DIGITAL WORLD

EDICIÓN OCTUBRE 2022

PRESENTADO POR PHOCUS

PHOCUS

brand and innovation

OUTLINE

- PALABRAS MÁS BUSCADAS EN PANAMÁ
- GOOGLE TRENDS ESTADOS UNIDOS
- TOP 3 PELÍCULAS Y SERIES EN NETFLIX
- TOP 10 GLOBAL EN SPOTIFY
- LOS VIDEOS MÁS VISTOS EN YOUTUBE EN PANAMÁ
- LOS CANTANTES MÁS SEGUIDOS EN INSTAGRAM
- ATRAYENDO CLIENTES DE FORMA DIGITAL A TRAVÉS DE HALLOWEEN
- RESULTADOS DEL EVENTO DE AMAZON PRIME EARLY ACCESS SALE
- META VIDEO AWARDS PREMIA A LAS MEJORES CAMPAÑAS DE VIDEO EN LATINOAMÉRICA
- LA PUBLICIDAD SE ADENTRA A NETFLIX

PALABRAS MÁS BUSCADAS EN PANAMÁ

1. Vale Digital octubre 2022
2. **Huracán Julia en vivo**
3. Barcelona vs Inter
4. Barcelona vs Real Madrid
5. **Black Adam**
6. **Jeffrey Dahmer**
7. NBA
8. **Dahmer**
9. **Bandera de Panamá**
10. Real Madrid vs

Como hemos visto durante la pandemia (sí, todavía no se ha acabado, al menos en papel), el Vale Digital siempre está presente en los primeros diez lugares de las búsquedas de Google, en este caso liderando el ranking. Y al igual que en todas las recopilaciones pasadas, **el futbol (#3, #4 y #5) siempre está presente y el básquet (#7) aparece de vez en cuando, dependiendo de la época del año.**

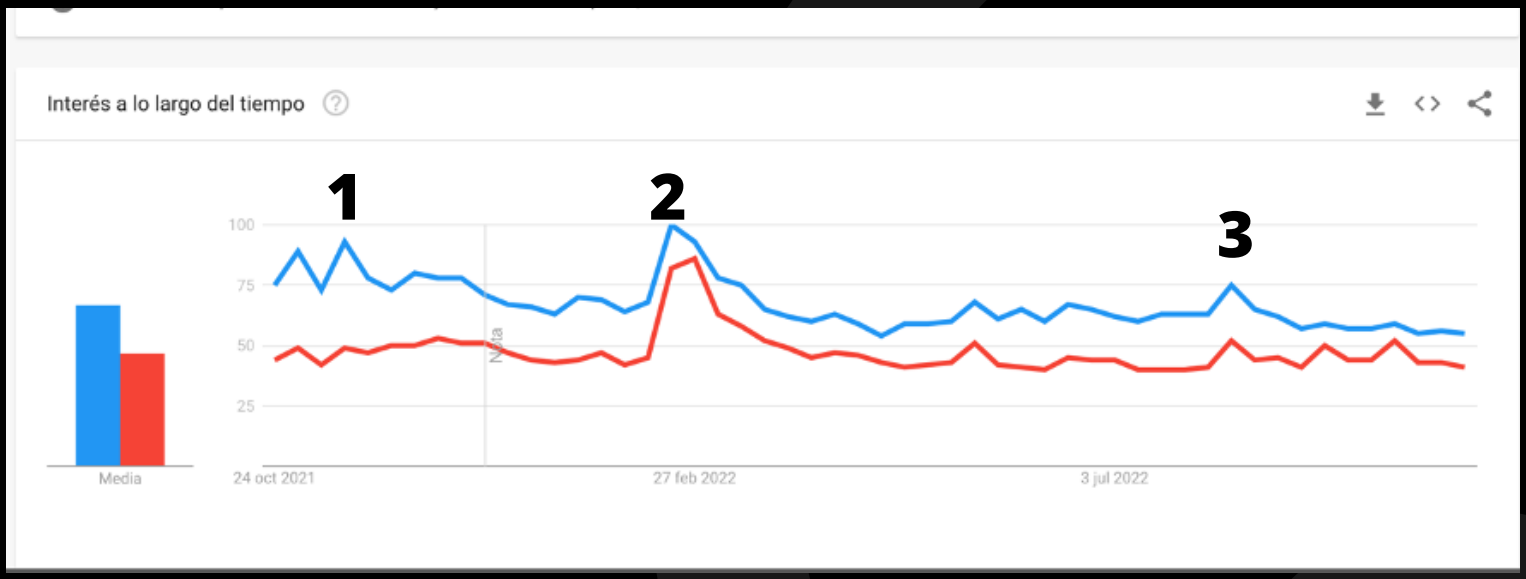
Una de las diferencias este mes es el seguimiento dado por los panameños a **la serie de Netflix sobre Jeffrey Dahmer (#6 y #8),** el asesino que se cobró la vida de 17 personas en Estados Unidos. Dahmer no se conformó con matar a estos individuos, muchos de ellos niños, sino que utilizó sus cadáveres para ejecutar actos de necrofilia y canibalismo.

