



Caracas
Mayo, 2021



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

**Caracas
MAyo, 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 .



ESPAÑA

RRSS	TAGERT AUDIENCE	REFERENCE AUDIENCE	Pagina P.A.N España
FACEBOOK	Población: 660.000 personas*	Población: 35.000.000 personas	Seguidores al cierre de Marzo: 28.898 Cuentas alcanzadas en el periodo (Marzo): 189.000
	Fuente: Personas que han interactuado con la Pagina Facebook P.A.N. España en el mes de Marzo	País donde viven: España	
	País donde viven: España	Edad: 18 -65 años	
	Edad : 18 -65 años		
INSTAGRAM	Población: 670.000 personas*	Población: 35.000.000 personas	Seguidores al cierre de Marzo: 83.4K Cuentas alcanzadas en el periodo (Marzo): 28.761
	Fuente: Personas que han interactuado con la cuenta IG P.A.N. España en el mes de Marzo	País donde viven: España	
	País donde viven: España	Edad: 18 -65 años	
	Edad : 18 -65 años		

95 % de los hogares en España tienen conexión a Internet (Fuente : INE.es , 2020)

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

OVERVIEW TARGET AUDIENCE

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

		FACEBOOK	INSTAGRAM
1. SOCIO DEMOGRAPHICS	EDAD:	El 52% entre 35 y 54 años.	El 63% entre 25 y 44 años.
	SEXO:	94 % son Mujeres.	85 % son Mujeres.
	CIUDAD:	Viven principalmente en: Madrid (14,8%); Barcelona (6,7%) y Villaverde (Md) (3,3%)	Viven principalmente en: Madrid (13,3%); Barcelona (6,7%) y Valencia (4,9%)
2. MEDIA		FACEBOOK	INSTAGRAM
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y APPS DE INTERÉS:	Time-Magazine (64,1%) Facebook (37,8%) Instagram (35,6%)	Time-Magazine (59,8%) Instagram (43,7%) Facebook (30,4%)
3. LIFE STYLE & BEHAVIOR		FACEBOOK	INSTAGRAM
	HOBBIES DE INTERÉS:	Ir de compras (71,1%) Compras Online (68,8%) Música (66,4%)	Ir de compras (85,6%) Música (59,8%) Compras Online (59,8%)
	ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:	Bebidas alcohólicas(34,9%) Chocolates(31,3%) Cerveza(24,3%)	Bebidas alcohólicas(27,8%) Chocolates(27,1%) Pizza(25%)
	DEPORTES Y ACTIVIDADES DE BIENESTAR:	Physical Fitness (34,9%) Personal care (31,3%); Futbol (66,4%), Basketball(59,8%)	Physical Fitness (39,8%) Personal exercise (36,9%); Futbol (35,6%), Basketball(30,4%)
	VIAJE A (PAÍSES FAVORITOS)	Canadá (64%) Portugal (25,8%) Colombia(24,3%)	España (71,1%) Canadá (58,9%) Portugal (21,4%)

OVERVIEW TARGET AUDIENCE

		FACEBOOK	INSTAGRAM
4. BRANDS	MARCAS DE PRODUCTOS DE INTERÉS:	Zalando (27,8%) Nivea (25,8%) Eucerin (23,5%)	Zalando (26,5%) Zara (23,5%) Adidas (22,8%)
	MARCAS DE SERVICIOS DE INTERÉS:	Discover Card (61,7%) Iberia-airline (54,7%) Whatsapp (45,2%)	Discover Card (59,8%) Iberia-airline (37,9%) Whatsapp (30,4%)
	MARCAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:	Royal Canin (19,1%) Mars incorporated (18,4%) Nestlé (17,2%)	Nestlé (11,2%) Nutella (7,1%) Oreo (5,4%)
	MARCAS DE RETAILS DE INTERÉS:	Amazon.com (34,1%) Carrefour (29%) Alibaba.com (26,7%)	Ikea (27,1%) Amazon.com (25,7%) Inditex (22,1%)
5. PEOPLE	CHEFS:	Karlos Arguiñano (5,4%) Martin Berasategui(0,9%) Jaime Oliver (0,4%)	Karlos Arguiñano (3,7%) Jaime Oliver (1,2%) Martin Berasategui (0,8%)
	SOCIAL MEDIA INFLUENCERS	Rocko´s modern life (0,3%) ElrubiusOMG (0,2%) Dulceida(0,1%)	Dulceida (1,5%) Lovely Pepa (0,3%) Collage Vintage (0,2%)



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

AGE BREAKDOWN

FACEBOOK

Name			
18-24	4.9 %	17.2 %	● ● ●
25-34	16.3 %	25.5 %	● ● ●
35-44	22.2 %	22.1 %	● ● ●
45-54	29.6 %	18.1 %	● ● ●
55-64	19.3 %	10.6 %	● ● ●
65+	7.7 %	6.6 %	● ● ●

INSTAGRAM

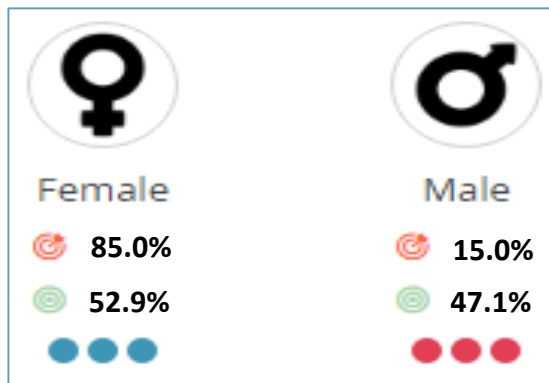
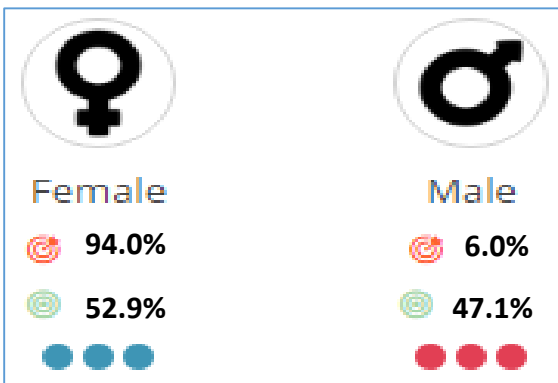
Name			
18-24	4.0 %	17.2 %	● ● ●
25-34	27.5 %	25.5 %	● ● ●
35-44	35.2 %	22.1 %	● ● ●
45-54	21.4 %	18.1 %	● ● ●
55-64	9.3 %	10.6 %	● ● ●
65+	2.6 %	6.6 %	● ● ●

