



Caracas
Mayo, 2021



Perfil de personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia

**Caracas
Abril, 2021**

REFERENCE AUDIENCE

Número de personas que poseen las características socio demográficas definidas (rango de edad, sexo , país de origen)

TARGET AUDIENCE

% de personas seleccionas de la Reference audience, que hayan realizado algún tipo de interacción en la pagina FB ó cuenta IG de P.A.N. ,así como también personas seleccionas que no han interactuado con la pagina pero tienen gustos similares a lo que interactúan, en un periodo de 30 días.

AFFINITY SCORE

Nivel de afinidad que existe entre el Target audience y el Reference audience de acuerdo a la característica de la población en estudio.

LEYENDA DE RESULTADOS:



Porcentaje del Target audience que está interesada en el elemento de la característica en estudio.



Porcentaje del Reference audience que está interesada en el elemento de la característica en estudio.



Nivel de Affinity score que tiene el elemento de la característica en estudio.

Niveles de Affinity score



Donde:

- **El color azul** significa que el % del target audience interesado es mayor que el % del Reference audience .
- **El color rojo** significa que el % del target audience interesado es menor que el % del Reference audience .



COLOMBIA

RRSS	TAGERT AUDIENCE	REFERENCE AUDIENCE	Pagina P.A.N. Colombia
FACEBOOK	Población: 840.000 personas*	Población: 37.000.000 personas	Seguidores al cierre del periodo: 144,3K Cuentas alcanzadas en el periodo: 11.623
	Fuente: Personas que han interactuado con la Pagina Facebook P.A.N. Colombia en el periodo 12/04/21 -12 /05/21	País donde viven: Colombia	
	País donde viven: Colombia	Edad: 18 -65 años	
	Edad : 18 -65 años		
INSTAGRAM	Población: 850.000 personas*	Población: 37.000.000 personas	Seguidores al cierre del periodo: 17,4K Cuentas alcanzadas en la semana final del periodo : 8.245
	Fuente: Personas que han interactuado con la Pagina Facebook P.A.N. Colombia en el periodo 12/04/21 -12 /05/21	País donde viven: Colombia	
	País donde viven: Colombia	Edad: 18 -65 años	
	Edad : 18 -65 años		

53 % de los hogares en Colombia tienen conexión a Internet (Fuente : MinTIC. , 2020)

Población Target Audience: % que interactúan + % que **no** interactúan con FB ó IG P.A.N.

OVERVIEW TARGET AUDIENCE

Las personas que viven en Colombia y que han interactuado con la plataforma P.A.N. Colombia FB e IG se caracterizan por :

		FACEBOOK	INSTAGRAM
1. SOCIO DEMOGRAPHICS	EDAD:	El 61% entre 24 y 44 años.	El 68% entre 25 y 44 años.
	SEXO:	92 % son Mujeres.	86 % son Mujeres.
	CIUDAD:	Viven principalmente en: Bogotá (22,6%); Cali (7,3%) y Barranquilla (6,4%)	Viven principalmente en: Bogotá (29,4%); Medellín (10,6,3%) y Cali (8,8%)
2. MEDIA		FACEBOOK	INSTAGRAM
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y APPS DE INTERÉS:	Facebook (56,5%) Instagram (56,5%) El tiempo (Colombia) (35,4%)	Time-Magazine (80,5%) Instagram (80,5%) Facebook (48%)
3. LIFE STYLE & BEHAVIOR		FACEBOOK	INSTAGRAM
	HOBBIES DE INTERÉS:	Compras Online (74,7%) Lectura (74,7%) Películas (65,9%)	Música (88,8%) Ir de compras (88,8%) Compras Online (80,5%)
	ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:	Chocolates(46,3%) Bebidas alcohólicas(42,1%) Café (41,2%)	Chocolates(48,9%) Bebidas alcohólicas(46,1%) Café (44,2%)
	DEPORTES Y ACTIVIDADES DE BIENESTAR:	Physical Fitness (49,3%) Spa (47,1%); Futbol (74,7%), Basketball(42,1%)	Physical Fitness (64,1%) Spa (56,2%); Futbol (74,6%), Meditación (45,2%)
	VIAJE A (PAÍSES FAVORITOS)	Canadá (74,7%) España (56,5%) México (44,6%)	Colombia (88,8%) Canadá (74,6%) España (67,6%)

OVERVIEW TARGET AUDIENCE

		FACEBOOK	INSTAGRAM
4. BRANDS	MARCAS DE PRODUCTOS DE INTERÉS:	Samsung (26,9%) Componente de Bici (24,8%) Huawei (23,7%)	Adidas (26,1%) Apple (24,9%) Tecnología creativa (23,8%)
	MARCAS DE SERVICIOS DE INTERÉS:	Whatsapp (74,7%) Discover Card (61,3%) Facebook Messsenger (35,4%)	Whatsapp (74,6%) Discover Card (52,3%) Netflix (34%)
	MARCAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:	Nestlé (16,6%) Coca-Cola (13,8%) Pepsi (10,6%)	Coca – Cola (10,7%) Nestlé (10,7%) Nutella (10,7%)
	MARCAS DE RETAILS DE INTERÉS:	Alibaba.com (17,2%) Inditex(10 ,1%) Skip Hop (9,2%)	Inditex (17,2%) Skip Hop (13,4%) Amazon.com (10,1%)
5. PEOPLE			
	CHEFS:	Buddy Valastro (1,4%) Gordon Ramsay (0,4%) Sandra Lee (0,3%)	Buddy Valastro (0,8%) Gordon Ramsay (0,2%) Anthony Bourdain (0,2%)



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

AGE BREAKDOWN

FACEBOOK

Name			
18-24	9.5 %	25.9 %	
25-34	34.3 %	32.3 %	
35-44	27.2 %	18.9 %	
45-54	17.7 %	11.3 %	
55-64	8.0 %	7.0 %	
65+	3.3 %	4.6 %	

INSTAGRAM

Name			
18-24	18.8 %	25.9 %	
25-34	45.8 %	32.3 %	
35-44	22.3 %	18.9 %	
45-54	8.5 %	11.3 %	
55-64	3.2 %	7.0 %	
65+	1.4 %	4.6 %	

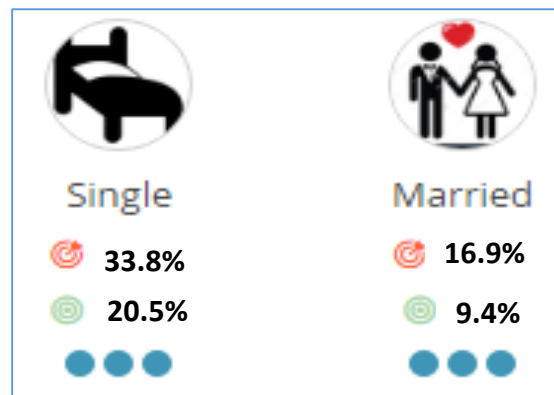
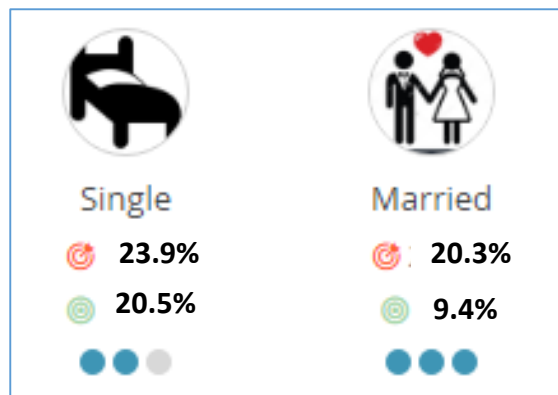
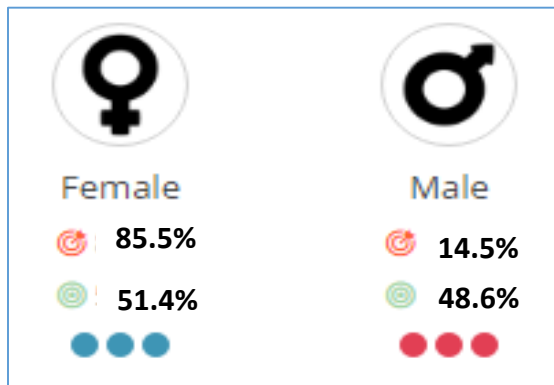
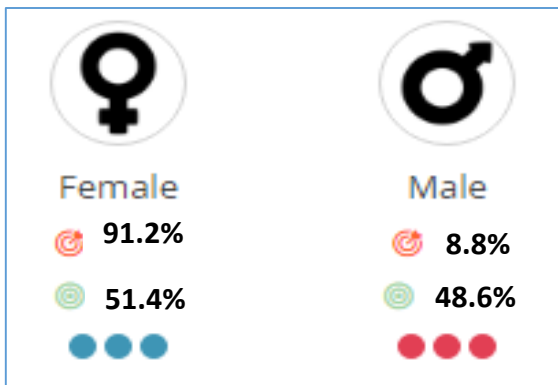
- La mayoría de la audiencia target que interactuar con la plataforma P.A.N. Colombia FB e IG tiende a estar en rango de edad entre (25 a 44 años; 62 % y 68%).

1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

FACEBOOK

INSTAGRAM

GENDER BREAKDOWN



RELATIONSHIP STATUS

- Las principales personas que muestran interés por interactuar con la pagina P.A.N Colombia en ambas plataformas son mujeres; lo que se corrobora con las estadísticas de las paginas durante este periodo donde mas del 80 % de quienes interactúan con la paginas P.A.N. Colombia son mujeres.



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

EDUCATION STATUS

FACEBOOK

Name			
Alum	45.4 %	27.6 %	
Unspecified	27.5 %	49.7 %	
High school grad	13.1 %	13.0 %	
Some college	4.9 %	3.3 %	
Undergrad	4.3 %	2.4 %	

INSTAGRAM

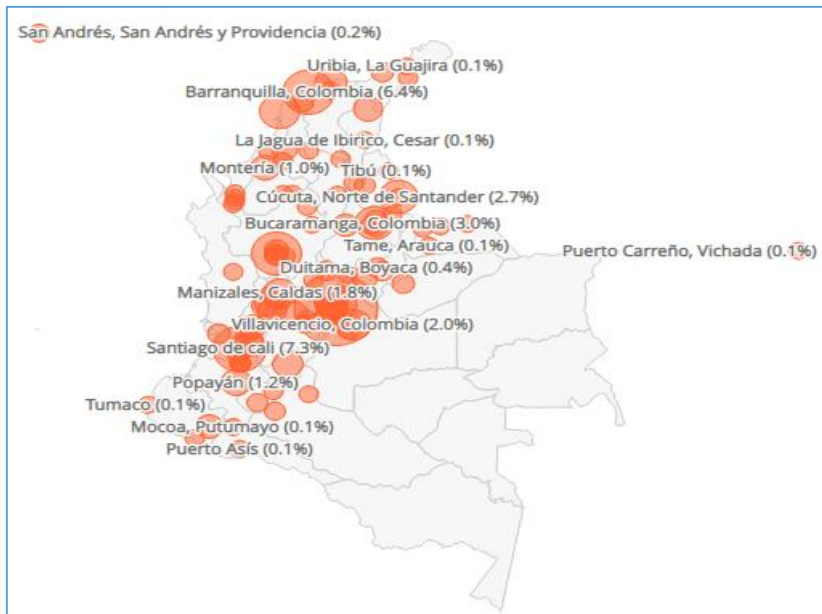
Name			
Alum	46.7 %	27.6 %	
Unspecified	22.7 %	49.7 %	
High school grad	9.8 %	13.0 %	
Some college	7.7 %	3.3 %	
Undergrad	7.5 %	2.4 %	



