





Relatório Exclusivo

**Top marcas
para público
infanto-juvenis
Brasil 2025**

**Sabemos que o target
infanto-juvenil no Brasil
demonstra uma grande
predisposição e adesão
aos anúncios de suas
marcas favoritas.**

Saber o que eles são e o que torna uma
marca favorita é essencial para uma
marca que deseja ter sucesso nesse
segmento.



Contexto

Anúncios favoritos e influência de compra

55%

Dos U18 têm uma influência forte nas decisões de compra da família.

84%

Viram a marca do seu anúncio favorito on-line.

Atitudes em relação à marca após o anúncio

Saber mais/buscar informação sobre a marca

30

Estar mais interessado na marca

25

Estar mais predisposto a falar sobre a marca

12

52%

dos infanto-juvenil no Brasil se aproximam da marca como resposta ao anúncio.

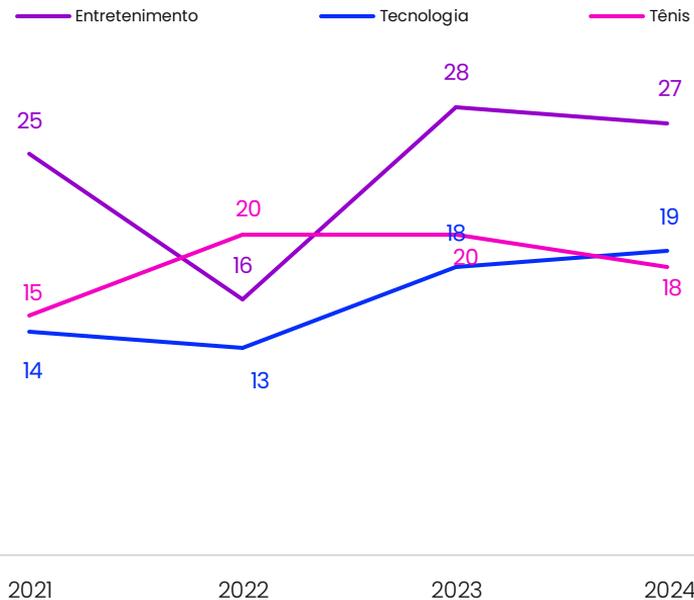
Categoria de marca favorita segundo a idade

As marcas de entretenimento permanecem, pelo quarto ano consecutivo, como as principais marcas favoritas, especialmente impulsionadas por crianças e adolescentes, com uma diferença considerável em relação às categorias secundárias na faixa de 6 a 12 anos. Quando chega a adolescência, o pódio é disputado entre marcas de tênis e tecnologia, deixando as marcas de entretenimento em segundo plano.



Evolução de marca favorita segundo categorias

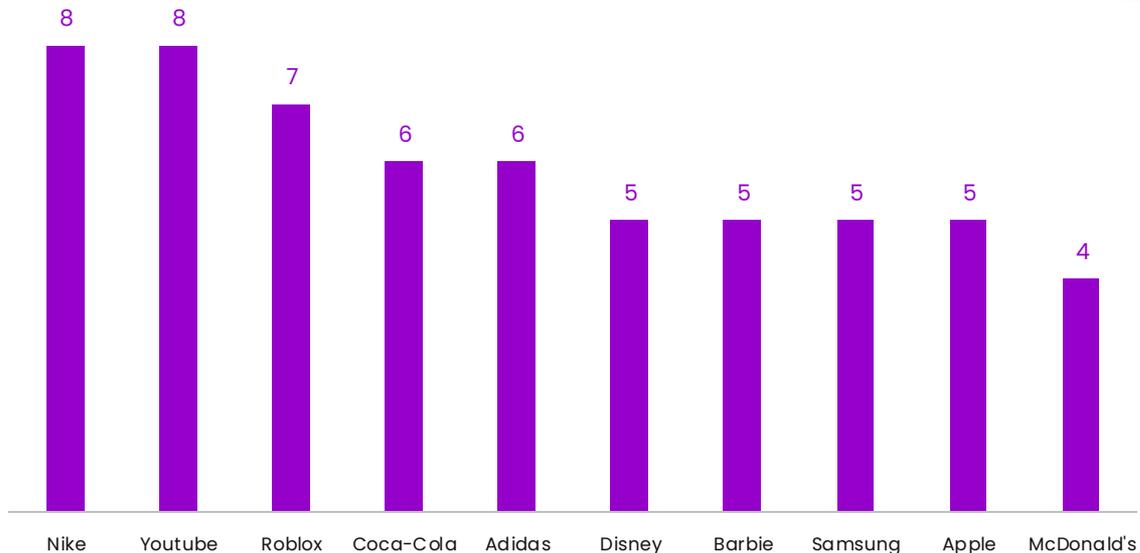
Entretenimento mantém a liderança enquanto as marcas de tecnologias mostram crescimento mantido desde 2023.



