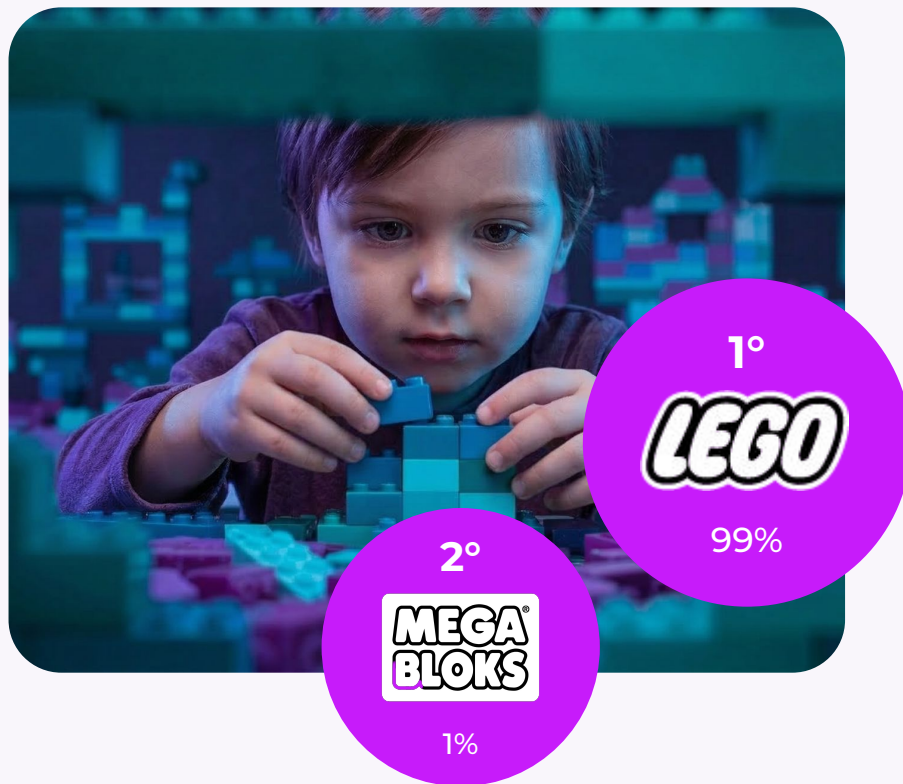
Art & crafts*

El universo de art & crafts liderado por marcas globales

Play-Doh se destaca como la marca más popular, seguida por Crayola y Slime, que logra desplazar a Kinetic Sand.

La preferencia de Play-Doh **crece entre las niñas de 3 a 12 años.**





Bloques *

LEGO continúa su liderazgo absoluto en la categoría de bloques

Mayormente deseada por los varones, LEGO continúa con su liderazgo absoluto en la industria de los bloques.

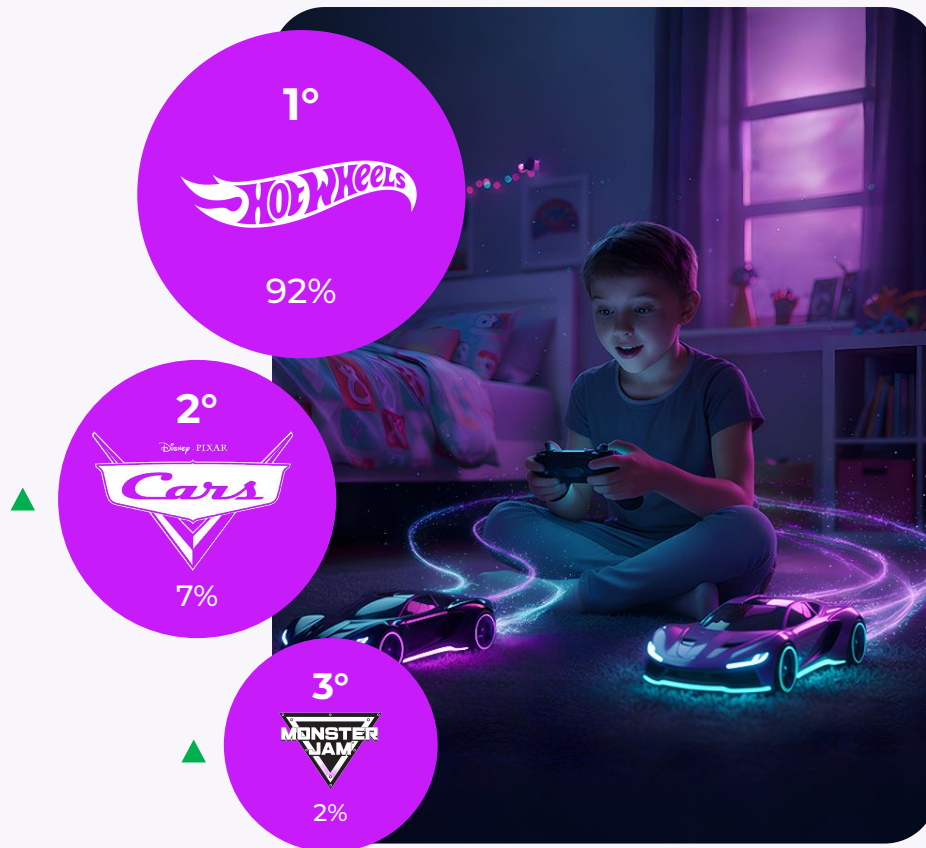
El target de la categoría es, principalmente, de 6 a 10 años y proveniente de niveles socioeconómicos altos.