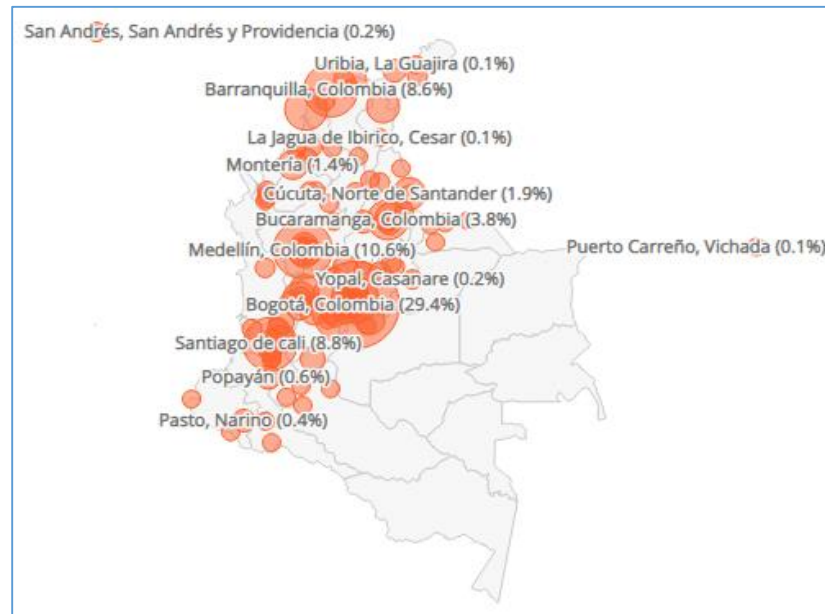
1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

REGIONS IN WHICH YOUR AUDIENCE LIVE

FACEBOOK



INSTAGRAM



Name			
Distrito Especial, Colombia	22.6 %	21.1 %	
Valle del Cauca, Colombia	13.1 %	10.0 %	
Antioquia, Colombia	9.6 %	13.8 %	
Atlantico, Colombia	7.6 %	6.5 %	
Santander, Colombia	5.6 %	4.6 %	

Name			
Distrito Especial, Colombia	29.4 %	21.1 %	
Antioquia, Colombia	15.3 %	13.8 %	
Valle del Cauca, Colombia	11.8 %	10.0 %	
Atlantico, Colombia	9.3 %	6.5 %	
Bolivar, Colombia	4.8 %	4.1 %	



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

TOP CITIES WHERE YOUR TARGET AUDIENCE LIVE

FACEBOOK

Name			
Bogotá, Colombia	22.6 %	21.1 %	
Santiago de cali	7.3 %	5.9 %	
Barranquilla, Colombia	6.4 %	5.1 %	
Medellín, Colombia	6.1 %	7.8 %	
Suba, Cundinamarca, Colombia	3.7 %	3.2 %	

INSTAGRAM

Name			
Bogotá, Colombia	29.4 %	21.1 %	
Medellín, Colombia	10.6 %	7.8 %	
Santiago de cali	8.8 %	5.9 %	
Barranquilla, Colombia	8.6 %	5.1 %	
Suba, Cundinamarca, Colombia	6.1 %	3.2 %	

- **Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla** son las ciudades principales donde viven las personas que presentan algún tipo de interés en las páginas de P.A.N. Colombia FB e IG.

TOP MEDIA BY REACH

FACEBOOK

Name			
Facebook	56.5 %	56.8 %	
Instagram	56.5 %	54.1 %	
El Tiempo (Colombia)	35.4 %	29.7 %	
YouTube	34.5 %	40.5 %	
Semana	29.0 %	26.8 %	
RCN TV	25.8 %	29.7 %	
Bluradio	23.7 %	20.0 %	
El Espectador	21.0 %	18.1 %	
La FM	19.9 %	17.6 %	
RCN Radio	19.3 %	16.2 %	

INSTAGRAM

Name			
Time (magazine)	80.5 %	70.3 %	
Instagram	80.5 %	54.1 %	
Facebook	48.0 %	56.8 %	
YouTube	32.5 %	40.5 %	
El Tiempo (Colombia)	23.8 %	29.7 %	
El Espectador	19.2 %	18.1 %	
RCN TV	18.7 %	29.7 %	
Semana	18.2 %	26.8 %	
Bluradio	16.6 %	20.0 %	
Tik Tok	16.6 %	18.6 %	

TOP MAGAZINES A BY REACH

FACEBOOK

Name			
Semana	29.0 %	26.8 %	
Revista Dinero	12.4 %	8.1 %	
ABC del Bebé	1.8 %	0.6 %	

INSTAGRAM

Name			
Time (magazine)	80.5 %	70.3 %	
Semana	18.2 %	26.8 %	
Revista Dinero	9.1 %	8.1 %	

TOP NEWSPAPERS BY REACH

FACEBOOK














Name			
El Tiempo (Colombia)	35.4 %	29.7 %	
El Espectador	21.0 %	18.1 %	
El Mundo (Spain)	17.2 %	16.5 %	
El País	15.1 %	11.9 %	
La Nación	10.6 %	9.2 %	

INSTAGRAM













Name			
El Tiempo (Colombia)	23.8 %	29.7 %	
El Espectador	19.2 %	18.1 %	
El País	9.6 %	11.9 %	
El Mundo (Spain)	9.1 %	16.5 %	
La Nación	5.1 %	9.2 %	

TOP RADIO CHANNELS BY REACH

FACEBOOK

Name			
 Bluradio	23.7 %	20.0 %	
 La FM	19.9 %	17.6 %	
 RCN Radio	19.3 %	16.2 %	
 Caracol Radio	16.6 %	15.7 %	
 W Radio (Colombia)	2.9 %	1.4 %	

INSTAGRAM

Name			
 Bluradio	16.6 %	20.0 %	
 La FM	12.8 %	17.6 %	
 RCN Radio	11.2 %	16.2 %	
 Caracol Radio	9.6 %	15.7 %	
 W Radio (Colombia)	1.3 %	1.4 %	

TOP TV CHANNELS BY REACH

FACEBOOK














Name			
RCN TV	25.8 %	29.7 %	
Crunchyroll	1.4 %	3.2 %	
Canal 13	0.4 %	0.1 %	
Caracol TV Internacional	0.2 %	0.1 %	
Canal Uno	0.2 %	0.0 %	

INSTAGRAM














Name			
RCN TV	18.7 %	29.7 %	
Crunchyroll	0.9 %	3.2 %	
Canal 13	0.1 %	0.1 %	
Caracol TV Internacional	0.0 %	0.1 %	
Canal Uno	0.0 %	0.0 %	

TOP SOCIAL NETWORKS BY REACH

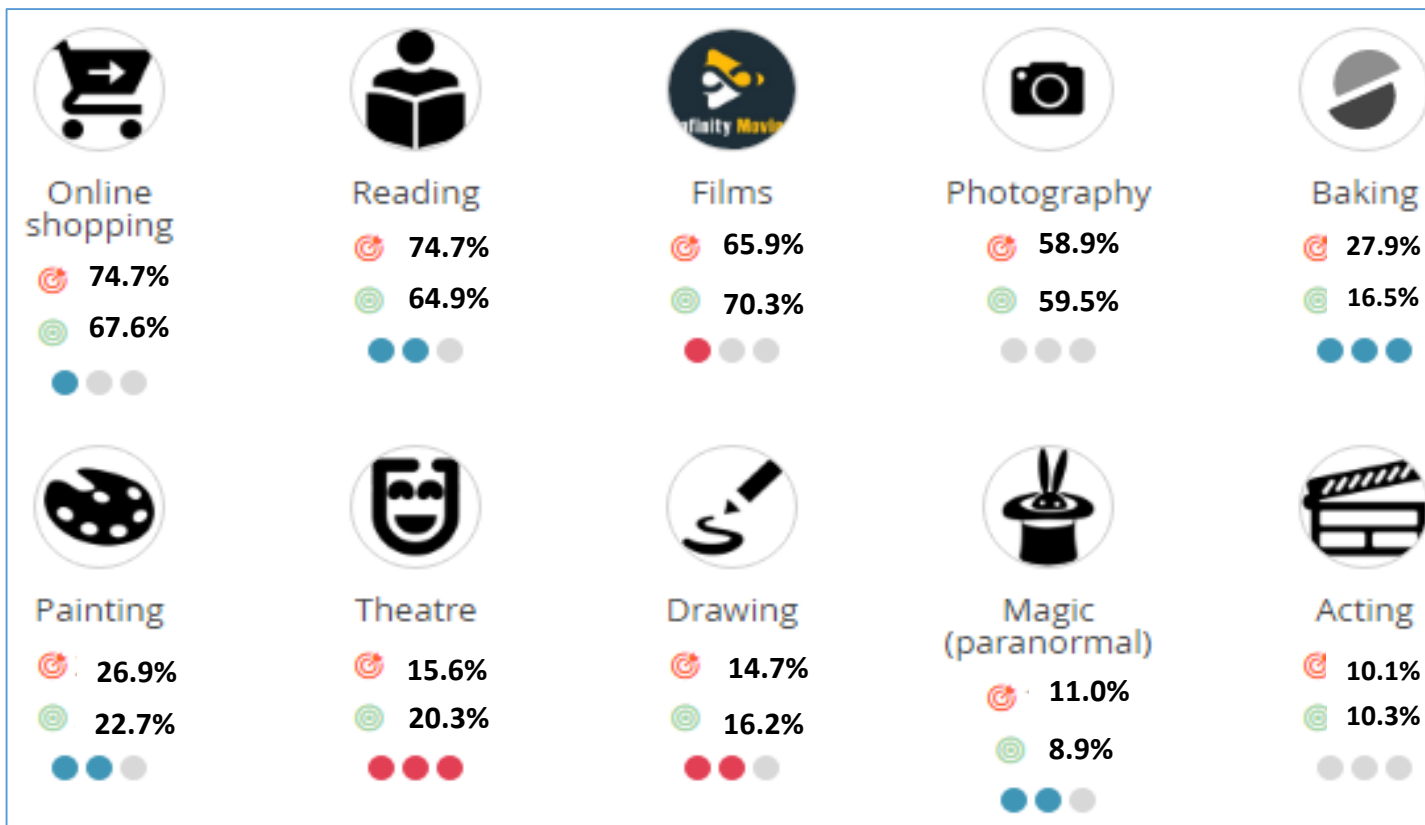
FACEBOOK

Name			
 Facebook	56.5 %	56.8 %	
 Instagram	56.5 %	54.1 %	
 YouTube	34.5 %	40.5 %	
 Tik Tok	12.0 %	18.6 %	
 Twitter	11.5 %	14.9 %	