Los panameños también estuvieron al tanto de otro asesino: **Julia (#2), el huracán** que mató a más de 91 personas en el Caribe y América Central.

En temas menos macabros, los habitantes del istmo buscaron la imagen de la **bandera panameña (#9).** Esta búsqueda seguramente está relacionada a trabajos escolares típicos de las semanas previas a las Fiestas Patrias. También estuvieron al tanto de la **película de DC, Black Adam (#5),** que se estrenó este mes en nuestro país.

DIGITAL TOP | FUENTE: GOOGLETRENDS.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

GOOGLE TRENDS ESTADOS UNIDOS



Esta gráfica nos dice que los principales picos de búsqueda son bastantes similares para las **dos principales cadenas televisivas de Estados Unidos: Fox News (azul) y CNN (rojo).**

El primero **(1),** en noviembre, seguramente **se debió a la gran cantidad de asesinatos en masa que ocurrieron en ese mes en diferentes estados: Wisconsin, California, Carolina del Norte, Washington, Michigan y Tennessee.**

El segundo aumento de búsquedas, el mayor de todos, fue en la última semana de febrero **(2),** y seguramente está relacionado al **inicio de la invasión de Rusia a Ucrania.**

El tercer pico **(3)** ocurre en agosto y parece estar conectado con el **allanamiento de la casa de Donald Trump en Florida por parte del FBI.** Pero lo que más llama la atención de esta gráfica es el **dominio completo de las búsquedas del término Fox News sobre el término CNN en Estados Unidos en los últimos 12 meses.**

Esto podría también hablarnos sobre el posible resultado de las elecciones legislativas del próximo mes en el país del norte. Si nos guiamos por los resultados, los Republicanos deberían dominar el Congreso o el Senado o ambos recintos. Veremos si este interés se refleja en votos.

DIGITAL TOP | FUENTE: GOOGLETRENDS.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

¿CUÁL ES EL MEDIO DE PAGO MÁS UTILIZADO EN COMPRAS DIGITALES EN USA?

A. Tarjetas de crédito

B. Tarjetas de débito

C. PayPal

RESPUESTA CORRECTA: TARJETAS DE CRÉDITO (PERO NO POR MUCHO)

Nótese la popularidad de las **tarjetas de débito,** que ocupan un muy cercano segundo lugar.

Which Payment Methods Have US Digital Buyers Used to Make Digital Purchases?

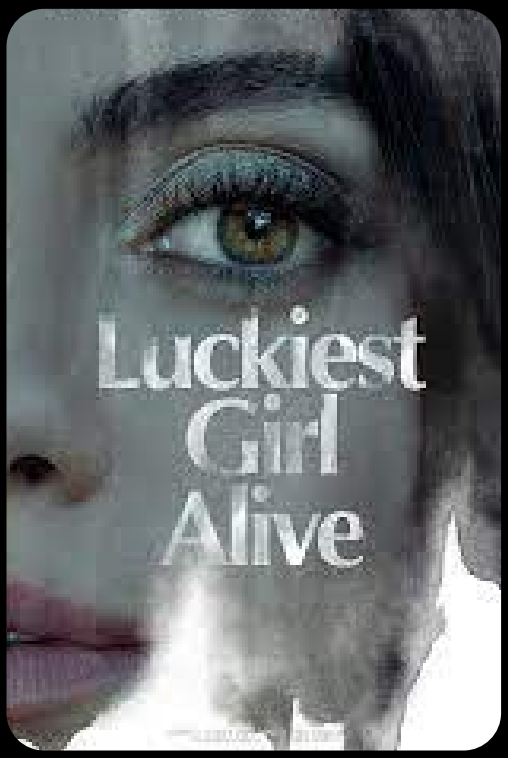
% of respondents, by demographic, Aug 2022