- La audiencia target que interactuar con la plataforma P.A.N. España FB tiende a estar en rango de edad mayor (35 a 54 años; 52 %) que la que lo hace en IG (25 a 44 años; 63%). Lo que evidencia también, que la mayoría del target audience de IG sean Alumnos.

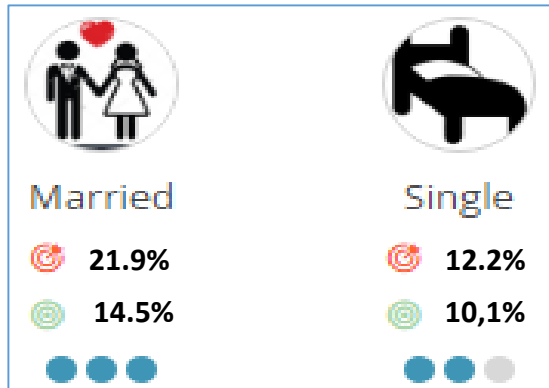
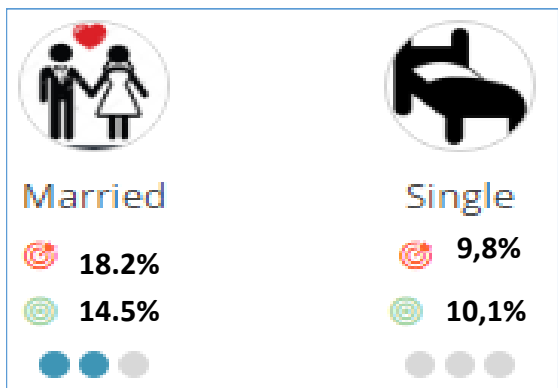
FACEBOOK

INSTAGRAM

GENDER BREAKDOWN



RELATIONSHIP STATUS



- Las principales personas que muestran interés por interactuar con la pagina P.A.N España en ambas plataformas son mujeres; lo que se corrobora con las estadísticas de las paginas durante este periodo donde mas del 70 % de quienes interactúan con la paginas P.A.N. España son mujeres.



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

EDUCATION STATUS

FACEBOOK

Name			
Unspecified	54.4 %	47.5 %	
Alum	22.7 %	28.5 %	
High school grad	15.1 %	14.7 %	
Some high school	3.2 %	2.7 %	
Some college	2.3 %	2.9 %	

INSTAGRAM

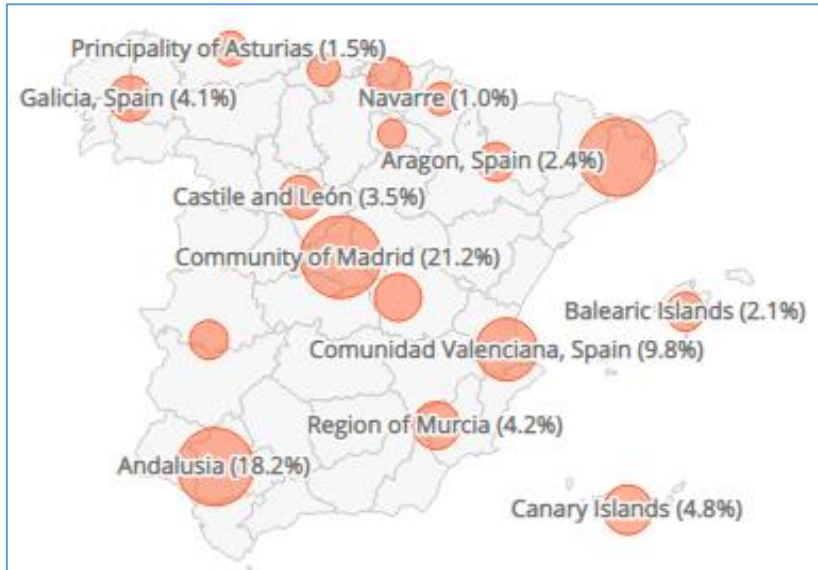
Name			
Alum	42.3 %	28.5 %	
Unspecified	29.8 %	47.5 %	
High school grad	14.6 %	14.7 %	
Some college	4.4 %	2.9 %	
Undergrad	2.7 %	1.8 %	