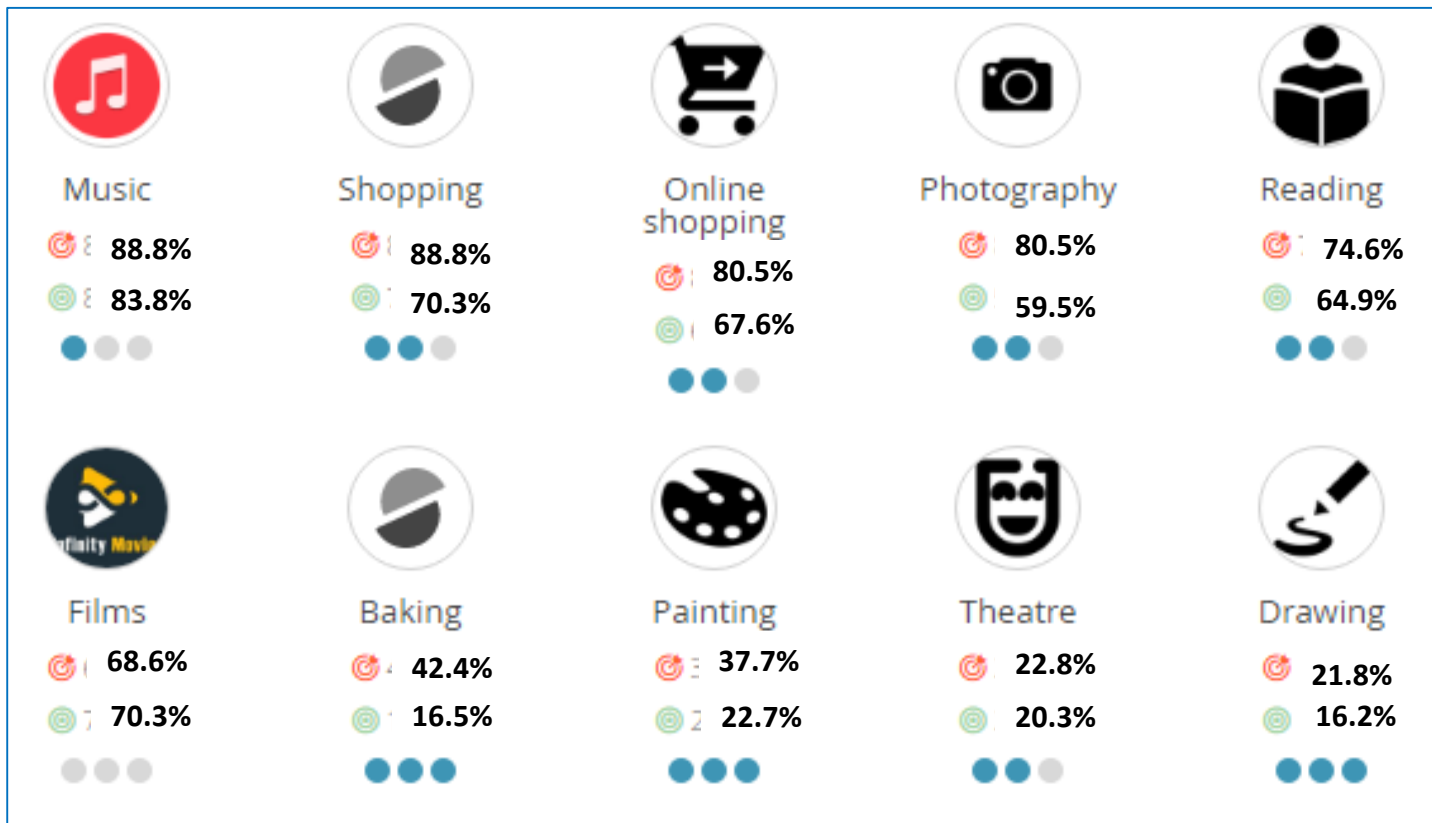
INSTAGRAM

Name			
 Instagram	80.5 %	54.1 %	
 Facebook	48.0 %	56.8 %	
 YouTube	32.5 %	40.5 %	
 Tik Tok	16.6 %	18.6 %	
 Twitter	9.1 %	14.9 %	

FACEBOOK



INSTAGRAM



- **La compra en línea y la lectura** son las actividades que mas predominan en el target audience interesado en P.A.N Colombia FB como hobbies , mientras que las personas que se interesan por el perfil de P.A.N. Colombia en IG tiende a inclinarse mas por **la música y la compra tanto online como personal**.



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

FOOD & DRINKS

FACEBOOK

Name			
Chocolate	46.3 %	35.1 %	● ● ●
Alcoholic drink	42.1 %	37.8 %	● ● ●
Coffee	41.2 %	32.4 %	● ● ●
Pizza	37.9 %	25.4 %	● ● ●
Beer	32.8 %	32.4 %	● ● ●
Water	31.1 %	25.4 %	● ● ●
Milk	23.7 %	16.8 %	● ● ●
Barbecue	23.2 %	15.7 %	● ● ●
Wine	22.1 %	14.9 %	● ● ●
Pastry	22.1 %	11.6 %	● ● ●

INSTAGRAM














Name			
Chocolate	48.9 %	35.1 %	● ● ●
Alcoholic drink	46.1 %	37.8 %	● ● ●
Coffee	44.2 %	32.4 %	● ● ●
Pizza	43.3 %	25.4 %	● ● ●
Water	38.6 %	25.4 %	● ● ●
Wine	35.8 %	14.9 %	● ● ●
Barbecue	34.0 %	15.7 %	● ● ●
Beer	32.5 %	32.4 %	● ● ●
Milk	24.4 %	16.8 %	● ● ●
Bread	24.4 %	14.1 %	● ● ●

- El target audience de la plataforma P.A.N. Colombia está interesada principalmente en **bebidas alcohólicas , chocolates y Café**














3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MOVIE GENRES

FACEBOOK

Name			
 Thriller films	23.7 %	29.7 %	
 Horror films	22.1 %	24.1 %	
 Documentary films	19.9 %	15.7 %	
 Animated films	19.3 %	26.2 %	
 Science fiction films	18.8 %	23.5 %	

INSTAGRAM

Name			
 Thriller films	22.8 %	29.7 %	
 Animated films	22.8 %	26.2 %	
 Science fiction films	20.2 %	23.5 %	
 Horror films	18.7 %	24.1 %	
 Fantasy films	18.2 %	16.8 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MOVIES

FACEBOOK

Name			
The Beach (film)	4.4 %	2.5 %	● ● ●
Avengers (comics)	4.3 %	4.1 %	● ● ●
Frozen (2013 film)	4.2 %	2.6 %	● ● ●
Halloween (2007 film)	3.2 %	1.7 %	● ● ●
Aladdin (1992 Disney film)	2.6 %	1.6 %	● ● ●

INSTAGRAM

Name			
Star Wars	12.8 %	9.5 %	● ● ●
Avengers (comics)	4.4 %	4.1 %	● ● ●
Training Day	4.4 %	1.4 %	● ● ●
Batman	4.0 %	3.5 %	● ● ●
The Beach (film)	4.0 %	2.5 %	● ● ●

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

SERIES

FACEBOOK

Name			
Friends	47.1 %	48.6 %	
Touch	37.0 %	27.0 %	
Girls (TV series)	23.2 %	19.2 %	
Lost (série TV)	17.7 %	14.6 %	
House (TV series)	16.1 %	14.9 %	

INSTAGRAM

Name			
Friends	49.8 %	48.6 %	
Touch	37.7 %	27.0 %	
Girls (TV series)	19.7 %	19.2 %	
House (TV series)	15.0 %	14.9 %	
Lost (série TV)	10.7 %	14.6 %	

FACEBOOK

Name			
Romance novels	13.3 %	12.4 %	
Manga	12.9 %	18.1 %	
Tragedy	10.6 %	10.5 %	
Mystery fiction	7.9 %	8.9 %	
Narrative	6.5 %	6.8 %	

INSTAGRAM

Name			
Romance novels	17.2 %	12.4 %	
Manga	15.0 %	18.1 %	
Mystery fiction	7.7 %	8.9 %	
Narrative	6.3 %	6.8 %	
Non-fiction books	5.1 %	2.6 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MUSIC GENRES THAT YOUR AUDIENCE LIKES

FACEBOOK

Name			
Electronic music	41.2 %	51.4 %	● ● ●
Rhythm and blues music	36.2 %	40.5 %	● ● ●
Heavy metal music	34.5 %	37.8 %	● ● ●
Rock and roll	34.5 %	35.1 %	● ● ●
House music	33.7 %	29.7 %	● ● ●

INSTAGRAM

Name			
Electronic music	44.2 %	51.4 %	● ● ●
Rhythm and blues music	40.5 %	40.5 %	● ● ●
Heavy metal music	32.5 %	37.8 %	● ● ●
Rock and roll	30.4 %	35.1 %	● ● ●
Blues music	30.4 %	32.4 %	● ● ●

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

POLITICAL & SOCIAL ISSUES

FACEBOOK

Name			
Culture	46.3 %	48.6 %	
Religion	41.2 %	40.5 %	
Law	30.0 %	24.3 %	
World Health Organization	23.7 %	17.0 %	
Social science	21.5 %	19.5 %	

INSTAGRAM

Name			
Culture	48.9 %	48.6 %	
Religion	36.8 %	40.5 %	
Natural environment	32.5 %	16.2 %	
Law	30.4 %	24.3 %	
Sustainability	24.4 %	11.1 %	

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

HOME & GARDEN

FACEBOOK

Name			
DIY	35.4 %	24.1 %	
Furniture	34.5 %	22.2 %	
Interior design	34.5 %	21.9 %	
Do it yourself (DIY)	24.8 %	19.5 %	
Home appliances	19.9 %	18.9 %	














INSTAGRAM

Name			
Interior design	47.0 %	21.9 %	
Furniture	43.3 %	22.2 %	
DIY	41.4 %	24.1 %	
Do it yourself (DIY)	24.4 %	19.5 %	
Home appliances	22.8 %	18.9 %	














3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

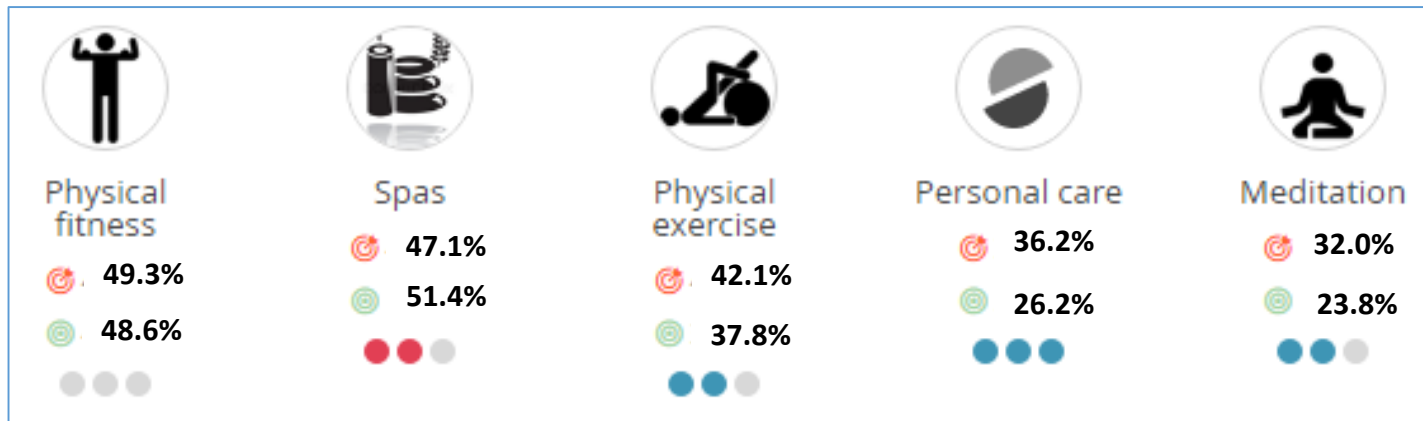
PETS

FACEBOOK

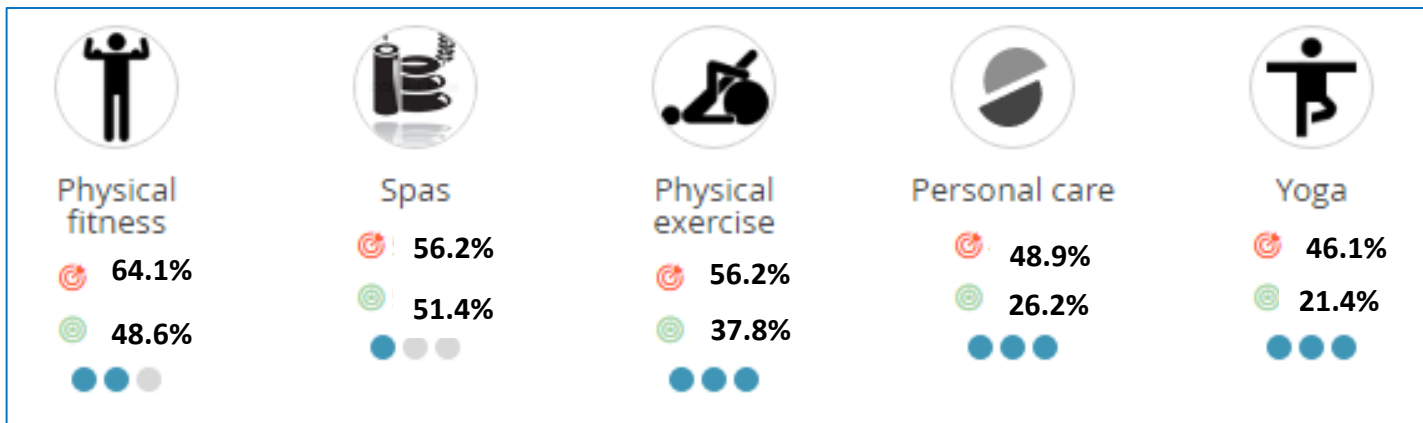
Name			
 Dogs	41.2 %	35.1 %	
 Cats	32.0 %	29.7 %	
 Birds	22.1 %	19.7 %	
 Horses	14.7 %	15.7 %	
 Rabbits	5.6 %	4.9 %	