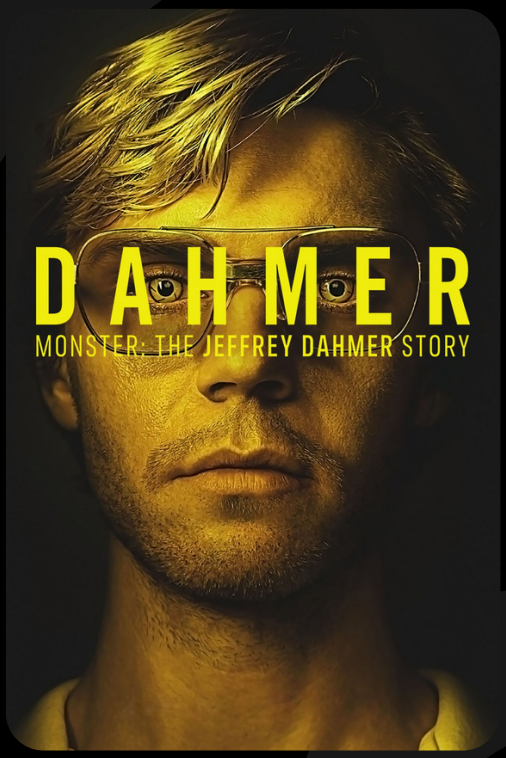
	Female	Male	18-34	35-54	55-65	Total
Credit card	62%	53%	42%	63%	68%	58%
Debit card	57%	47%	63%	54%	38%	52%
PayPal	42%	45%	43%	48%	40%	44%
Gift certificate	21%	13%	13%	15%	24%	17%
Cash	15%	15%	24%	12%	9%	15%
Apple Pay	11%	11%	20%	9%	4%	11%
Buy now, pay later/installment plan services (e.g. Afterpay, Affirm, Klarna)	13%	7%	13%	12%	5%	10%
Venmo	11%	8%	15%	10%	4%	9%
Google Pay	8%	10%	9%	12%	6%	9%
App provided by retailer (e.g., Starbucks)	7%	4%	7%	7%	3%	6%
Walmart Pay	5%	5%	8%	5%	2%	5%
Samsung Pay	2%	4%	4%	4%	1%	3%
Other electronic wallets	3%	2%	3%	3%	2%	3%
Other	2%	1%	0%	3%	1%	1%
Don't know	0%	0%	0%	0%	0%	0%
None	0%	1%	1%	1%	0%	1%

Note: in the past month/30 days
Source: "The Insider Intelligence Ecommerce Survey" conducted in Aug 2022 by Bizrate Insights, Aug 24, 2022

277894 eMarketer | InsiderIntelligence.com

TOP 3 PELÍCULAS Y SERIES EN NETFLIX





PELÍCULAS

- LUCKIEST GIRL ALIVE
- MR. HARRIGAN´S PHONE
- BLONDE

SERIES

- DAHMER - MONSTER: THE JEFFREY DAHMER STORY
- THE WATCHER
- THE EMPRESS

En la película **Luckiest Girl Alive** vemos cómo en instantes la vida de una escritora neoyorquina, perfectamente estable, comienza a desmoronarse cuando un documental de crímenes reales la obliga a enfrentarse a su pasado. Por su parte, ver en el Top 3 a **Mr. Harrigan's Phone,** en días previos a Halloween, no nos sorprende. La película cuenta el vínculo entre un joven y un multimillonario que al morir descubre que es capaz de comunicarse con su amigo a través del celular con el que fue enterrado. Finalizamos este ranking con **Blonde,** una crónica ficticia sobre el ascenso a la fama y la muerte de Marilyn Monroe.

En cuanto a series, **The Jeffrey Dahmer Story** acaparó la atención de los panameños. Esta historia cuenta sus asesinatos desde el punto de vista de algunas víctimas. Le sigue en popularidad **The Watcher,** que nos cuenta en siete episodios la historia de una familia que se muda a la casa de sus sueños y se ve acosada por cartas anónimas, vecinos extraños y amenazas siniestras. Finalizamos con **The Empress,** una serie que nos relata el romance entre el emperador Francisco José de Austria-Hungría y Elisabeth von Wittelsbach, princesa de Baviera y futura cuñada del emperador.