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

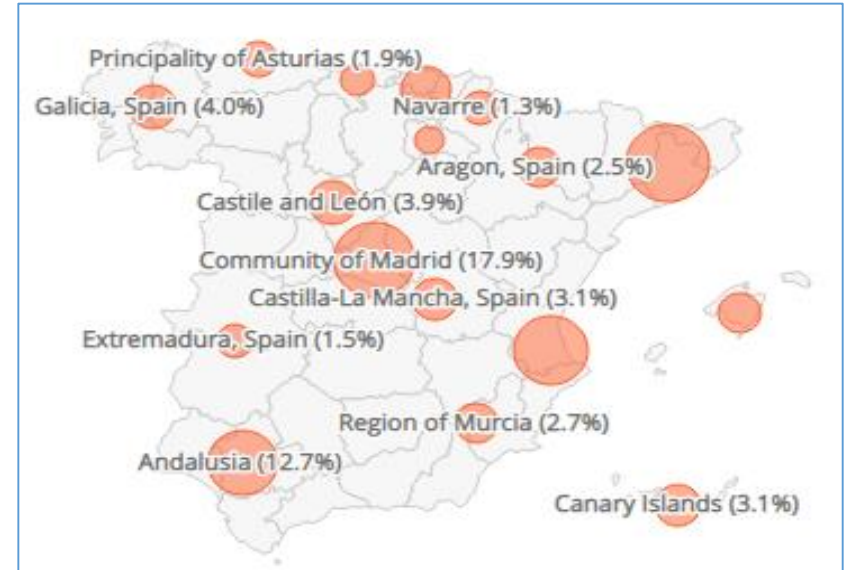
REGIONS IN WHICH YOUR AUDIENCE LIVE

FACEBOOK



Name			
Community of Madrid	21.2 %	15.4 %	
Andalusia	18.2 %	18.9 %	
Catalonia, Spain	18.2 %	17.7 %	
Comunidad Valenciana, Spain	9.8 %	10.9 %	
Canary Islands	4.8 %	4.6 %	

INSTAGRAM



Name			
Catalonia, Spain	19.4 %	17.7 %	
Community of Madrid	17.9 %	15.4 %	
Comunidad Valenciana, Spain	14.9 %	10.9 %	
Andalusia	12.7 %	18.9 %	
Basque Autonomous Country	4.5 %	3.7 %	



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

TOP CITIES WHERE YOUR TARGET AUDIENCE LIVE

FACEBOOK

Name			
Madrid, Spain	14.8 %	11.1 %	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Barcelona, Spain	6.7 %	6.6 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Villaverde, Madrid, Spain	3.3 %	2.7 %	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Valencia	2.4 %	2.8 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Tenerife	2.1 %	2.0 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

INSTAGRAM

Name			
Madrid, Spain	13.3 %	11.1 %	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Barcelona, Spain	6.7 %	6.6 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Valencia	4.9 %	2.8 %	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Villaverde, Madrid, Spain	2.4 %	2.7 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Seville, Spain	1.9 %	2.2 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

- **Madrid, Barcelona y Valencia** son las ciudades principales donde viven las personas que presentan algún tipo de interés en las páginas de P.A.N. España FB e IG.

TOP MEDIA BY REACH

FACEBOOK














Name			
Time (magazine)	64.1 %	51.4 %	
Facebook	37.8 %	37.1 %	
Instagram	35.6 %	42.9 %	
Telecinco	25.1 %	21.4 %	
La Vanguardia	24.3 %	23.4 %	
El Mundo (Spain)	23.5 %	23.1 %	
YouTube	21.2 %	25.4 %	
Antena 3 (Spain)	18.4 %	17.7 %	
Sport (Spanish newspaper)	18.4 %	17.7 %	
El País	17.2 %	18.0 %	

INSTAGRAM














Name			
Time (magazine)	59.8 %	51.4 %	
Instagram	43.7 %	42.9 %	
Facebook	30.4 %	37.1 %	
Vogue (magazine)	23.5 %	18.0 %	
El Mundo (Spain)	22.1 %	23.1 %	
La Vanguardia	19.1 %	23.4 %	
Sport (Spanish newspaper)	17.6 %	17.7 %	
Telecinco	16.8 %	21.4 %	
El País	16.8 %	18.0 %	
YouTube	16.0 %	25.4 %	

TOP MAGAZINES BY REACH

FACEBOOK

Name			
 Time (magazine)	64.1 %	51.4 %	
 Sport (Spanish newspaper)	18.4 %	17.7 %	
 Vogue (magazine)	14.7 %	18.0 %	
 ¡Holal	14.0 %	9.4 %	
 Revista HOLA	13.4 %	9.1 %	

INSTAGRAM

Name			
 Time (magazine)	59.8 %	51.4 %	
 Vogue (magazine)	23.5 %	18.0 %	
 Sport (Spanish newspaper)	17.6 %	17.7 %	
 ¡Holal	11.8 %	9.4 %	
 Vogue España	11.2 %	6.3 %	

- **Facebook (FB) e Instagram (IG)** son las principales RRSS en las que interactúan el target audience interesado en P.A.N España . Sin embargo, para mas del 60%, el medio impreso sigue siendo importante como por ejemplo **Time –(Magazine)**.

TOP NEWSPAPERS BY REACH

FACEBOOK
























Name			
La Vanguardia	24.3 %	23.4 %	
El Mundo (Spain)	23.5 %	23.1 %	
Sport (Spanish newspaper)	18.4 %	17.7 %	
El País	17.2 %	18.0 %	
El Confidencial	15.3 %	16.3 %	

INSTAGRAM























Name			
El Mundo (Spain)	22.1 %	23.1 %	
La Vanguardia	19.1 %	23.4 %	
Sport (Spanish newspaper)	17.6 %	17.7 %	
El País	16.8 %	18.0 %	
El Confidencial	12.4 %	16.3 %	

TOP RADIO CHANNELS BY REACH

FACEBOOK

Name			
 Cadena SER	15.3 %	17.1 %	  
 Cadena COPE	13.4 %	12.9 %	  
 Cadena Dial	2.2 %	1.4 %	  
 Los 40 Principales	2.0 %	1.5 %	  
 Onda Cero	1.6 %	1.9 %	  

INSTAGRAM

Name			
 Cadena SER	13.7 %	17.1 %	  
 Cadena COPE	10.0 %	12.9 %	  
 El Món a RAC1	3.3 %	2.3 %	  
 RAC 1	1.9 %	1.2 %	  
 Onda Cero	1.5 %	1.9 %	  