INSTAGRAM

Name			
 Dogs	42.4 %	35.1 %	
 Cats	32.5 %	29.7 %	
 Horses	20.8 %	15.7 %	
 Birds	17.2 %	19.7 %	
 Rabbits	5.9 %	4.9 %	



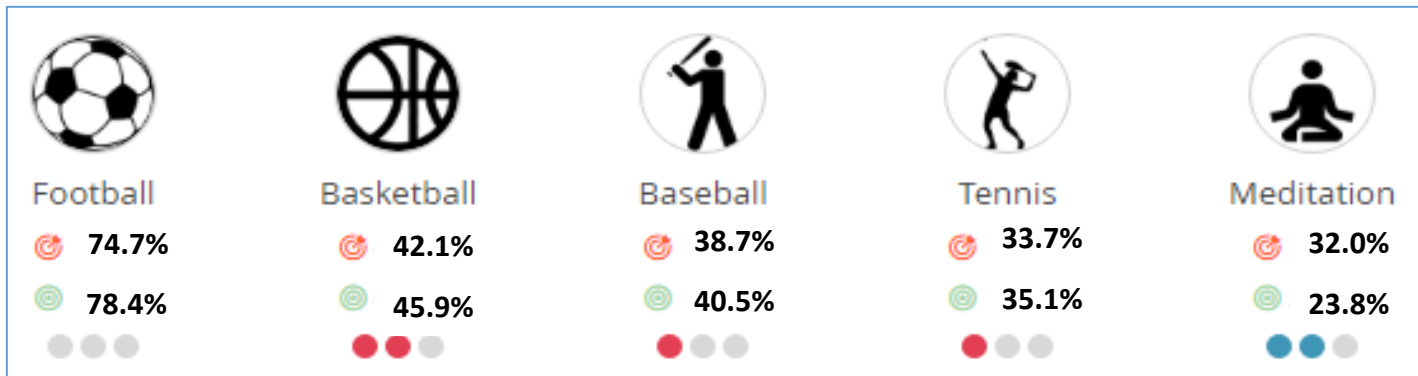
FACEBOOK



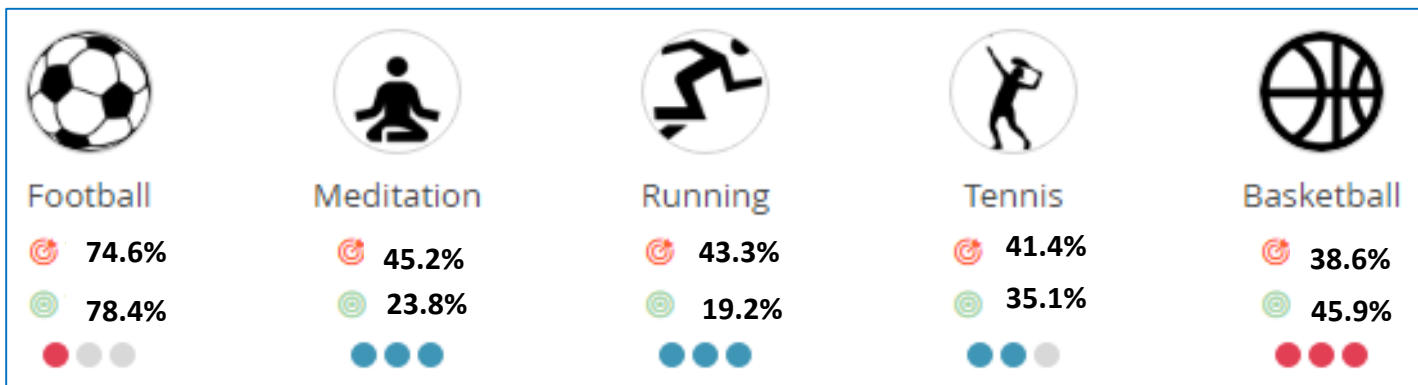
INSTAGRAM

- **Actividades de Cuidado personal , Ejercicios físicos y Fitness** son la categorías de bienestar en las cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia en FB y en IG

SPORT THAT YOUR AUDIENCE IS INTERESTED IN



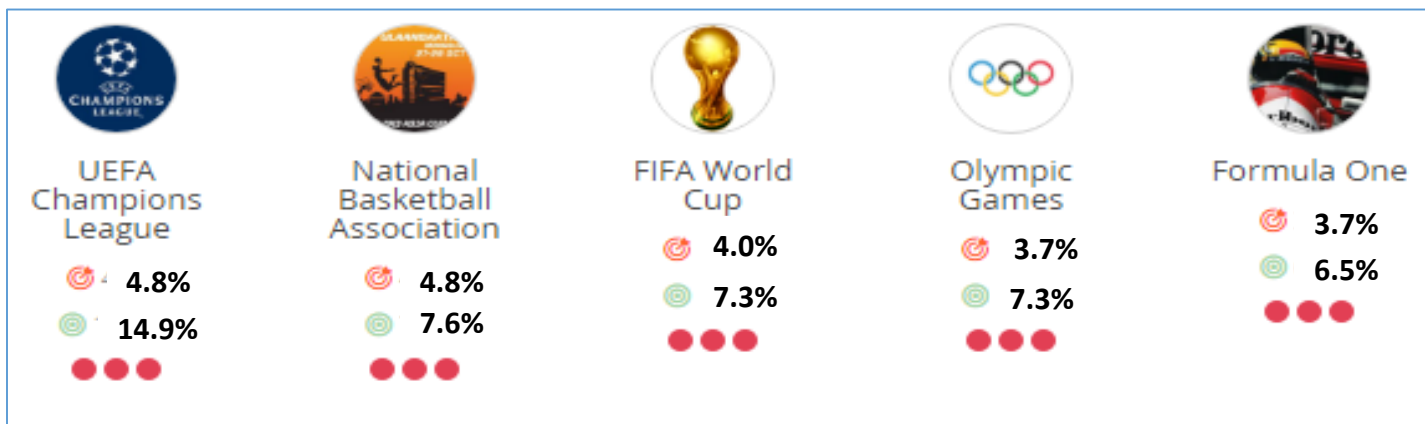
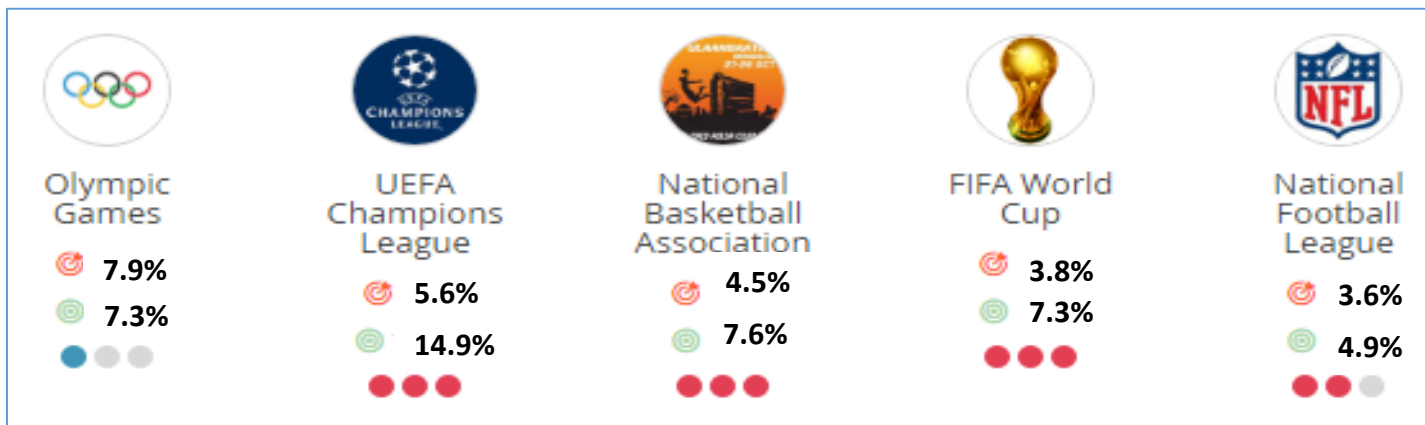
FACEBOOK



INSTAGRAM

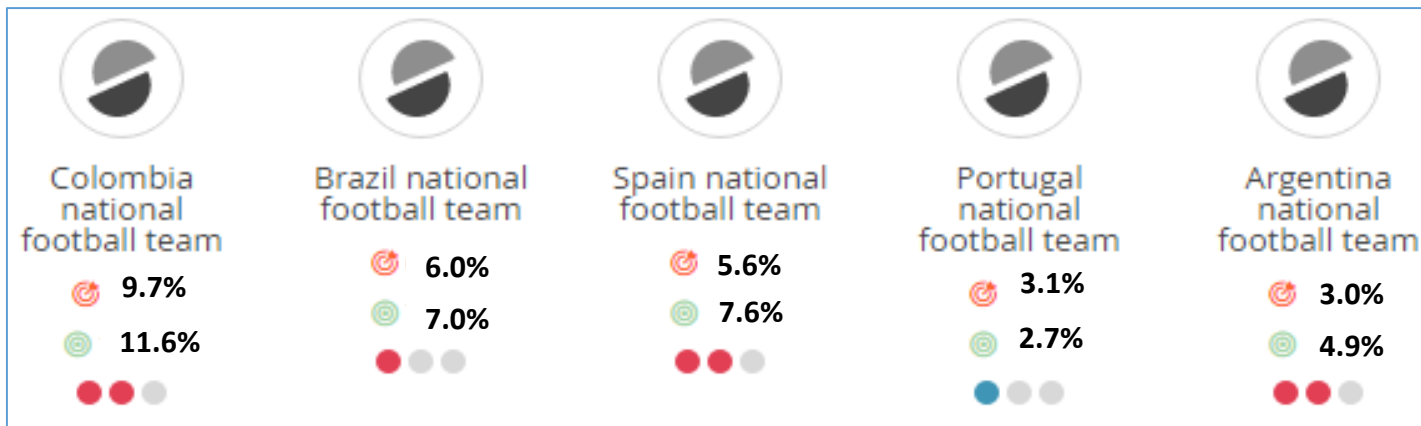
- **EL Football y el Basketball y la meditación** son los deportes por cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia en FB e IG.

DOES YOUR AUDIENCE HAVE FAVORITE SPORT EVENTS?