TOP 10

Marcas favoritas

A Nike entra no top 3 das marcas favoritas, superando a Adidas. No mesmo nível de preferência, mas saindo do primeiro lugar, o YouTube. A Samsung consegue chegar no top 10 brasileiro.



Top 10

Marcas favoritas segundo a idade

Os menores de 13 anos não possuem uma marca favorita entre eles, embora tanto os pré-escolares quanto as crianças de 6 a 12 anos escolhem o YouTube no pódio. Diferentemente, o primeiro grupo prefere a Barbie e o segundo prefere o Roblox como marca favorita, refletindo as categorias lúdicas típicas da idade. À medida que crescem, suas preferências são redefinidas e eles se inclinam pelas marcas de roupa esportiva. A Nike e a Adidas disputam a liderança entre os adolescentes.

3 a 5 anos

YouTube	11
Nike	11
LEGO	7
McDonald's	7
Apple	5
Marvel	4
TikTok	4
Disney	4
Danone	4

6 a 12 anos

YouTube	10
Disney	8
Nike	6
Samsung	5
Coca-Cola	5
McDonald's	4
Netflix	4
Barbie	4
LEGO	4

13 a 18 anos

Coca-Cola	8
Samsung	8
All Star	7
Apple	7
YouTube	5
TikTok	5
iPhone	4
Instagram	4
Google	4

Driver de escolha das marcas favoritas

Diversão é o driver que uma marca deve ter para se tornar a favorita no segmento infanto-juvenil. Além disso, a felicidade que ela gera em seu público é o fator desejável que ajudará a marca a aumentar seu nível de preferência.



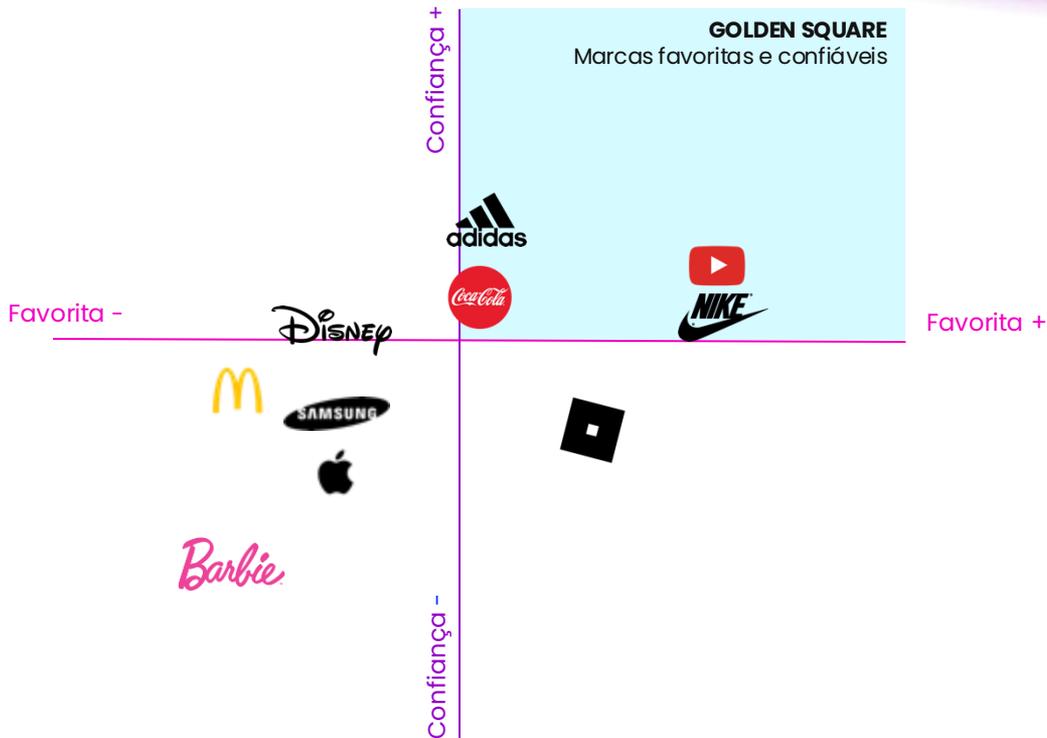
Marcas nas quais confiam

Adidas é a marca que gera maior confiança entre os infanto-juvenis, seguida, com pequena diferença, por Netflix e YouTube.



Marcas favoritas e confiáveis

Nike, YouTube, Adidas e Coca-Cola são as marcas que conseguem entrar no Golden Square por ser preferidas e confiáveis ao mesmo tempo.