TOP TV CHANNELS BY REACH

FACEBOOK














Name			
Telecinco	25.1 %	21.4 %	
Antena 3 (Spain)	18.4 %	17.7 %	
LaSexta	12.3 %	12.9 %	
Cuatro (TV channel)	11.2 %	9.7 %	
Arte	11.2 %	8.3 %	

INSTAGRAM














Name			
Telecinco	16.8 %	21.4 %	
Antena 3 (Spain)	13.7 %	17.7 %	
LaSexta	10.0 %	12.9 %	
Arte	9.4 %	8.3 %	
Cuatro (TV channel)	7.1 %	9.4 %	

TOP SOCIAL NETWORKS BY REACH

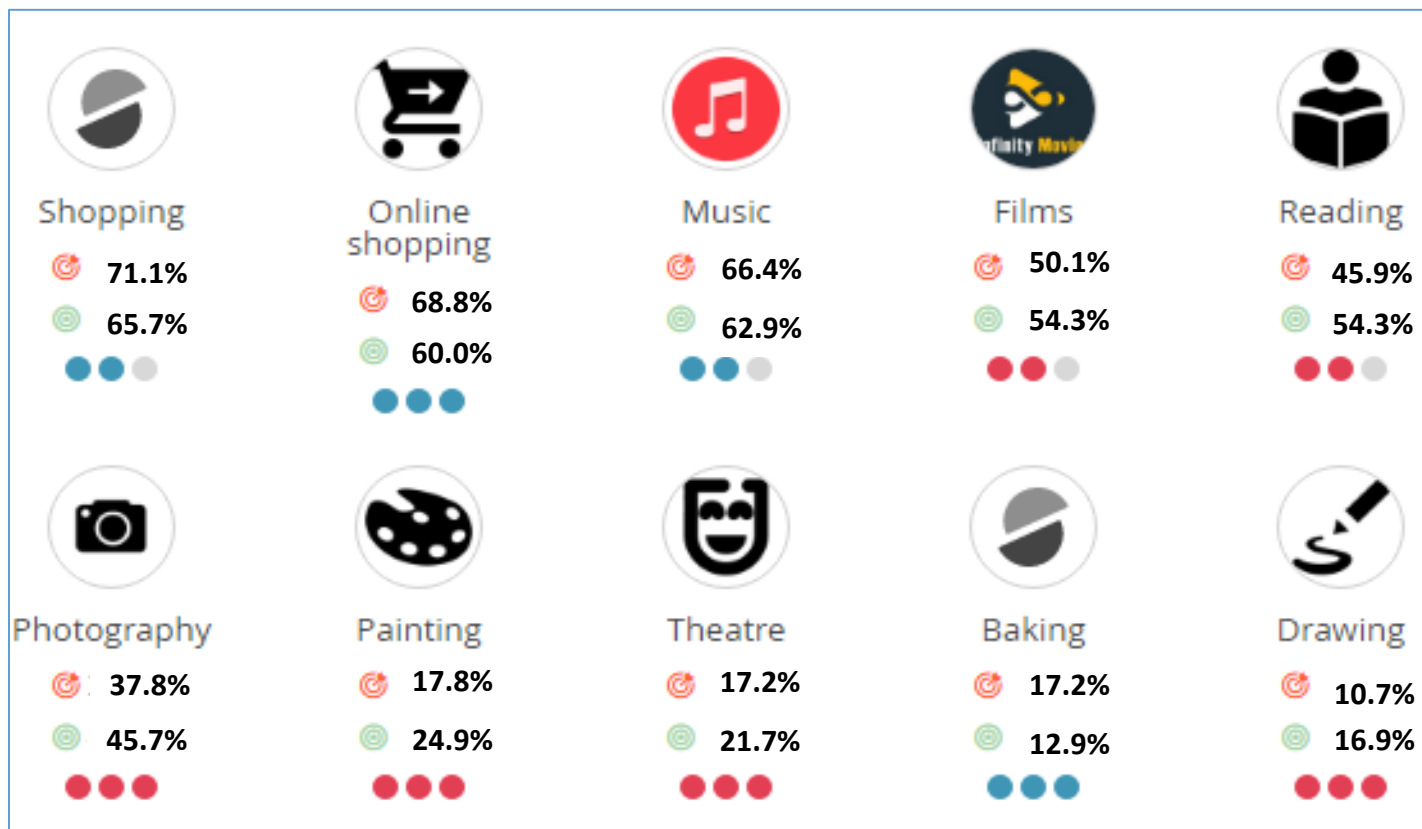
FACEBOOK

Name			
 Facebook	37.8 %	37.1 %	
 Instagram	35.6 %	42.9 %	
 YouTube	21.2 %	25.4 %	
 Tik Tok	14.0 %	12.6 %	
 Twitter	12.3 %	9.4 %	