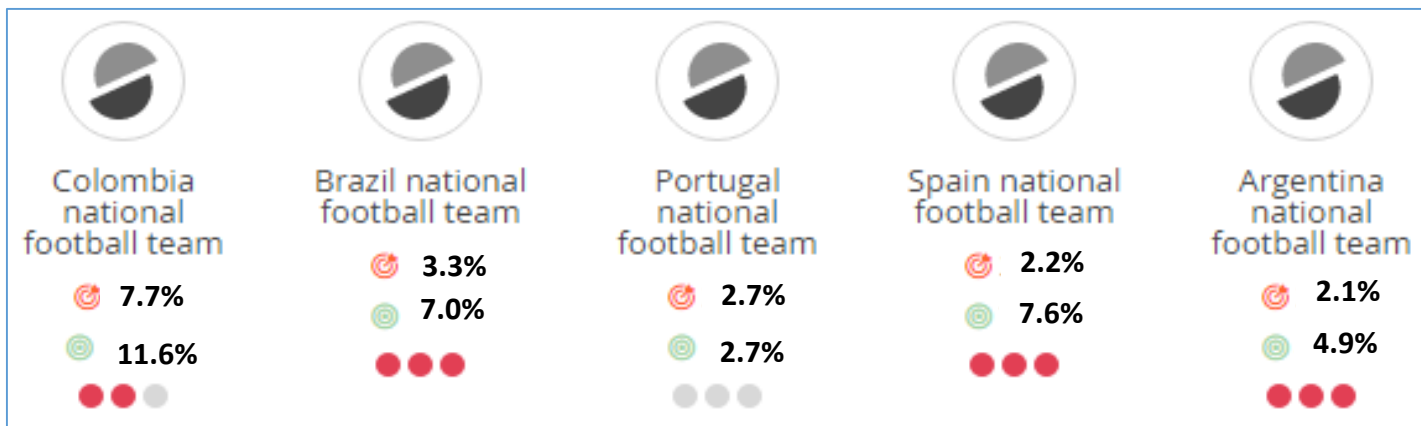


FOOTBALL/SOCCER BY REACH

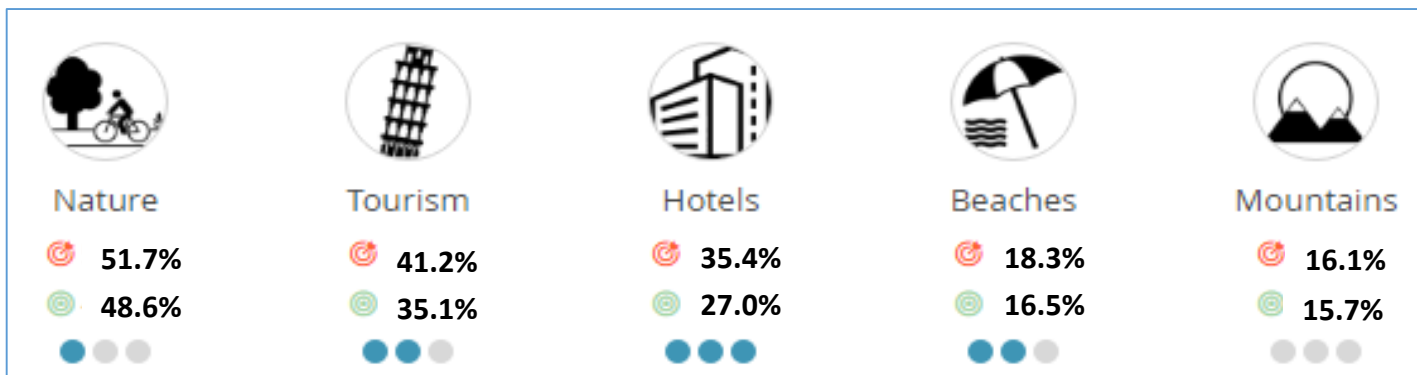
FACEBOOK



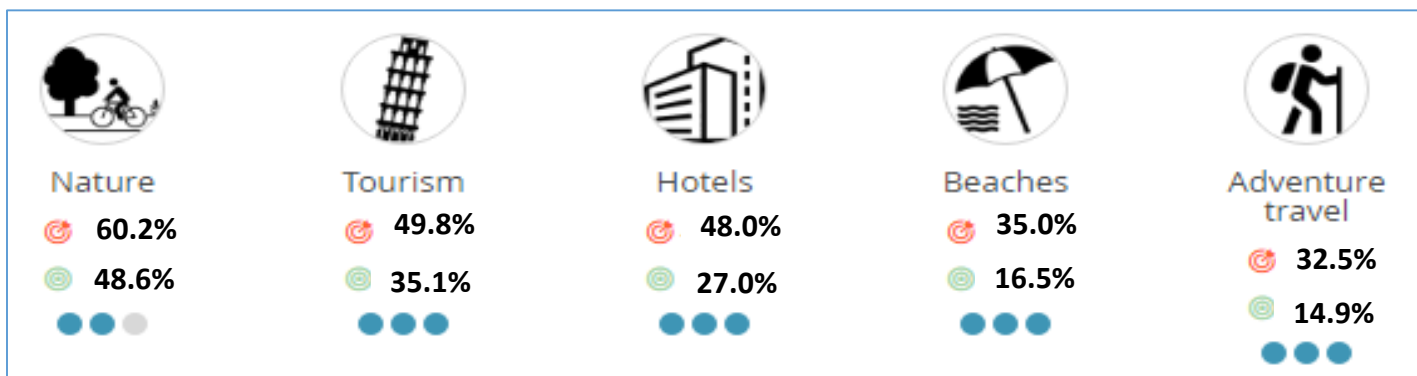
INSTAGRAM



- **La selección nacional de Colombia y Brasil** son los equipos de futbol por cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia en FB e IG

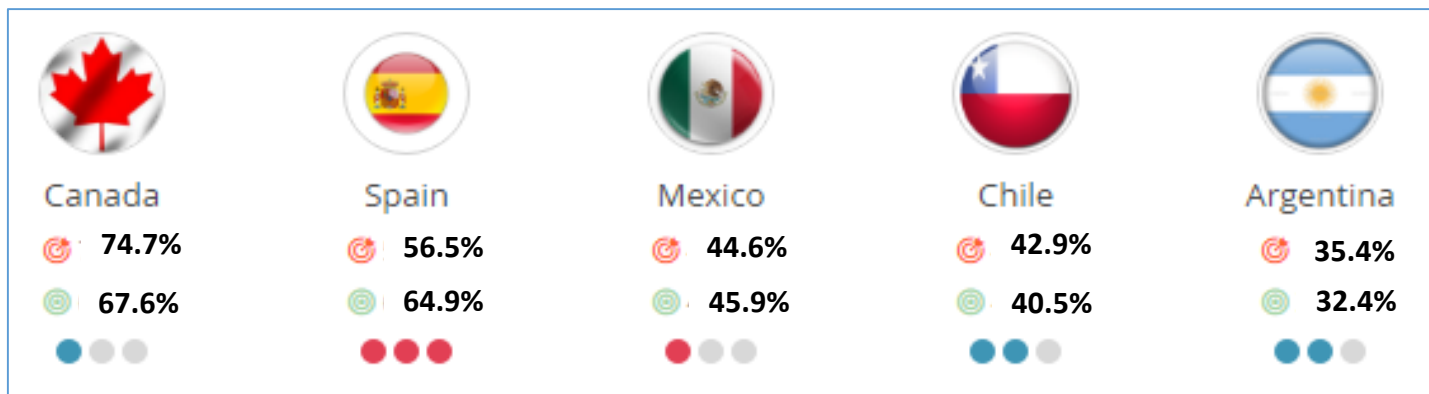


FACEBOOK

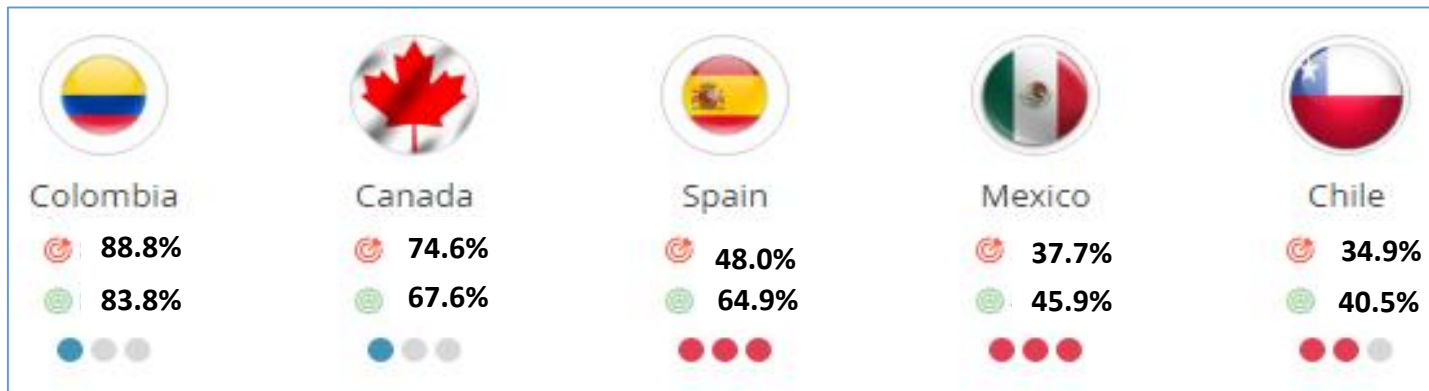


INSTAGRAM

FAVORITE COUNTRIES



FACEBOOK



INSTAGRAM

- **Canadá, España y México** son los principales países a los que les interesa viajar a las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia FB.
- Mientras que **Colombia, Canadá y España** son países favoritos para viajar de las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia IG.



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (TRAVEL)

FAVORITE CITIES

FACEBOOK

Name			
Bogotá	74.7 %	73.0 %	
Medellín	58.9 %	54.1 %	
Cali	51.7 %	45.9 %	
Barranquilla	42.9 %	40.5 %	
Cartagena, Colombia	37.9 %	29.7 %	














INSTAGRAM

Name			
Bogotá	74.6 %	70.3 %	
Medellín	64.1 %	54.1 %	
Cali	49.8 %	45.9 %	
Barranquilla	47.0 %	40.5 %	
Cartagena, Colombia	42.4 %	29.7 %	














- **Bogotá, Medellín y Cali** son los principales ciudades favoritas de las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia FB e IG

MOST INTERESTING PRODUCT BRANDS BY REACH

FACEBOOK

Name			
Samsung	26.9 %	32.4 %	
Specialized Bicycle Components	24.8 %	20.8 %	
Huawei	23.7 %	32.4 %	
Creative Technology	23.7 %	17.6 %	
Adidas	19.9 %	24.9 %	
Natura	17.2 %	15.1 %	
Apple Inc.	16.6 %	17.3 %	
Nestlé	16.6 %	10.8 %	
Microsoft	13.8 %	14.6 %	
Coca-Cola	13.8 %	13.8 %	

INSTAGRAM

Name			
Adidas	26.1 %	24.9 %	
Apple Inc.	24.9 %	17.3 %	
Creative Technology	23.8 %	17.6 %	
Zara (retailer)	23.3 %	10.5 %	
Samsung	22.3 %	32.4 %	
Gucci	21.8 %	8.9 %	
H&M	21.3 %	13.5 %	
Mango (clothing)	20.8 %	7.3 %	
Bershka	18.7 %	7.3 %	
Forever 21	18.7 %	7.0 %	

- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia se inclina a interesarse por compañías de Tecnología (**Samsung; Huawei y Apple**).