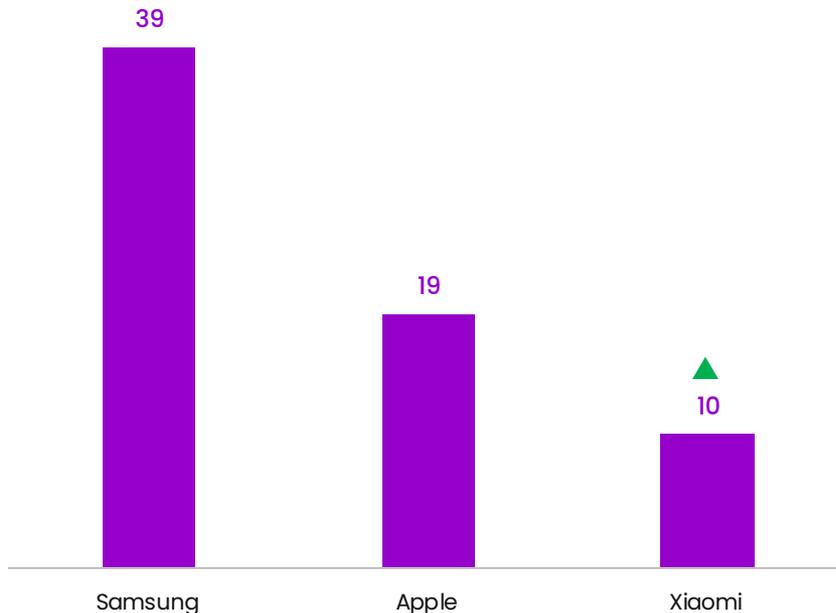
Samsung, Apple e Xiaomi continuam sendo as favoritas

Pelo terceiro ano consecutivo, o pódio das marcas de tecnologia favoritas permanece intacto. A Samsung lidera o mercado com uma grande diferença vs. Apple e Xiaomi.

A **Apple** é a preferida entre os que têm um nível socioeconômico alto, enquanto que a **Xiaomi** é a preferida entre os que têm um nível socioeconômico baixo.

Além disso, aqueles que preferem a Apple têm maior consumo de YouTube e de streamings.

Marcas de tecnologia favoritas



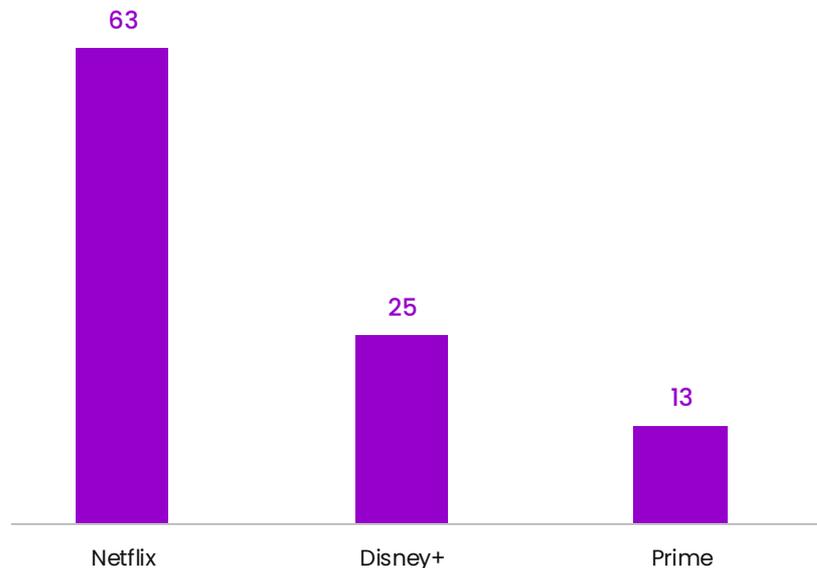
A Netflix é a Plataforma de streaming preferida

No Brasil, a Netflix tem um forte domínio sobre as demais plataformas de streaming. A Disney+ ocupa o segundo lugar, e a Prime, o terceiro.

A **Prime** tem uma forte influência entre os adolescentes, que estão presentes nas mídias sociais.

As meninas preferem a **Disney+** em comparação aos meninos. Seu público é infantil, também, além disso, seja composto pelo segmento de 6 a 12 anos, que também consome **Netflix**.