INSTAGRAM

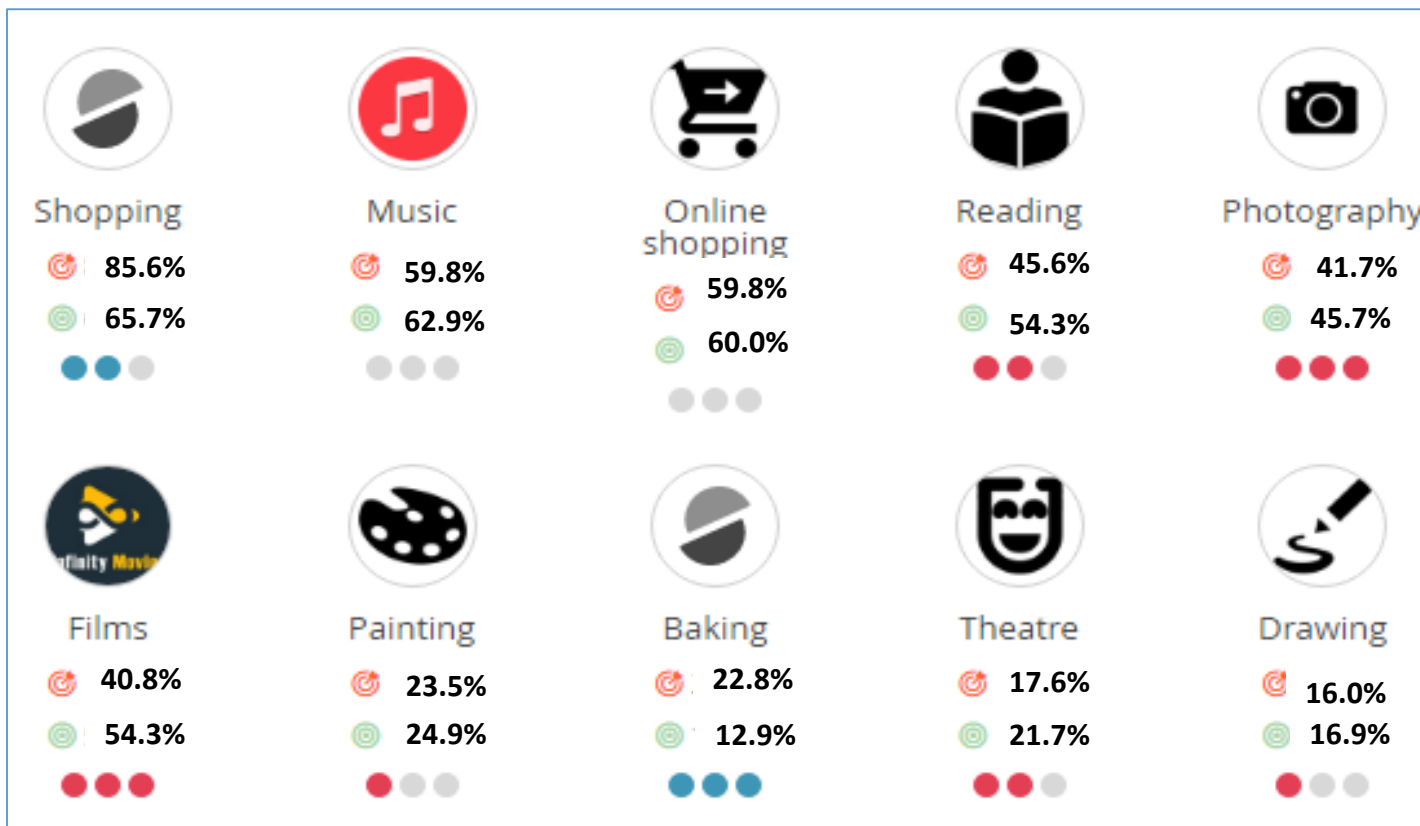
Name			
 Instagram	43.7 %	42.9 %	
 Facebook	30.4 %	37.1 %	
 YouTube	16.0 %	25.4 %	
 Tik Tok	10.6 %	12.6 %	
 Pinterest	7.1 %	6.9 %	

FACEBOOK



- **La compra tanto en línea como presencial** es la actividad que mas predomina en el target audience interesado en P.A.N España. En el 2020 , según el INE.es , 53 % de los hogares en España ha realizado compras en línea o por internet.

INSTAGRAM





3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

FOOD & DRINKS

FACEBOOK














Name			
Alcoholic drink	34.9 %	28.0 %	
Chocolate	31.3 %	22.3 %	
Beer	24.3 %	18.0 %	
Pizza	22.7 %	20.6 %	
Coffee	21.2 %	18.6 %	
Water	19.7 %	19.4 %	
Wine	17.2 %	15.4 %	
Pastry	15.9 %	11.1 %	
Pale lager	15.3 %	4.9 %	
Bread	14.7 %	9.1 %	

INSTAGRAM














Name			
Alcoholic drink	27.8 %	28.0 %	
Chocolate	27.1 %	22.3 %	
Pizza	25.0 %	20.6 %	
Water	24.3 %	19.4 %	
Coffee	21.4 %	18.6 %	
Wine	20.6 %	15.4 %	
Pastry	17.6 %	11.1 %	
Beer	16.8 %	18.0 %	
Milk	15.3 %	10.9 %	
Bread	15.3 %	9.1 %	

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

FACEBOOK

Name			
 Thriller films	17.8 %	18.3 %	
 Documentary films	17.8 %	16.0 %	
 Drama films	15.9 %	14.0 %	
 Horror films	14.7 %	10.3 %	
 Romance film	14.0 %	7.1 %	

INSTAGRAM

Name			
 Documentary films	13.0 %	16.0 %	
 Thriller films	11.2 %	18.3 %	
 Animated films	10.0 %	14.6 %	
 Fantasy films	10.0 %	10.9 %	
 Science fiction films	9.4 %	12.9 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MOVIES

FACEBOOK

Name			
Frozen (2013 film)	4.2 %	2.7 %	
Aliens (film)	3.0 %	1.1 %	
Star Wars	2.9 %	6.3 %	
The Beach (film)	2.4 %	1.8 %	
Halloween (2007 film)	2.1 %	1.7 %	














INSTAGRAM

Name			
Star Wars	4.3 %	6.3 %	
Avengers (comics)	2.3 %	3.7 %	
Frozen (2013 film)	2.3 %	2.7 %	
Halloween (2007 film)	2.2 %	1.7 %	
The Beach (film)	2.0 %	1.8 %	














3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

SERIES

FACEBOOK

Name			
 Friends	35.6 %	31.4 %	
 Touch	25.8 %	22.3 %	
 Lost (série TV)	20.4 %	15.7 %	
 Girls (TV series)	20.4 %	12.6 %	
 Suits (TV series)	15.3 %	10.9 %	