MOST INTERESTING SERVICE BRANDS BY REACH

FACEBOOK

Name			
WhatsApp	74.7 %	73.0 %	● ● ●
Discover Card	61.3 %	51.4 %	● ● ●
Facebook Messenger	35.4 %	37.8 %	● ● ●
Netflix	31.1 %	35.1 %	● ● ●
Scandinavian Airlines	26.9 %	21.9 %	● ● ●
LAN Airlines	19.3 %	20.3 %	● ● ●
DirecTV	18.8 %	23.2 %	● ● ●
Visa Inc.	18.8 %	19.5 %	● ● ●
Dish Network	18.8 %	15.7 %	● ● ●
Iberia (airline)	18.3 %	14.9 %	● ● ●

INSTAGRAM

Name			
WhatsApp	74.6 %	73.0 %	● ● ●
Discover Card	52.3 %	51.4 %	● ● ●
Netflix	34.0 %	35.1 %	● ● ●
Facebook Messenger	24.9 %	37.8 %	● ● ●
In-N-Out Burger	22.8 %	14.9 %	● ● ●
Spotify	19.7 %	29.7 %	● ● ●
Scandinavian Airlines	19.7 %	21.9 %	● ● ●
McDonald's	17.2 %	12.4 %	● ● ●
Inditex	17.2 %	10.8 %	● ● ●
Booking.com	17.2 %	8.6 %	● ● ●

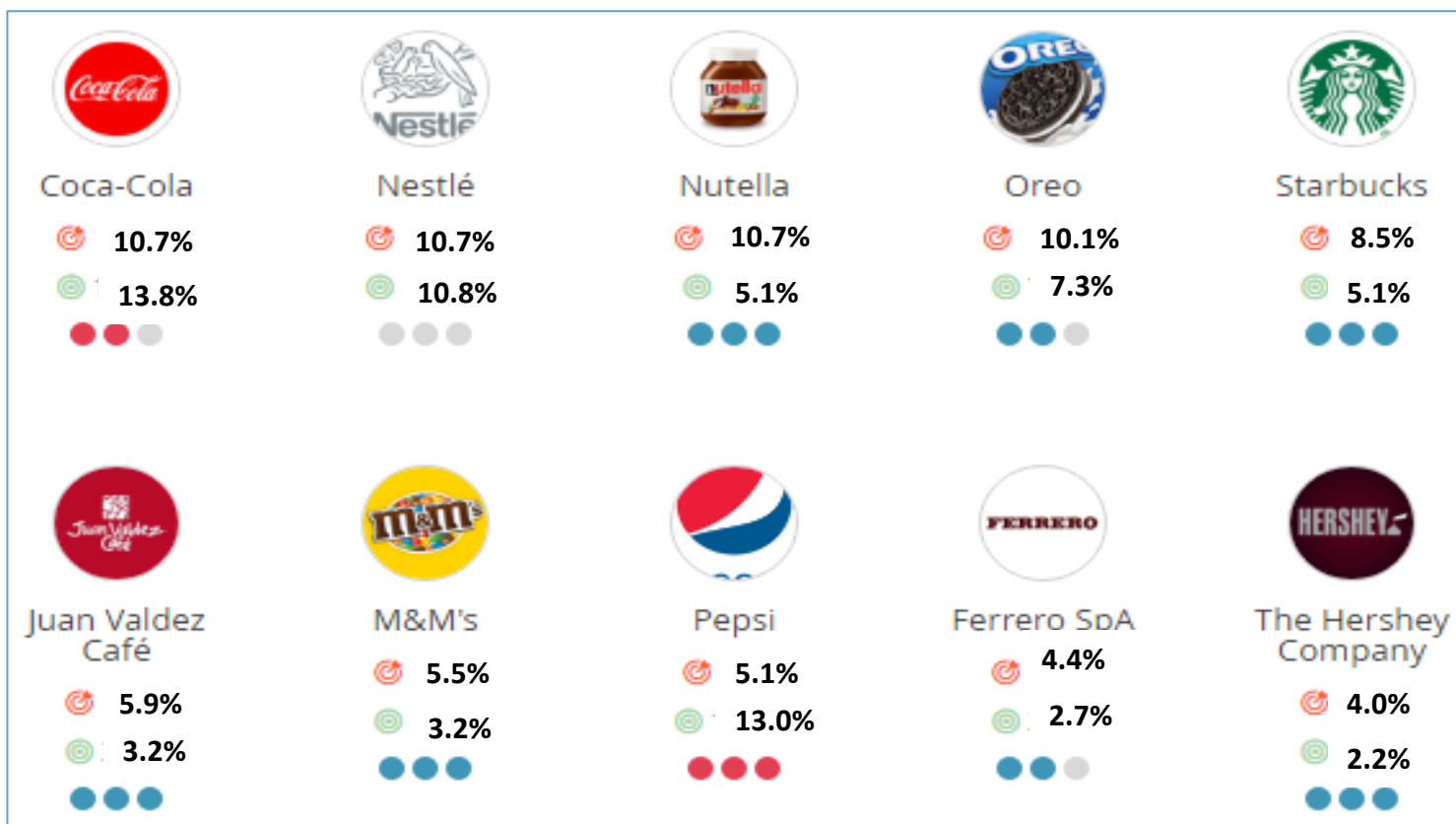
THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

FACEBOOK



THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

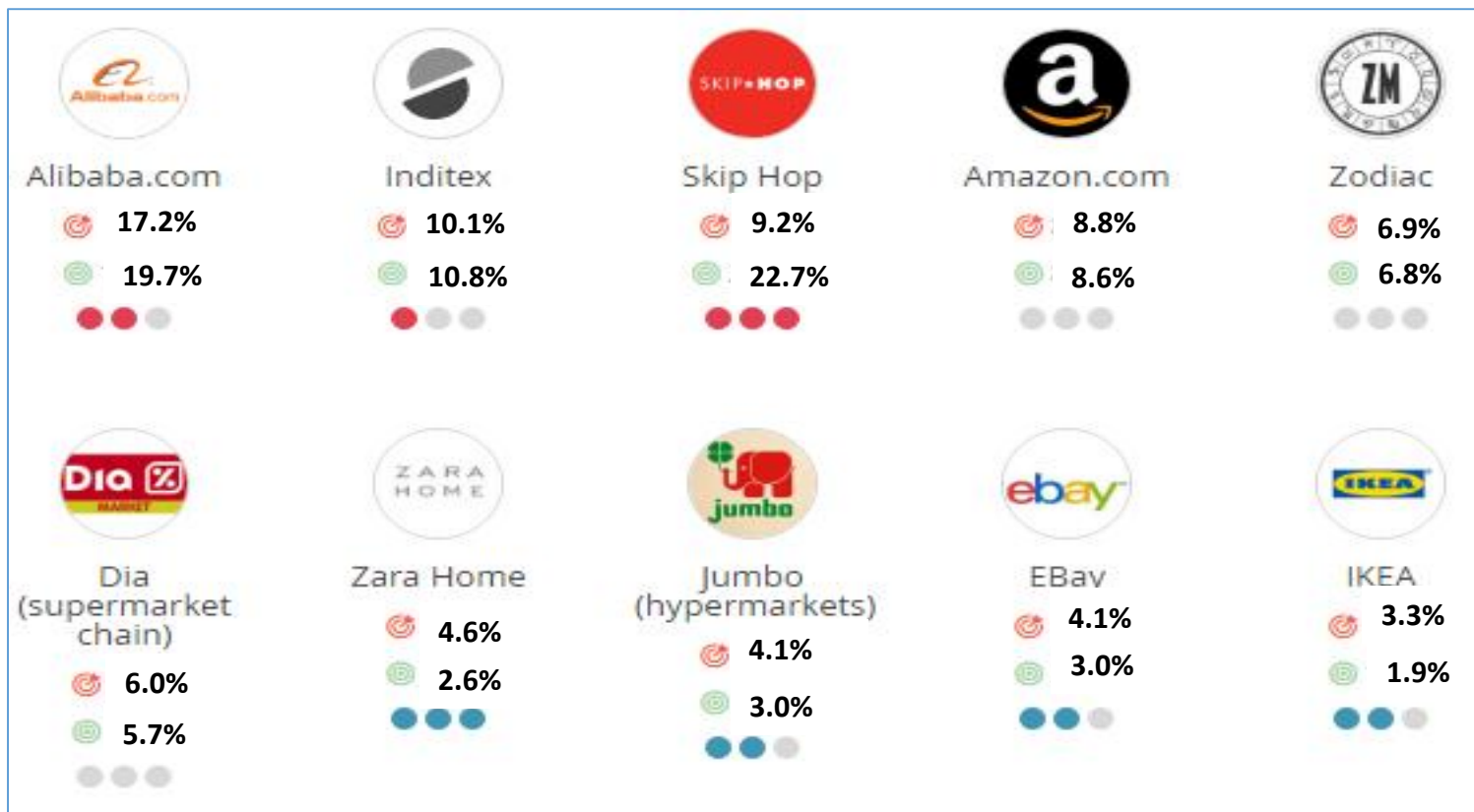
INSTAGRAM



- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia tanto en FB como en IG tienden a interesarse principalmente por marcas de productos indulgentes (**Nestlé , Coca-Cola , Pepsi, Nutella y Oreo**)

STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

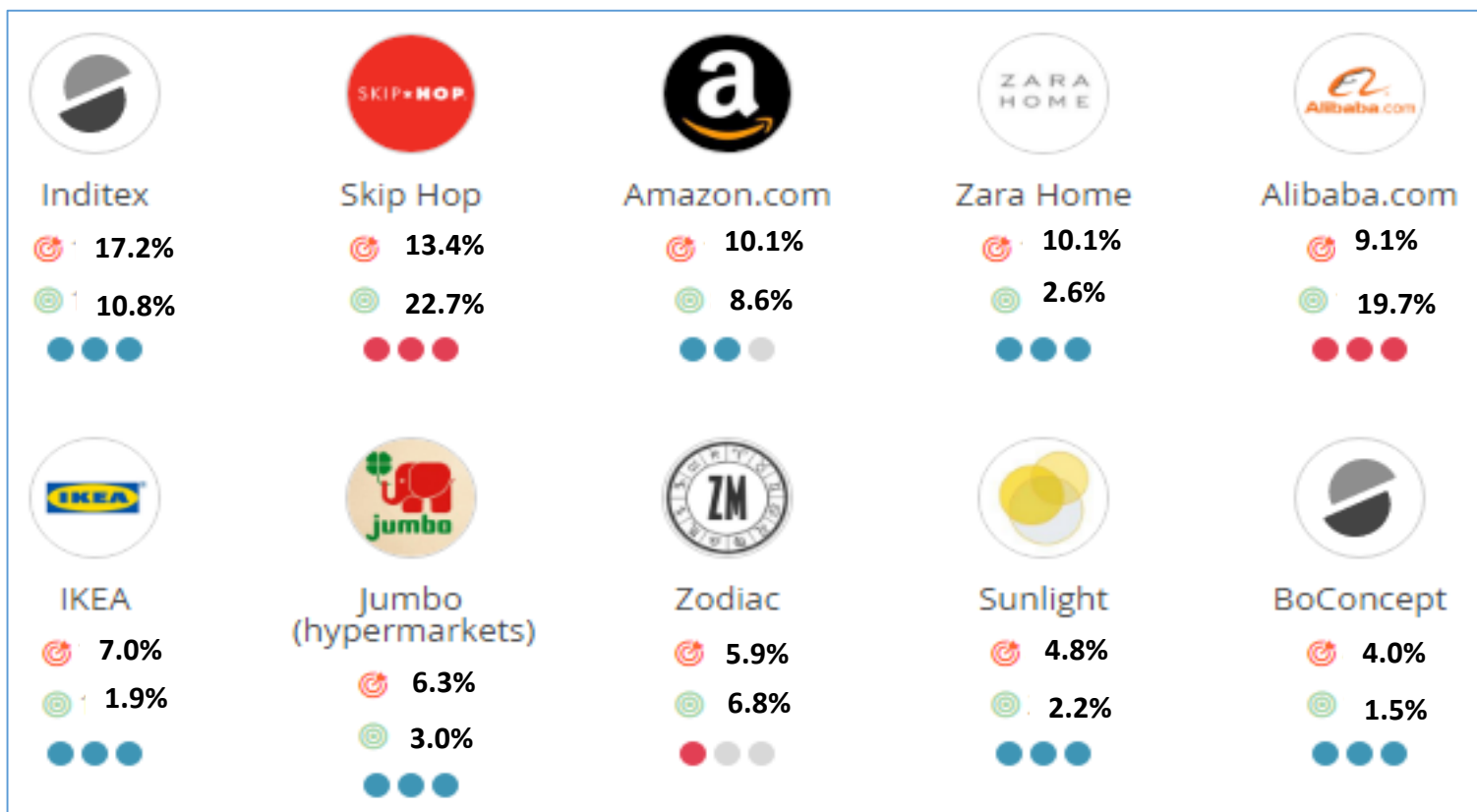
FACEBOOK



- **Alibaba.com , Inditex y Skip hop** son los principales e-commerce retailers en los que se interesa las personas interactúan con las plataforma P.A.N colombia en FB

STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

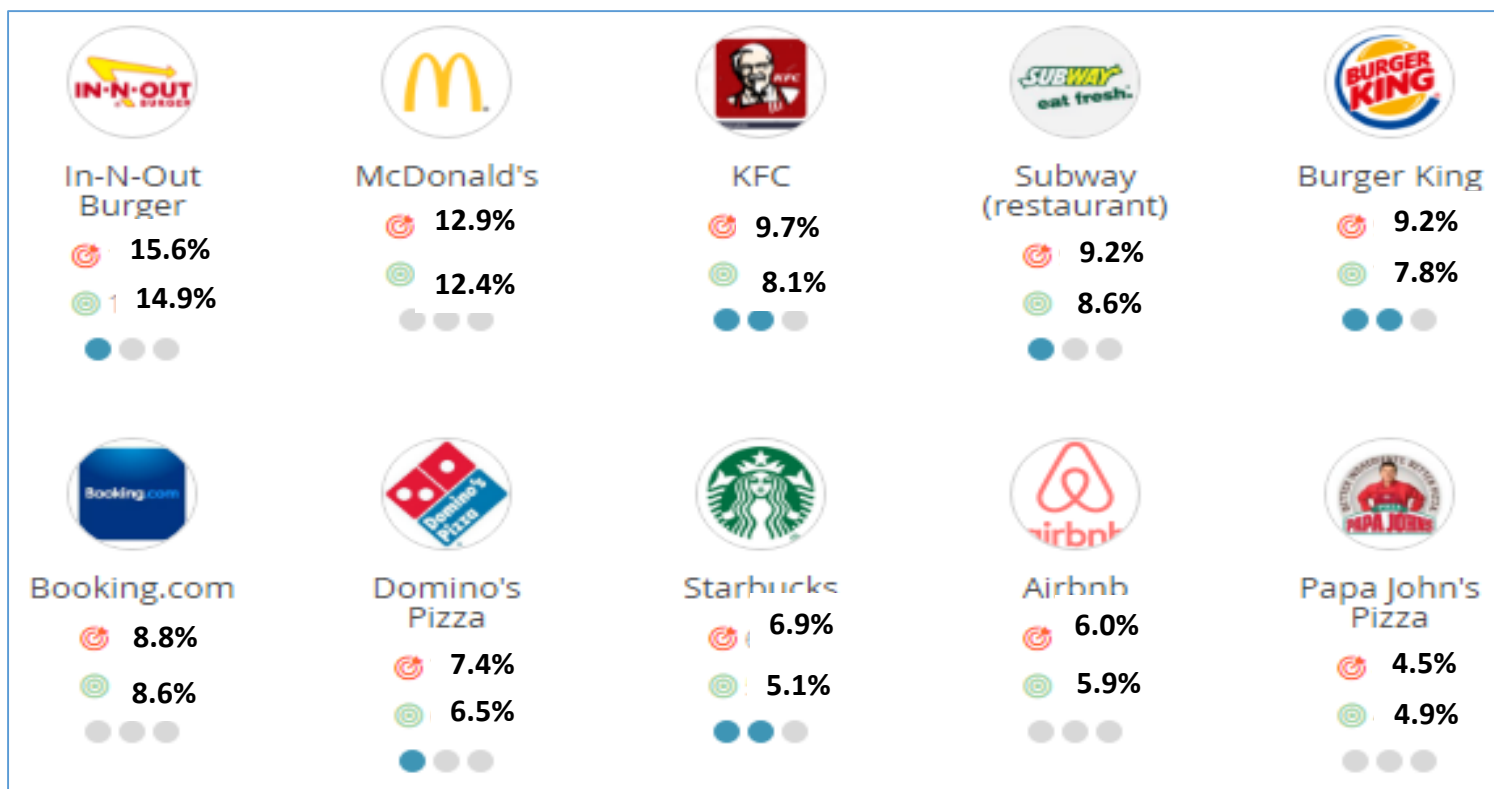
INSTAGRAM



- **Inditex , Skip Hop y Amazon** son los principales e-commerce retailers en los que se interesa las personas interactúan con las plataforma P.A.N. Colombia en FIG

INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

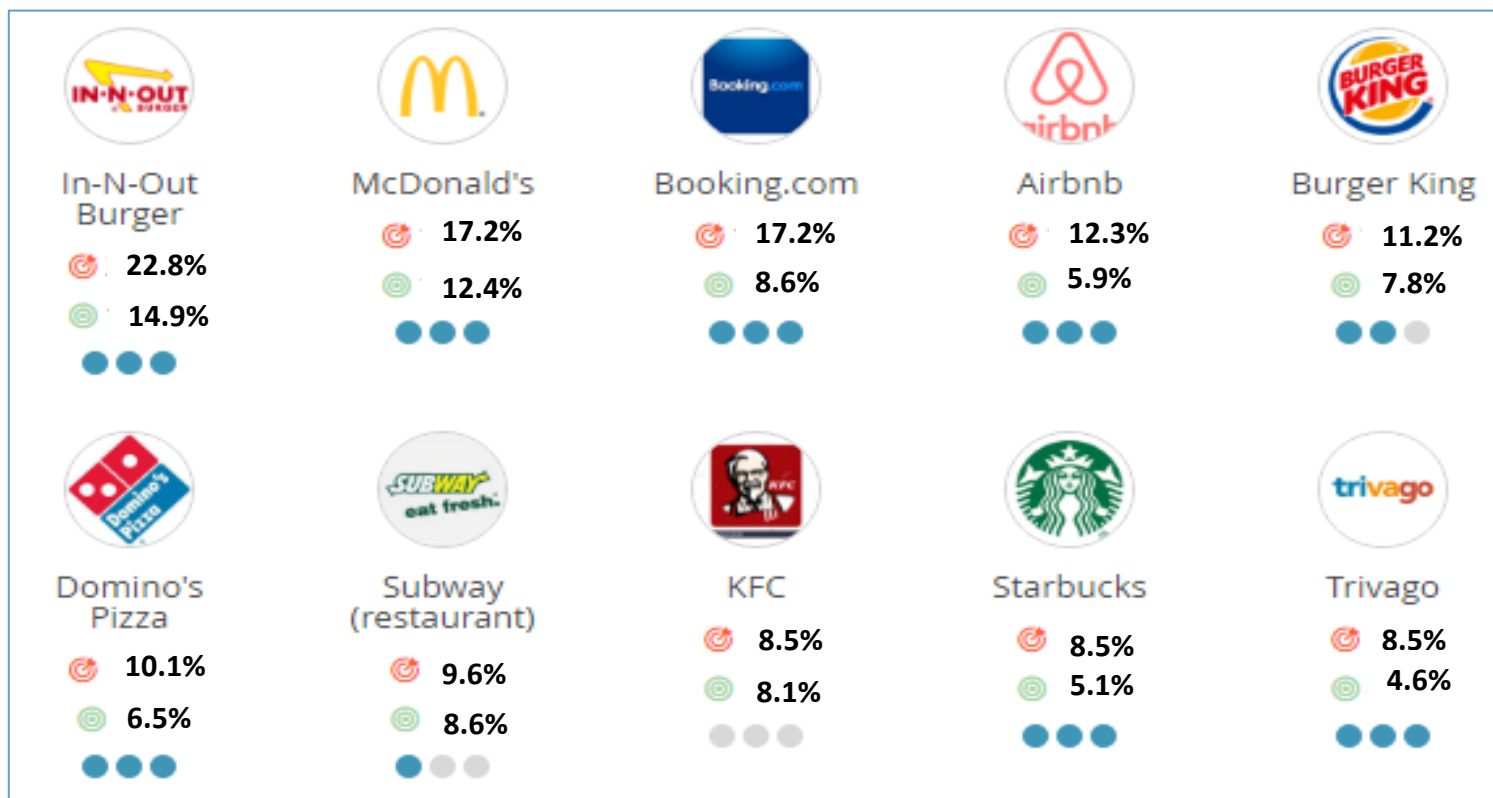
FACEBOOK



- Marcas de establecimiento de comida rápida como **In-N-Out Buger**; **Mcdonald's** o **KFC** son consideradas por las personas interactúan con las plataforma P.A.N en FB como las de mayor hospitalidad.

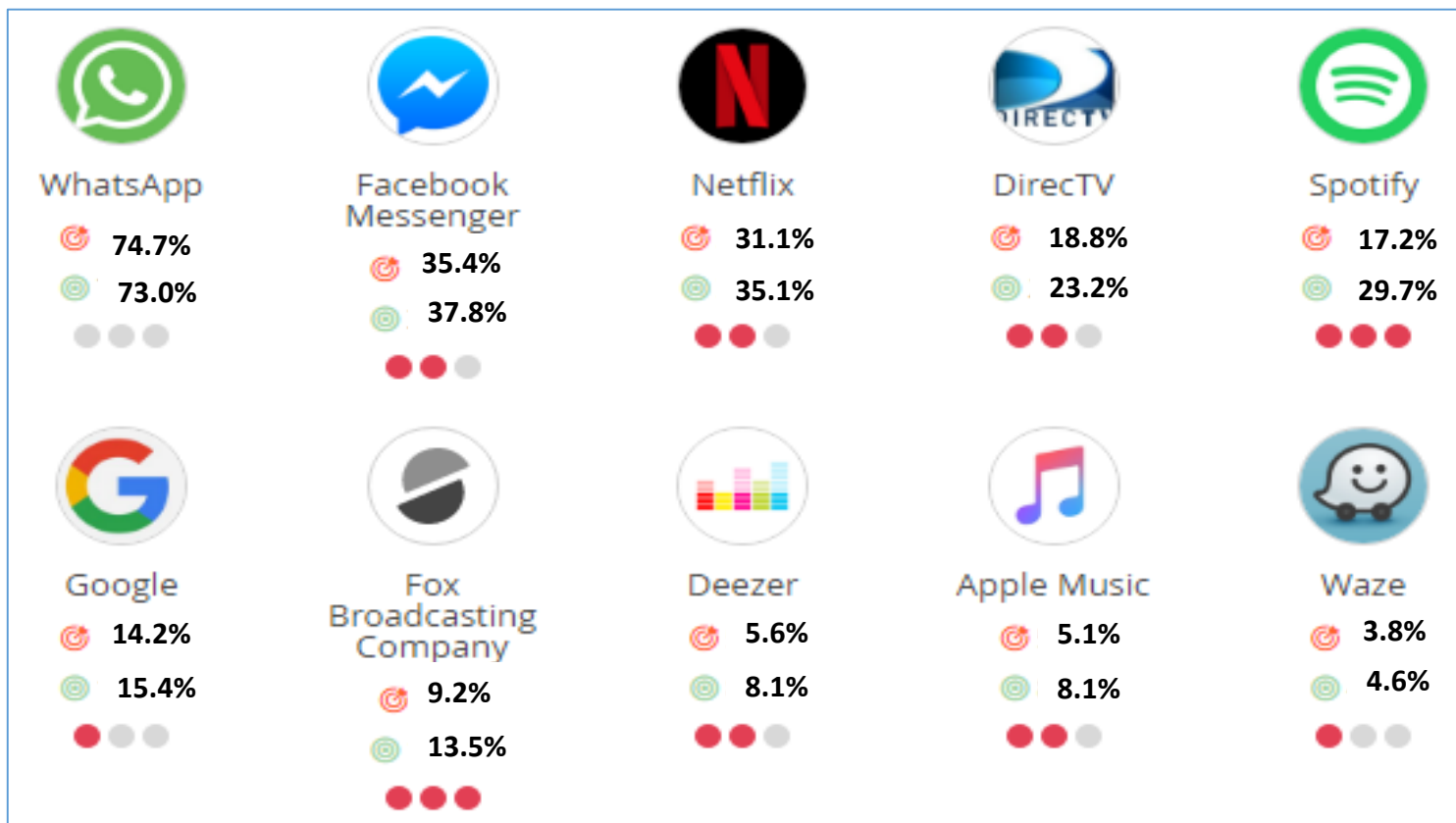
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