Marcas de plataformas de streaming favoritas

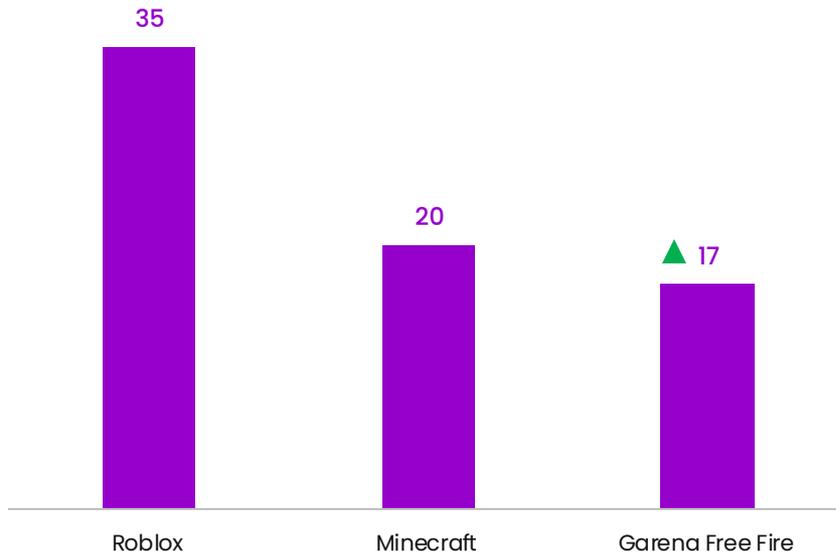


O metaverso de **Roblox** continua conquistando

Com uma ampla diferença em relação aos seus concorrentes, o Roblox lidera as marcas favoritas de videogames. A maior parte de seu target é composta pela faixa etária de 6 a 12 anos, assim como o Minecraft. O target do Garena Free Fire são os adolescentes.

Os teens que escolhem **Garena Free Fire** são, principalmente, meninos que praticam esportes e têm uma forte presença nas redes sociais.

Marcas de videogames favoritas

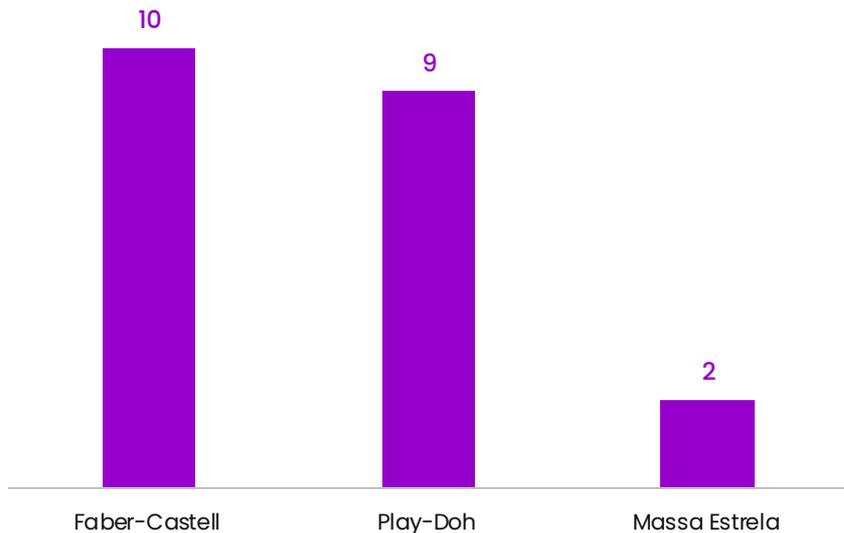


Alta paridade entre as marcas de Art&Crafts

A categoria Arts&Crafts tem um perfil predominantemente feminino. Com uma diferença de 1 pp em relação à Play Doh, a Faber Castell está no topo do pódio das marcas preferidas. Em terceiro lugar está a Massa Estrela.

Apesar da relevância feminina na categoria, a **Play Doh** se apresenta como cross gênero no Brasil. Tanto esta marca como a **Faber Castell** são promovidas por setores de alto nível. No segmento de 6 a 10 anos, a **Massa Estrela** é a que apresenta melhor desempenho.