INSTAGRAM

Name			
 Friends	37.9 %	31.4 %	
 Touch	25.7 %	22.3 %	
 Lost (série TV)	17.6 %	15.7 %	
 Girls (TV series)	16.0 %	12.6 %	
 Suits (TV series)	13.7 %	11.1 %	

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

LITERATURE

FACEBOOK

Name			
Romance novels	8.3 %	6.9 %	
Tragedy	6.5 %	1.9 %	
Mystery fiction	6.2 %	6.0 %	
Manga	6.0 %	9.7 %	
Narrative	3.3 %	5.4 %	

INSTAGRAM

Name			
Romance novels	8.9 %	6.9 %	
Manga	7.1 %	9.7 %	
Mystery fiction	6.1 %	6.0 %	
Narrative	5.3 %	5.4 %	
Detective fiction	4.0 %	3.7 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MUSIC GENRES THAT YOUR AUDIENCE LIKES

FACEBOOK

Name			
Electronic music	31.3 %	34.3 %	
Rhythm and blues music	27.8 %	28.6 %	
House music	25.1 %	23.7 %	
Heavy metal music	24.3 %	28.6 %	
Blues music	21.2 %	24.6 %	

INSTAGRAM

Name			
Electronic music	27.1 %	34.3 %	
Heavy metal music	24.3 %	28.6 %	
Rhythm and blues music	24.3 %	28.6 %	
House music	23.5 %	23.7 %	
Blues music	20.6 %	24.6 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

POLITICAL & SOCIAL ISSUES

FACEBOOK

Name			
Culture	37.8 %	40.0 %	
Religion	25.8 %	19.1 %	
World Health Organization	19.1 %	10.9 %	
Law	15.9 %	16.9 %	
Sustainability	14.7 %	16.3 %	

INSTAGRAM

Name			
Culture	36.9 %	40.0 %	
Sustainability	24.3 %	16.3 %	
Natural environment	20.6 %	14.9 %	
Ecology	19.9 %	12.9 %	
Religion	19.1 %	19.1 %	

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

HOME & GARDEN

FACEBOOK

Name			
Furniture	27.8 %	26.0 %	
Interior design	24.3 %	28.6 %	
Home appliances	22.0 %	14.9 %	
Do it yourself (DIY)	19.1 %	21.4 %	
Gardening	17.8 %	18.0 %	

INSTAGRAM

Name			
Interior design	35.0 %	28.6 %	
Furniture	32.4 %	26.0 %	
DIY	28.4 %	19.1 %	
Gardening	25.7 %	18.0 %	
Do it yourself (DIY)	25.0 %	21.4 %	

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

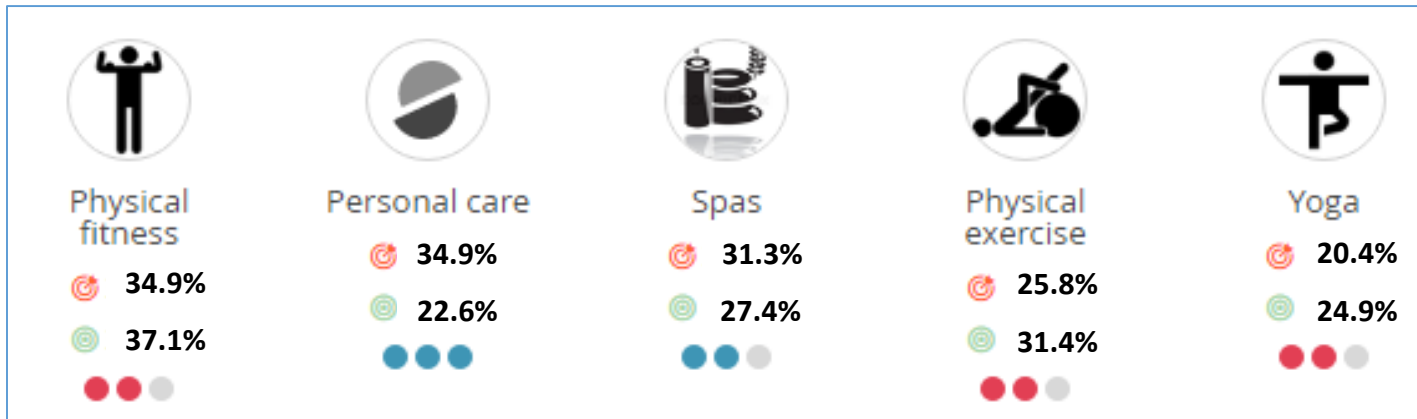
PETS

FACEBOOK

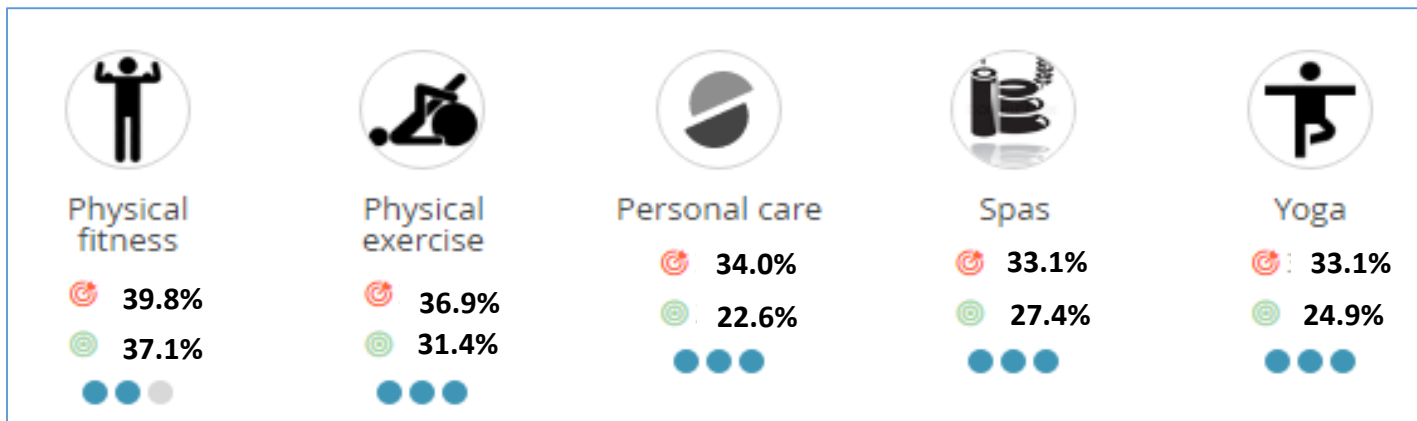
Name			
Dogs	33.4 %	28.0 %	
Cats	24.3 %	22.3 %	
Birds	16.6 %	11.4 %	
Horses	13.4 %	8.3 %	
Rabbits	3.9 %	2.7 %	