INSTAGRAM



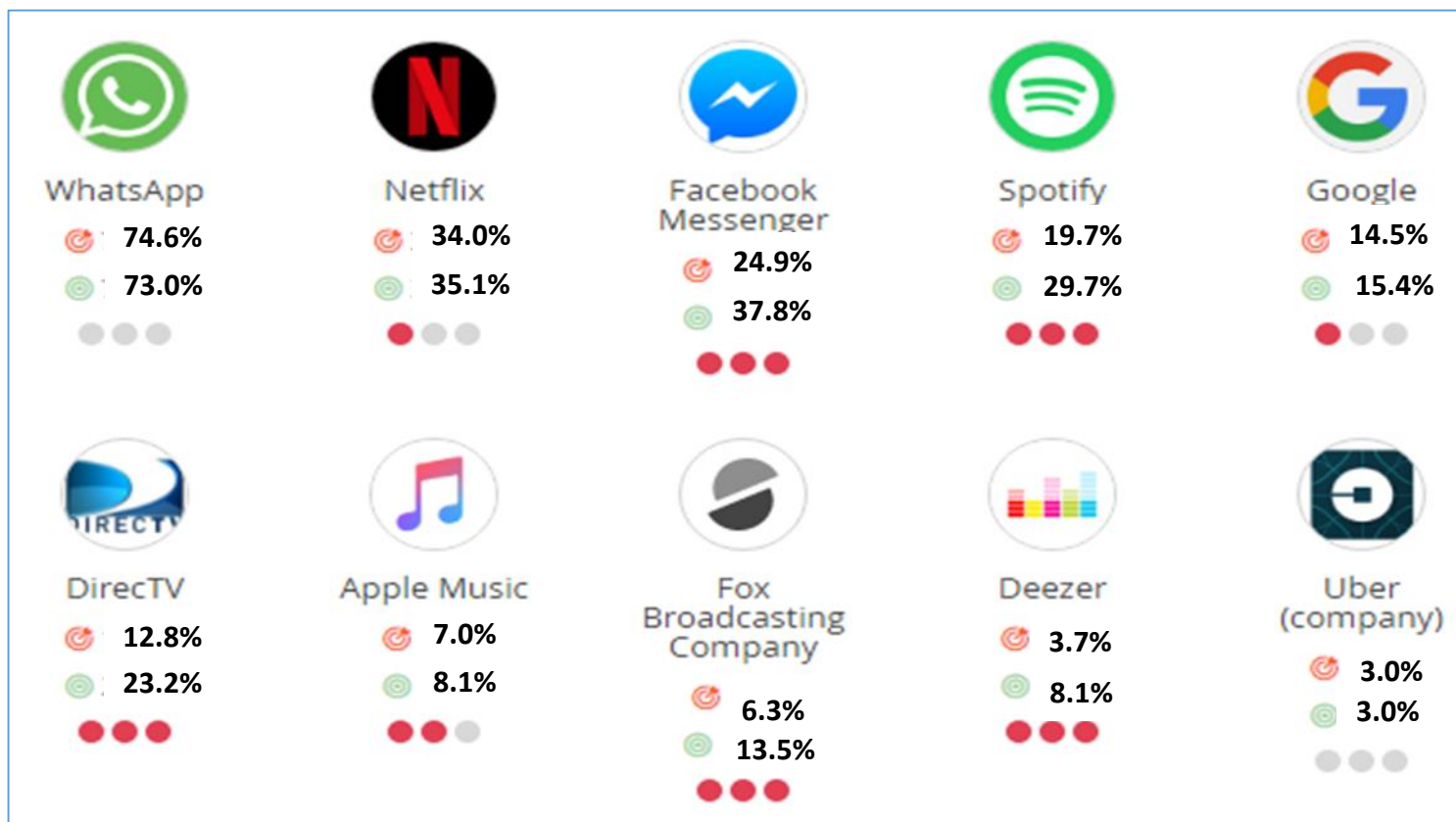
- Marcas de establecimientos de comida rápida y de e-commerce como **In-N-Out Burger** . **McDonald's** y **Booking.com** son consideradas por las personas interactúan con las plataforma P.A.N en IG como las de mayor hospitalidad.

FACEBOOK



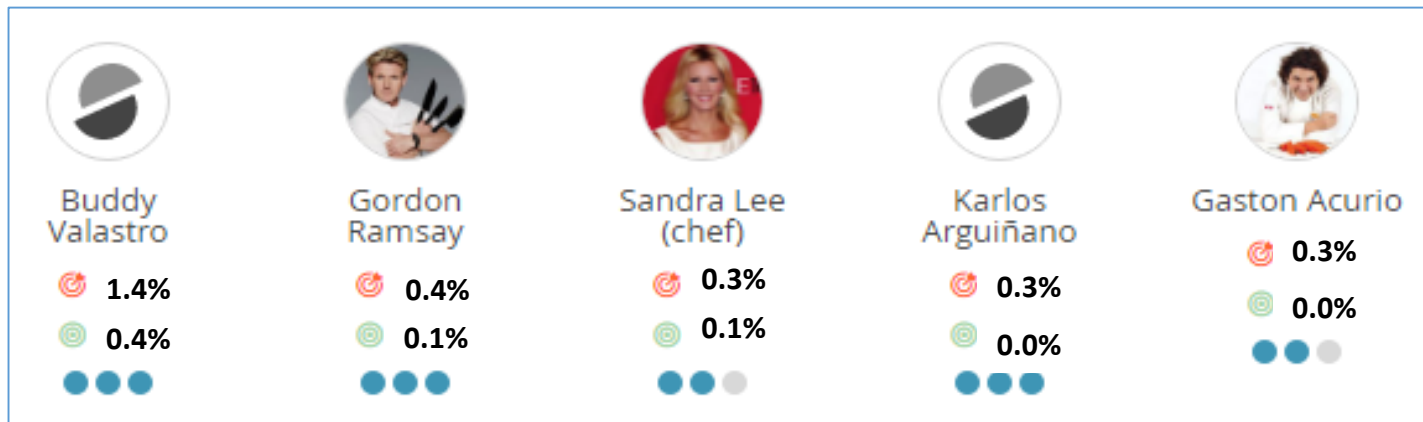
- **WhatsApp, Facebook Messenger y Netflix** son las principales APPS que son consideradas por las personas que interactúan con las plataforma P.A.N en FB e IG.

INSTAGRAM

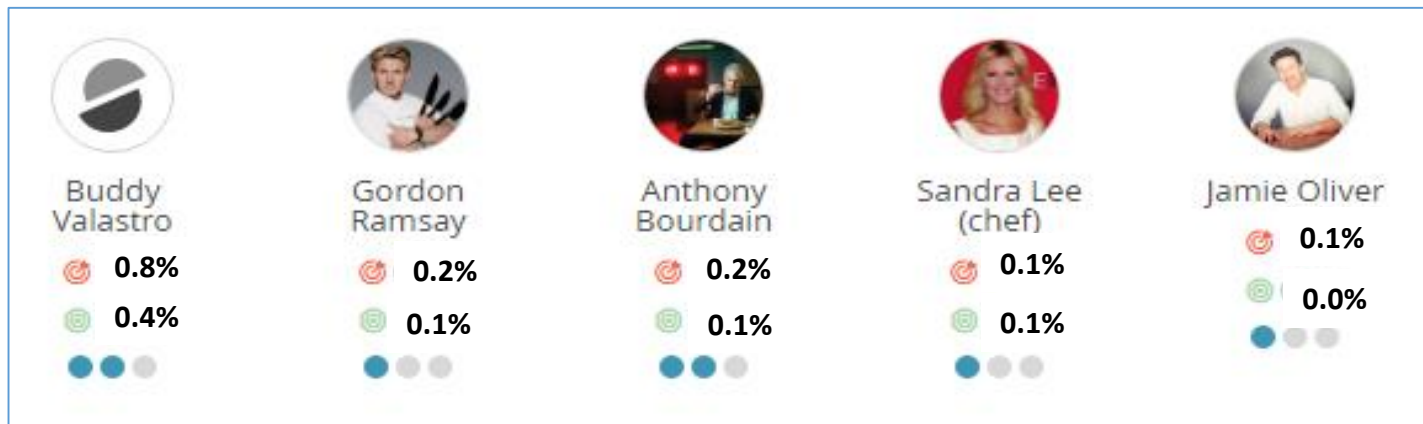


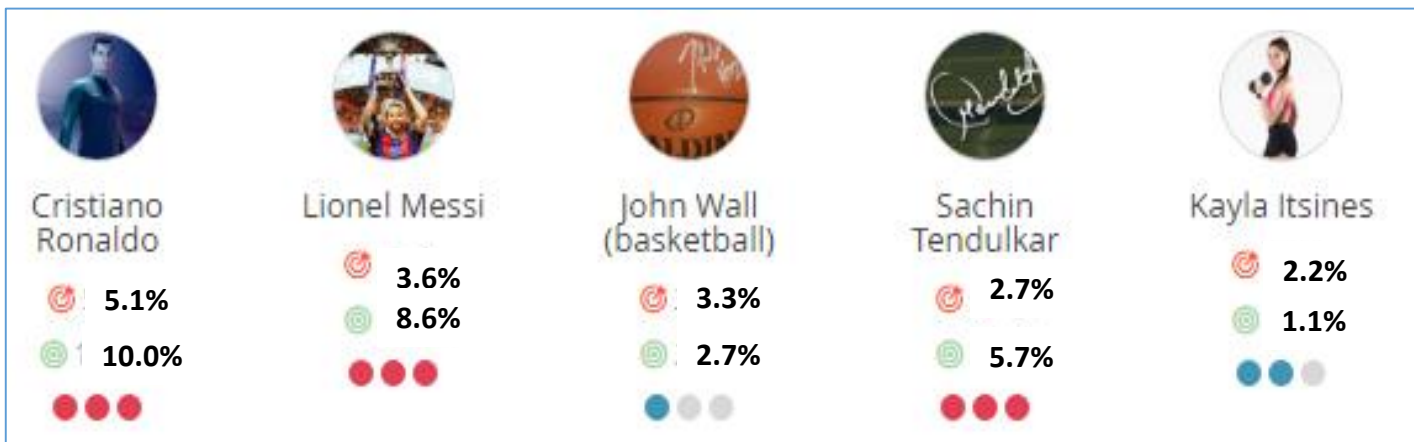
5. CULINARY CHEFS

FACEBOOK

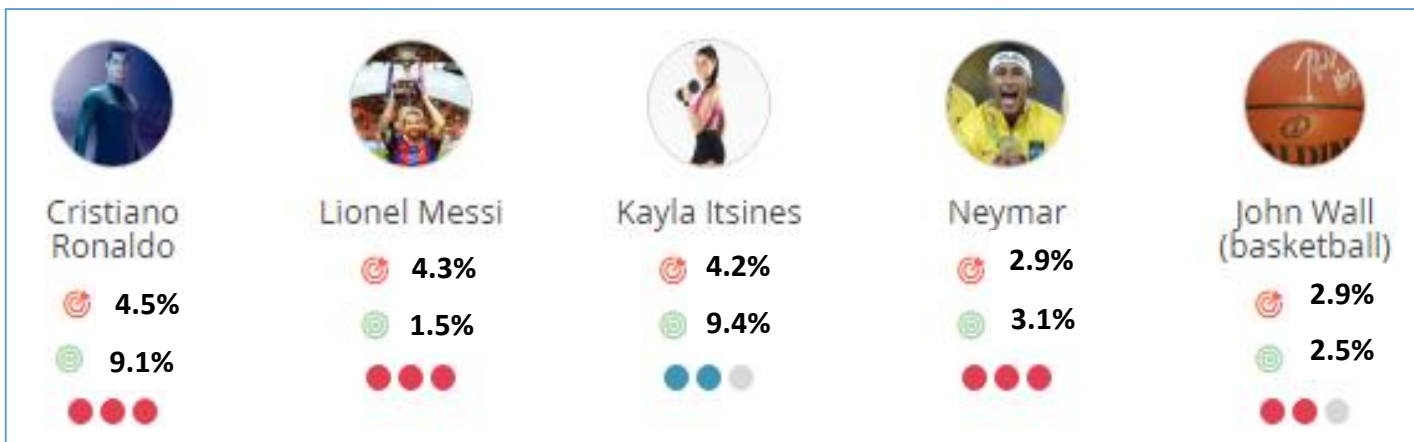


INSTAGRAM





FACEBOOK



INSTAGRAM



Perfil de personas que interactúan con la plataforma P.A.N.

**Caracas
Mayo, 2021**