Marcas de art&crafts favoritas

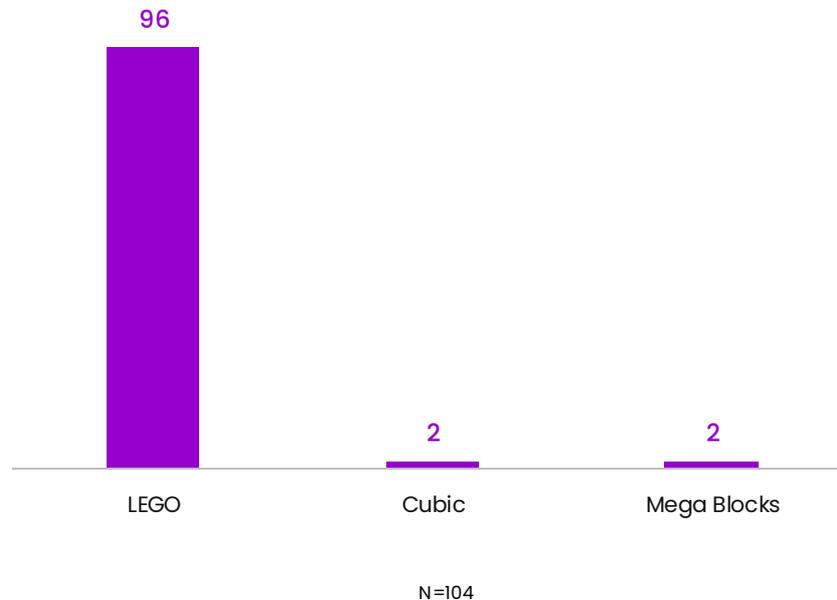


LEGO, a marca favorita em blocos de construção

Cobiçada principalmente pelos meninos, a LEGO tem o domínio absoluto da categoria de blocos. Cubic e Mega Blocks estão na disputa pelo segundo lugar.

O target da **LEGO** é, principalmente, de 6 a 10 anos. O consumo de blocos tende a estar associado a altos níveis socioeconômicos.

Marcas de blocos favoritas*



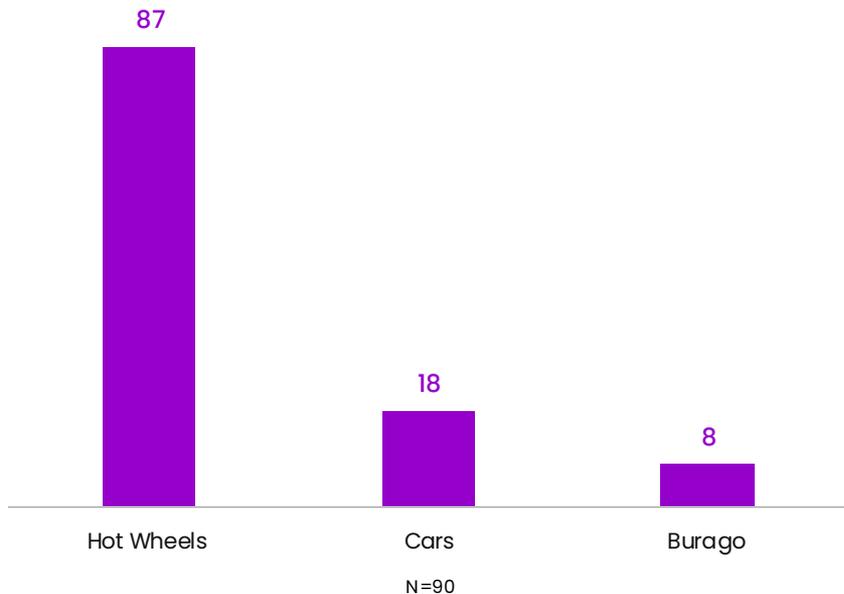
*Dados do estudo Toys. Brasil - 2024

A Hot Wheels como marca líder em veículos de brinquedos

Em uma categoria predominantemente masculina, a Hot Wheels domina com uma clara vantagem entre as marcas de veículos de brinquedos. A Cars e a Burago tentam entrar num mercado onde já existe um líder estabelecido.

Hot Wheels é escolhida pelas crianças, enquanto que a **Cars** se desempenha melhor no segmento de 11 a 14 anos. No Brasil, essa categoria domina nos níveis socioeconômicos mais altos.

Marcas de veículos de brinquedo favoritas*



*Dados do estudo Toys. Brasil - 2024

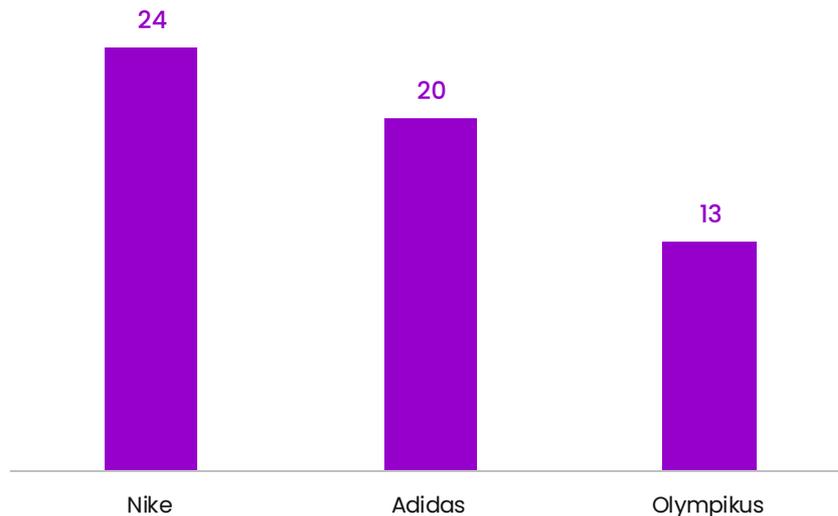
A Nike continua sendo mais escolhida que a Adidas na categoria de tênis

Nike guia as preferências em relação às marcas de tênis.