INSTAGRAM

Name			
Dogs	27.1 %	28.0 %	
Cats	21.4 %	22.3 %	
Birds	9.4 %	11.4 %	
Horses	7.1 %	8.3 %	
Puppy	5.6 %	5.1 %	



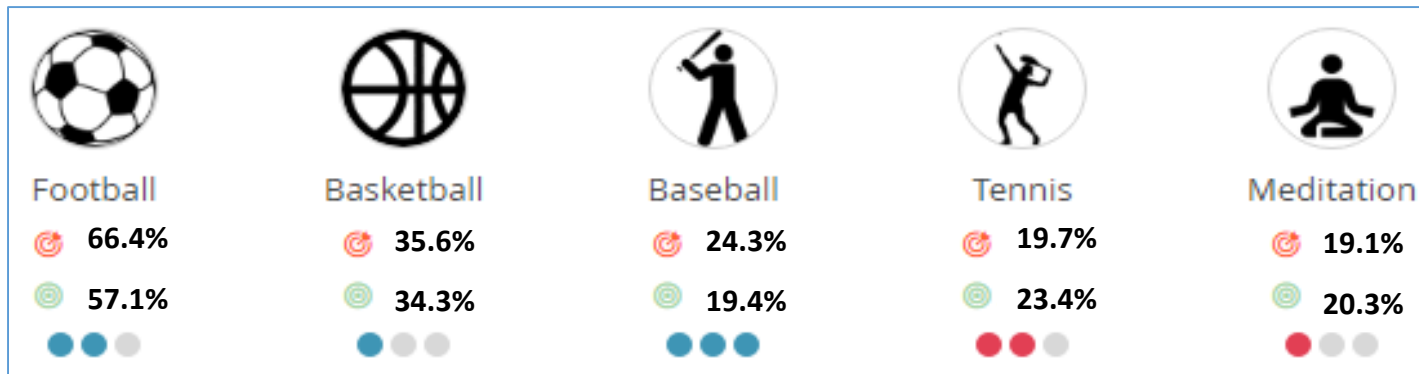
FACEBOOK



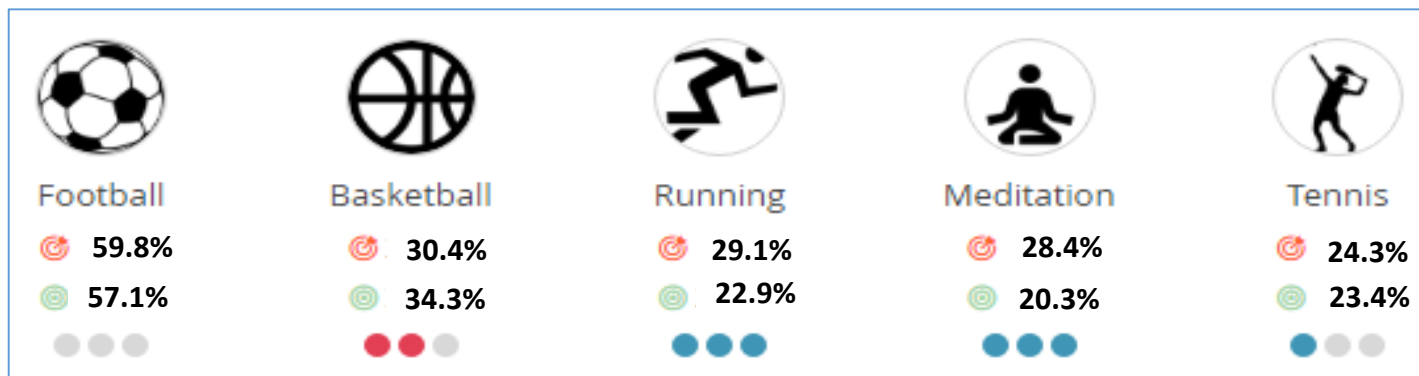
INSTAGRAM

- **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. España en FB e IG.