Vehículos de juguetes

Hot Wheels lidera con un gap muy fuerte

En una categoría predominantemente masculina, Hot Wheels domina el mercado de los vehículos de juguetes. Cars (Disney) pasa al segundo puesto, desplazando a Matchbox, mientras que Monster Jam se ubica en el tercero y saca a Tech Deck del podio.

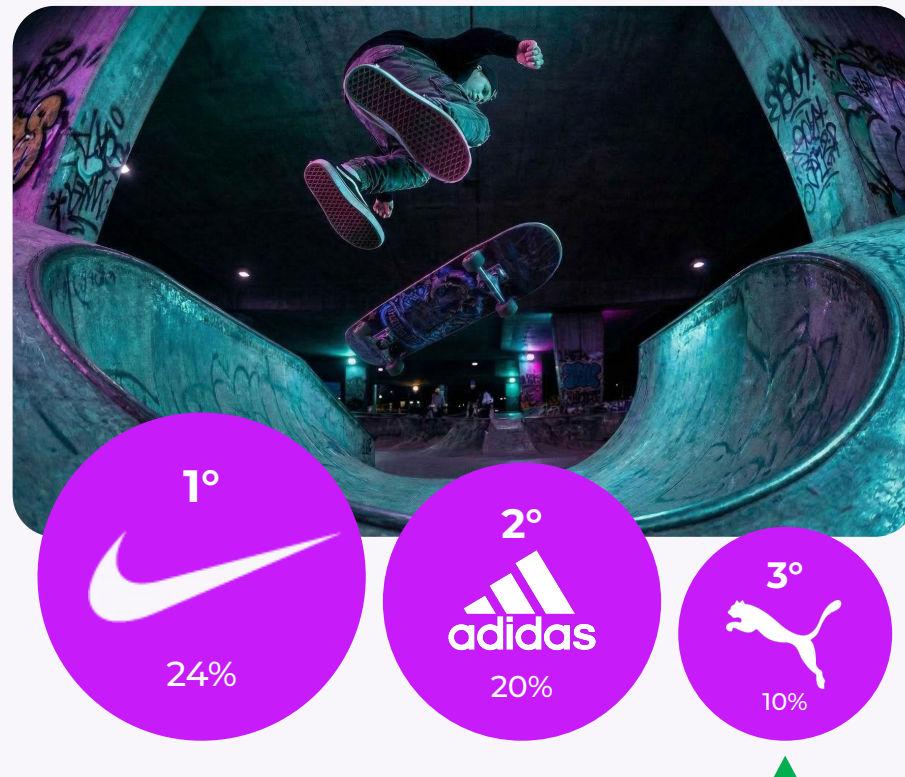
El 84% de los niños varones de 3 a 5 años juega con vehículos de juguetes.



Calzado

Nike continua con más elecciones que Adidas

Nike, mayormente elegida por varones, lidera las preferencias en marcas de calzado, seguida por Adidas. PUMA completa el podio, reemplazando a Flexi respecto al año anterior.



Bebidas

Coca-Cola mantiene su liderazgo intacto

Por quinto año consecutivo, Coca-Cola se mantiene como la marca favorita dentro de la categoría de bebidas, con una amplia ventaja sobre Jumex y Pepsi. En esta edición, Pepsi ingresa al podio de bebidas favoritas, desplazando a Boing.

Quienes eligen Jumex son principalmente kids, mujeres, pertenecientes a NSE altos y, de manera diferencial, con una fuerte afinidad por los juguetes.





Galletas

Oreo lidera, escoltada por Emperador y Chokis

Oreo sigue siendo la más elegida por tercer año consecutivo, Emperador y Chokis siguen, con una mínima diferencia.