Nessa categoria, a Adidas, escolhida principalmente por meninos, está em segundo lugar, seguida pela Olympikus. O pódio permanece o mesmo em relação a 2023.

A **Nike** é preferida, principalmente, pelas meninas e a **Adidas** e a **Olympikus** pelos meninos. O perfil dos U18 que escolhem a **Nike** é de nível socioeconômico alto, que se distingue por estar presente nas redes sociais e consumir plataformas de streaming. **Olympikus**, por outro lado, destaca-se entre no nível socioeconômico médio.

Marcas de calçado esportivo favoritas

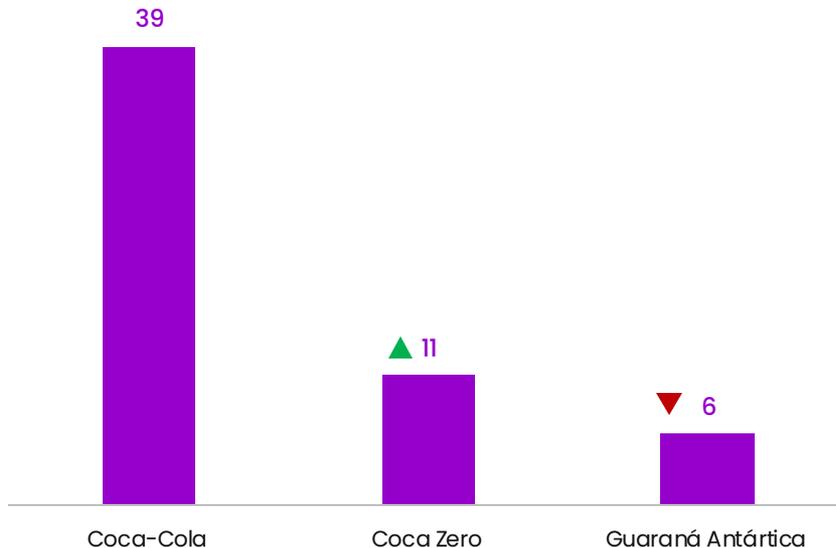


A **Coca-Cola** mantém sua liderança absoluta entre as marcas de bebidas

Pelo quarto ano consecutivo, a Coca-Cola continua sendo a marca favorita no setor de bebidas. Sua versão sem açúcar entra no top 3, desbancando o Guaraná Antártica.

O segmento de 6 a 12 anos prefere a **Coca Zero**, enquanto que o de 13 a 18 escolhe o **Guaraná Antártica**.

Marcas de bebidas favoritas

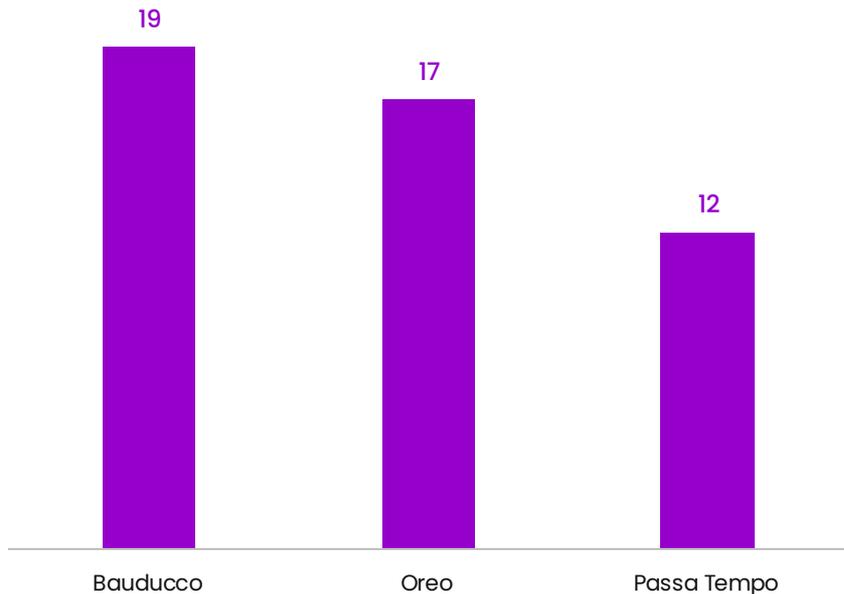


Bauducco e Oreo diminuem a diferença de preferência

Na categoria de biscoitos, a Bauducco continua sendo a favorita, embora esteja perdendo terreno para a Oreo. O Passa Tempo mantém a terceira posição no pódio.