DIGITAL TOP | FUENTE: FLIXPATROL.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

TOP 10 GLOBAL EN SPOTIFY

1. **Anti Hero - Taylor Swift**
2. Lavander Haze - Taylor Swift
3. Snow on the Beach - Taylor Swift ft Lana del Ray
4. - Midnight Rain - Taylor Swift
5. Maroon - Taylor Swift
6. **Unholy - Sam Smith ft Kim Petras**
7. You are on your Own Kid - Taylor Swift
8. Karma - Taylor Swift
9. Vigilante Shit - Taylor Swift
10. Question...? - Taylor Swift

El Top 10 Global de Spotify está dominado por un solo nombre y es **Taylor Swift.** El lanzamiento de su más reciente álbum, **Midnights,** se apoderó de los rankings a nivel mundial tras su debut el pasado 21 de octubre.

Con Midnights, Taylor Swift rompe dos récords el mismo día: el primero, como la artista con **mayor cantidad de reproducciones en un solo día** y segundo, al convertirse en el **álbum con mayor cantidad de reproducciones en un solo día en Spotify,** con 184.7 millones de reproducciones.

Anti Hero lidera este Top 10 de canciones más escuchadas a nivel global con un total de 10.8 millones de reproducciones hasta el momento y sigue sumando.

Unholy, de Sam Smith y Kim Petra, es la única canción que logra entrar en este Top 10 y competir contra Swift.

DIGITAL TOP | FUENTE: SPOTIFY.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

LOS VIDEOS MÁS VISTOS EN YOUTUBE EN PANAMÁ

1. RECUÉRDAME ALEJANDRO TORRES

2. MONOTONÍA SHAKIRA

3. BALÓN DE ORO 2022

4. DEVOTO

5. BARCELONA VS INTER

6. OVERWATCH 2

7. ANGEL DIOR

8. RECUÉRDAME

9. REAL MADRID VS BARCELONA

10. PUNTO 40

En la primera posición, nos encontramos con la estrella de la música típica **Alejandro Torres** y su conjunto Las Estrellas del Ritmo, quienes este mes celebraron su primer aniversario y qué mejor regalo que liderar las búsquedas de los videos de YouTube en Panamá con su canción **Recuérdame.**

En segundo lugar, tenemos el estreno mundial de **Monotonía de Shakira,** su último sencillo junto con Ozuna. Con este lanzamiento, **Shakira se corona como el debut femenino más grande en YouTube,** acumulando rápidamente más de 20 millones de visualizaciones en las primeras 24 horas y actualmente tiene más de 61 millones de vistas.

Y como es costumbre, el futbol está siempre presente en nuestro ranking y en esta ocasión tenemos 3 posiciones dedicadas a este deporte: **#3 Balón de Oro 2022,** entregado al jugador Karim Benzema el pasado 17 de octubre; **#5 Barcelona vs Inter y #9 Real Madrid vs Barcelona.**

DIGITAL TOP | FUENTE: GOOGLETRENDS.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

LOS CANTANTES MÁS SEGUIDOS EN INSTAGRAM

1.Selena Gomez @selenagomez
Número de seguidores: 354M
Dato curioso: se convirtió en la primera persona en Instagram en alcanzar los 100 millones de seguidores.

2.Ariana Grande @arianagrande
Número de seguidores: 337M
Dato curioso: su talento fue descubierto por Gloria Estefan en un crucero.

3. Beyoncé @beyonce
Número de seguidores: 281M
Dato curioso: es la única solista, junto con Mariah Carey, en haber conseguido alcanzar el número uno de las listas en cuatro décadas distintas.

4. Justin Bieber @justinbieber
Número de seguidores: 263M
Dato curioso: en el 2016 cerró su cuenta de Instagram por meses debido a los miles de comentarios llenos de odio y palabras ofensivas que recibía en sus publicaciones.

5. Taylor Swift @taylorswift
Número de seguidores: 230M
Dato curioso: en el 2019 creó su propio filtro en Instagram y el nombre del filtro, 4.26, viene de las pistas que Taylor dio por meses sobre un próximo lanzamiento el 26 de abril de ese año.

DIGITAL TOP | FUENTE: HTTPS://EN.WIKIPEDIA.ORG/. ANÁLISIS: PHOCUS.

500,000

El número de descargas de la aplicación Gas desde su lanzamiento en agosto. Gas está enfocado en elevar o "gas up" el autoestima de jóvenes en edad escolar.