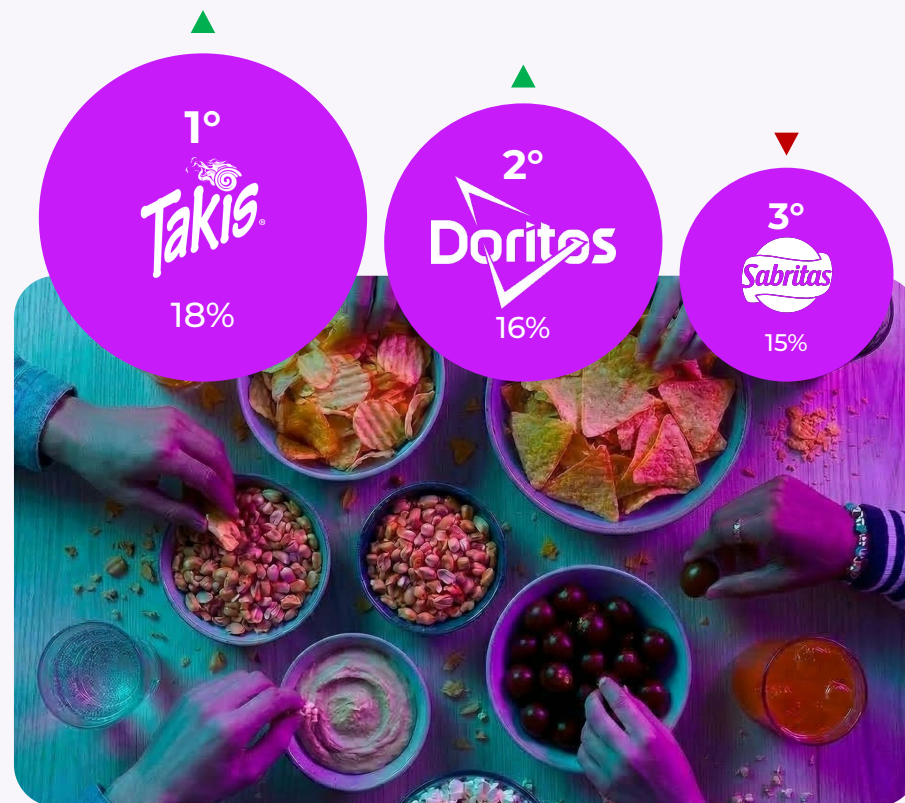
Oreo se destaca por agradar más a los de NSE altos, y Emperador es menos preferida entre las mujeres.

Snacks

Reconfiguración del top de las marcas

En 2025, Takis toma el liderazgo y relega a Sabritas al tercer lugar. Doritos logra ingresar al top 3, quedándose con la segunda posición aunque por un 1pp.

Takis destaca entre los de 13 a 18 y entre los que juegan Roblox, mientras que Sabritas tiene mejor performance entre los que no juegan a videojuegos.



Chocolate

Carlos V encabeza el ranking, con sus rivales muy cerca

Por segundo año consecutivo, Carlos V se consolida como el chocolate favorito de los U18. Ferrero Rocher desplaza a Kinder, mientras que Hershey's logra quedarse con el tercer puesto.

Ferrero Rocher destaca entre los teens y los estratos altos. Los que eligen Carlos V son los que menor presencia tienen en social media y en las SVOD.





Fast food

Carl's Jr. la más preferida. KFC y McDonald's con diferencia mínima

KFC desciende de la primera posición, a la tercera.

El grupo que prefiere McDonald's se destaca por jugar con juguetes.

También performa mejor entre los niños de 6 a 12 años, mientras que Carl's Jr. lo hace en los teens. KFC es más elegido por las niñas y los niveles medios.

Conclusiones

Alta permeabilidad a anuncios

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

Entretenimiento lidera, pero hay competencia

Las marcas de entretenimiento lideran el podio de las preferidas y mantienen una fortaleza hasta los 12 años donde también compiten con los videojuegos.

A partir de los 13, los teens se inclinan más por la tecnología, que pasa a ocupar el primer lugar y relegan al entretenimiento al segundo, aunque con un gap reducido entre ambas categorías.

YouTube, Disney y Roblox en el top 3

YouTube, Disney y Roblox conforman el top 3 de las marcas favoritas para el segmento en México.

Sin embargo, Roblox queda fuera del Golden Square de marcas favoritas y confiables, siendo Nike la otra marca que cumple con ambos atributos, junto con Disney y Youtube.

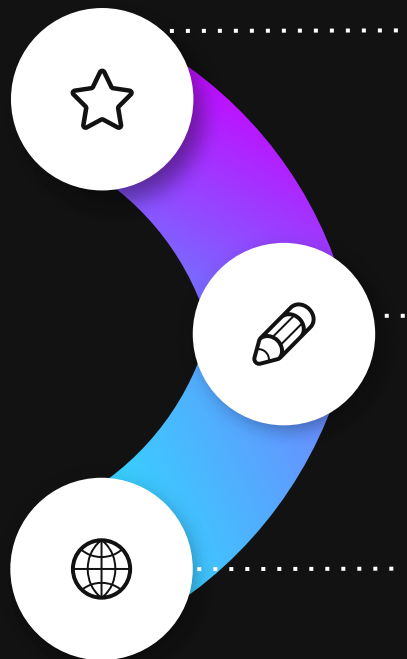
Diversión, clave para ser favorita

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

Adicionalmente, la felicidad que comparten con sus clientes y/o audiencia son los drivers preferibles que ayudarán a la marca a impulsar su nivel de preferencia. El contenido y la calidad son drivers que refuerzan el favoritismo.

Ficha técnica

4.788 kids & teens



TARGET

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

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).



Pamela Díaz Chávez
Country Manager México
pamela@kidscorp.digital



www.kidscorp.digital