O target de **Bauducco e Passa Tempo** está formado pelas crianças de 3 a 5 anos. O da **Oreo**, pelas de 6 a 12.

Marcas de biscoitos favoritas

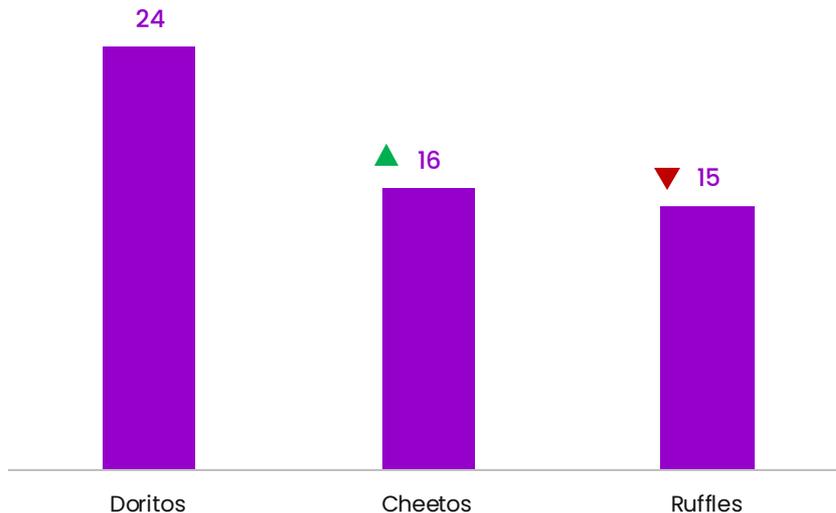


Doritos conquista a categoria de snacks

Pelo segundo ano consecutivo, Doritos é o salgadinho preferido dos U18 no Brasil. O Cheetos sobe para o segundo lugar, com uma diferença mínima em relação ao Ruffles.

Cheetos destaca-se por ser escolhida pelas crianças, enquanto que a **Ruffles** tem melhor desempenho entre os pré-adolescentes.

Marcas de snacks favoritas

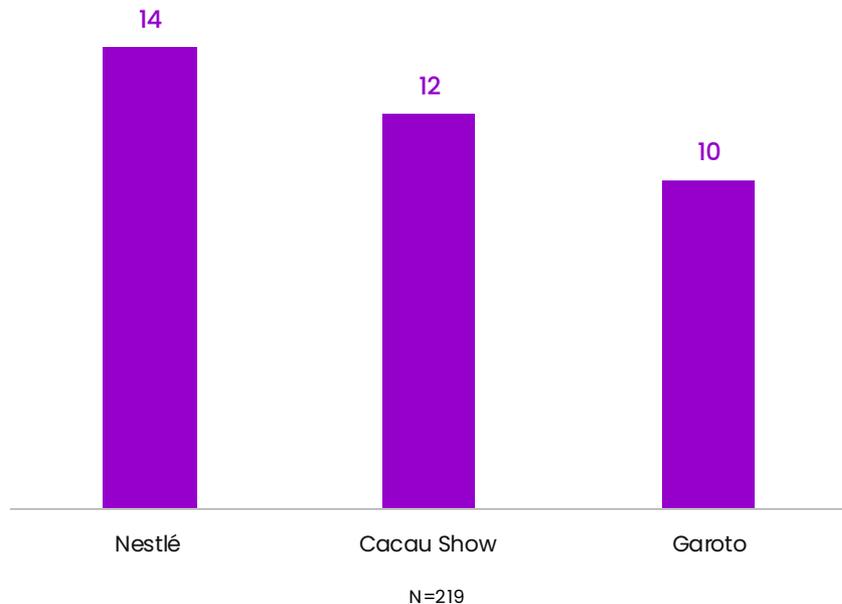


Não há uma marca de chocolates que se destaque como a preferida

Com uma diferença de 2 pp entre cada posição, a Nestlé é classificada como a marca de chocolate mais escolhida. Em 2024, a Cacau Show consegue entrar no top 3, desbancando a KitKat. A Garoto mantém o mesmo nível de preferência que teve em 2023.

Entre **Nestlé** e **Garoto** há uma diferença etária: a primeira se desempenha melhor entre os teens, enquanto que a segunda se destaca entre as crianças de 6 a 12 anos. Por outro lado, o target da **Cacau Show** está em um nível socioeconômico alto.