Esta nueva red social superó el número de descargas de TikTok en iPhone durante octubre.

DIGITAL TOP | FUENTE: BLOOMBERG.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

ATRAYENDO CLIENTES DE FORMA DIGITAL A TRAVÉS DE HALLOWEEN

Luego de dos años de activaciones virtuales, **Chipotle** rescató al mundo físico su tradicional evento de Halloween **Boorito.** Este año, los clientes que se presentaron disfrazados a alguna de sus sucursales el día de Halloween recibieron un platillo por un valor de $6. Otros, a través de activaciones por las **redes sociales BeReal e Instagram** pudieron obtener burritos gratis. Y entre los usuarios de su aplicación que los seguían en **Twitter,** la cadena **también distribuyó $25,000 en créditos dentro de la app.**

Por su parte, **Burger King** añadió un **detector de fantasmas a su aplicación móvil** para acompañar la emoción por lo paranormal típico de Halloween. A los usuarios de esta nueva función, la cadena de comida rápida ofreció una promoción para disfrutar de su hamburguesa temática **Ghost Pepper Whopper.**

RESULTADOS DEL EVENTO DE AMAZON PRIME EARLY ACCESS SALE

Durante el 11 y 12 de octubre se realizó este evento dirigido a los clientes suscritos en **Prime de Amazon** y ya tenemos los resultados. Aquí les mostramos algunos datos interesantes:

- **Total de compras** generadas durante el evento: **44,698.**
- **Precio promedio por compra: $44.68** ($60.29 fue en Prime Day 2022).
- **Precio promedio por artículo: $30,06.**
- **Categorías con mayores transacciones:**
  1. Artículos esenciales para el hogar.
  2. Belleza y salud.
  3. Ropa y zapatos.
- **Artículos más comprados:**
  1. Tarjeta de regalo de Amazon.
  2. Fotografías impresas a través del servicio Amazon Photos Project.
  3. Juguetes de la marca Melissa & Doug.
  4. Ropa de bebé y niños de la marca Simple Joys by Carter´s.
  5. Echo Dot de tercera generación.

DIGITAL TOP | FUENTE: NUMERATOR.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

META VIDEO AWARDS PREMIA A LAS MEJORES CAMPAÑAS DE VIDEO EN LATINOAMÉRICA

Durante la **primera edición de los Meta Video Awards para Latinoamérica** que se celebrarán el próximo año 2023, se reconocerá y premiará a las **mejores campañas de video** de agencias, marcas y creadores que hayan compartido su contenido en Meta.

Actualmente, **los videos son uno de los formatos más populares en las plataformas de Meta en América Latina.** De acuerdo a expertos, **el contenido de video representa la mitad del tiempo que las personas pasan en Facebook, y los formatos cortos, como Reels, son los que más contribuyen a la interacción en Instagram.** Se prevé que para el 2022 **el 82% del tráfico de internet generará contenido en video,** y que **un minuto de video tiene el mismo impacto en un usuario que 18 millones de palabras** de acuerdo a la empresa de investigación de mercado Forrester.

Las agencias, marcas y creadores de contenido pueden participar postulando los trabajos que hayan sido emitidos total o parcialmente, dentro de las plataformas de Meta, entre el 1 de junio de 2021 y el 30 de junio de 2022. Tienen tiempo de **registrarse e inscribir sus campañas hasta el 4 de noviembre de 2022.**

DIGITAL TOP | FUENTE: SOCIALMEDIATODAY.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

LA PUBLICIDAD SE ADENTRA A NETFLIX

A partir del 3 de noviembre, los anunciantes podrán aparecer antes y durante de los programas con microvideos que podrán tener una duración de entre 15 a 30 segundos, con un límite de 4 a 5 anuncios por hora.

Inicialmente se ofrecerá en 12 países, entre ellos Canadá, México y Estados Unidos.

Netflix es tan solo el pionero en esta práctica, ya que otras plataformas similares como Disney+, NBC Universal Peacock, Hulu, Amazon y Warner Bros. Discovery ya lo tienen entre sus planes futuros.

A la fecha, la iniciativa ha tenido una gran acogida por parte de los anunciantes y ha comunicado que su inventario de **espacios publicitarios disponibles está casi totalmente agotado.**

DIGITAL TOP | FUENTE: BUSINESSINSIDER.COM. ANÁLISIS: PHOCUS.

DIGITAL WORLD

PRODUCIDO POR PHOCUS DESDE 2012