Marcas de chocolates favoritas

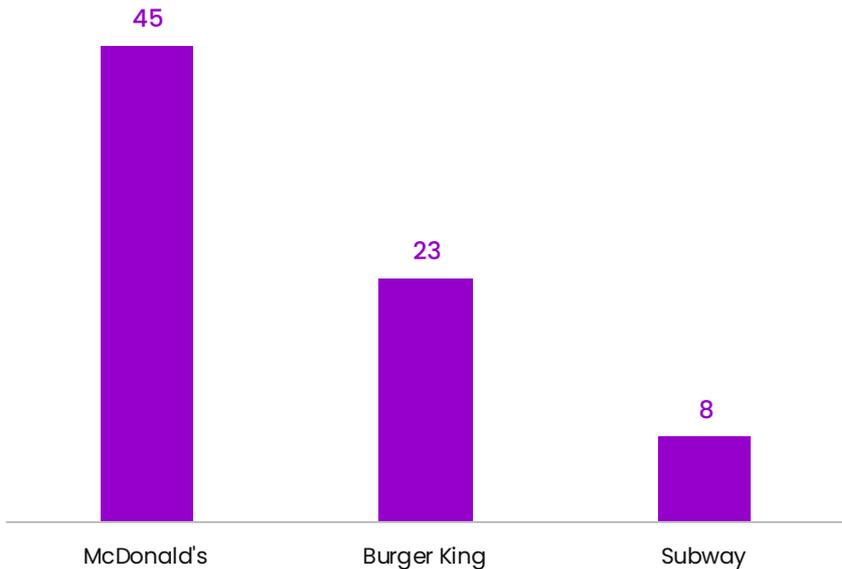


McDonald's é a rede preferida para comer

McDonald's lidera com uma ampla margem de diferença. Em segundo lugar encontra-se o Burger King seguida pelo Subway.

McDonald's é escolhida sem diferenciação pelo segmento U18 em sua totalidade. Já o **Burger King** tende a ser preferido pelas meninas e o **Subway**, pelo grupo de 3 a 5 anos.

Marcas de fast food favoritas



Conclusões

O target U18 no Brasil demonstra adesão aos anúncios de suas marcas favoritas

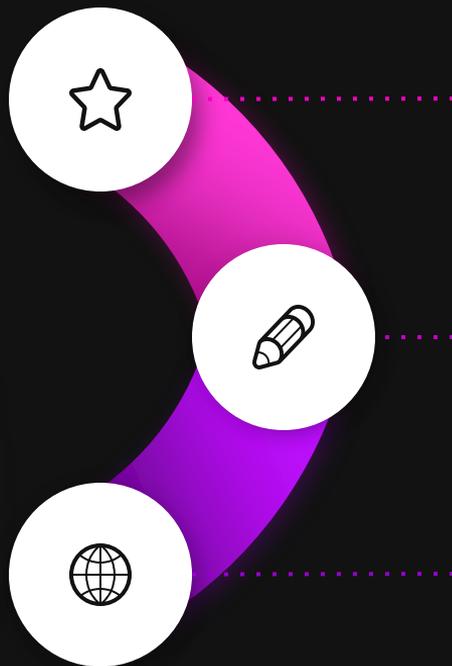
As marcas de entretenimento lideram o pódio das marcas preferidas entre crianças e adolescentes. Entretanto, a categoria está contraindo seu crescimento em relação a 2023, com uma diminuição significativa no segmento de 3 a 5 anos que se inclinam em comparação as outras idades. Por outro lado, as marcas de tecnologia mostram um crescimento sustentado a partir de 2023, impulsionado especialmente pelas crianças e adolescentes.

Diversão é o driver que uma marca deve ter para se tornar a favorita no segmento U18. A felicidade é apresentada como um driver preferível que engaja à audiência, o que, por sua vez, facilita o aumento da preferência pela marca. Este fator é fundamental para influenciar nas decisões de compra e posicionar estrategicamente a marca.

YouTube, Nike, Adidas e Coca-Cola formam o top 3 das marcas favoritas desse segmento no Brasil. As marcas esportivas têm uma forte presença entre os adolescentes, com Nike e Adidas disputando o domínio da categoria. No entanto, a primeira consegue ampliar seu domínio nas marcas favoritas em geral e nas de calçado favorito.

Ficha técnica

9.612 crianças e adolescentes entrevistados



PÚBLICO ALVO

Crianças de 3 a 18 anos e seus pais, residentes no Brasil.

Amostra Nacional representativa da população online.

CAMPO

De janeiro a dezembro de 2024.

METODOLOGIA

Entrevistas online, por meio de painel.

Crianças de 3 a 5 anos respondem com seus pais.

Kidscorp®

Ricardo Wako | Country Manager & Head of Sales, Brasil.
Ricardo@kidscorp.digital



www.kidscorp.digital