SPORT THAT YOUR AUDIENCE IS INTERESTED IN



FACEBOOK



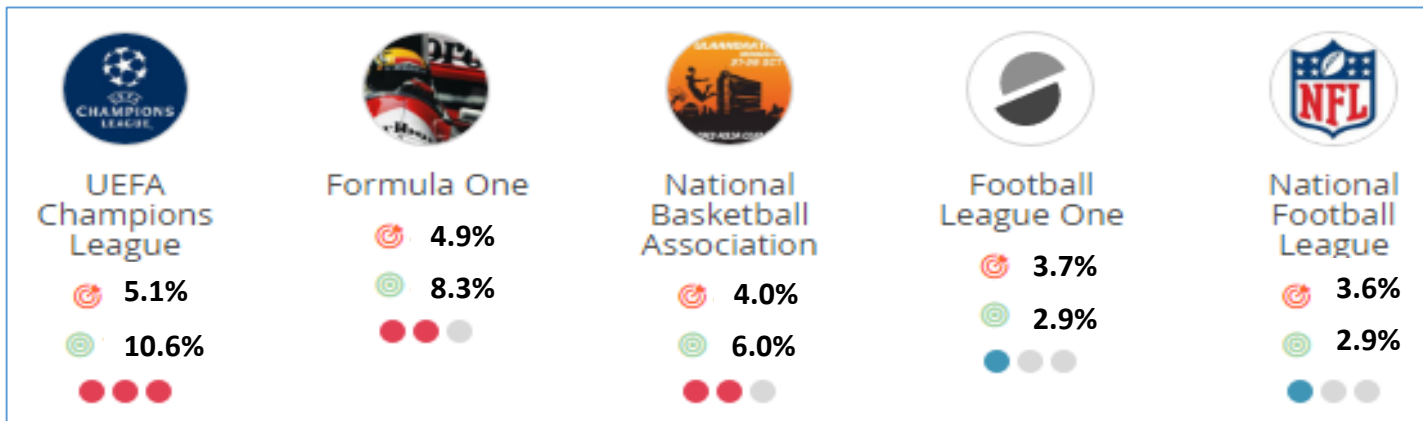
INSTAGRAM

- **EL Football y el Basketball** son los deportes por cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. España en FB e IG. Siendo la **UEFA Champions League** el principal evento en el que se muestran interesados , seguido de la Formula 1 y la Liga nacional de Basketball .

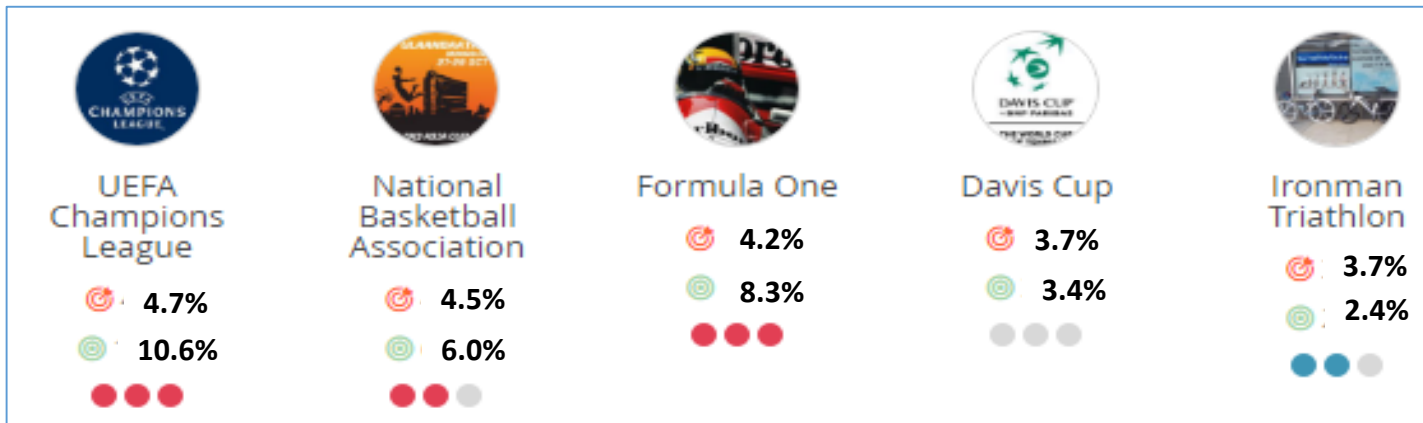
3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (SPORT)

DOES YOUR AUDIENCE HAVE FAVORITE SPORT EVENTS?

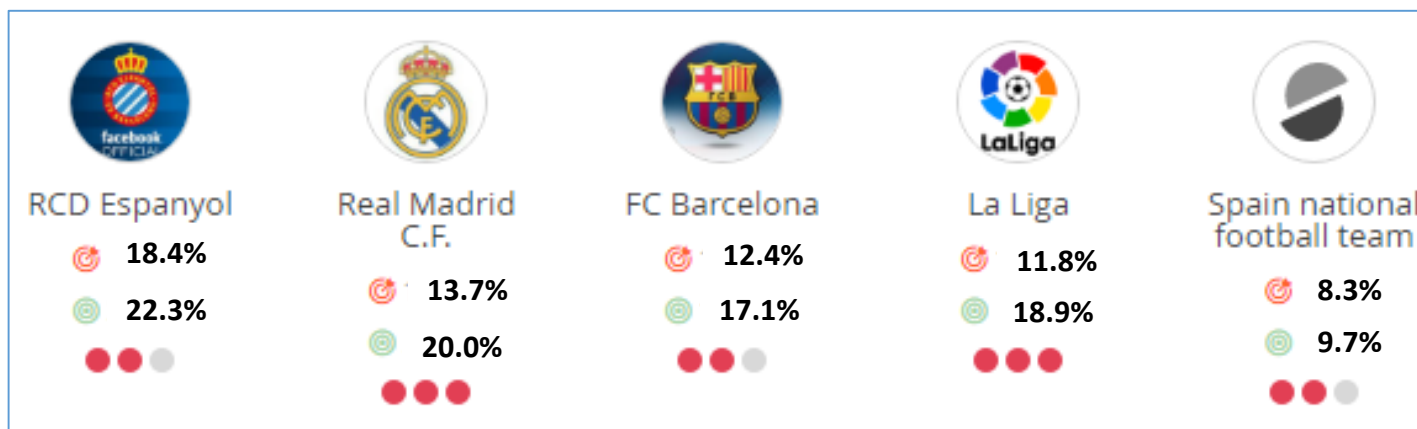
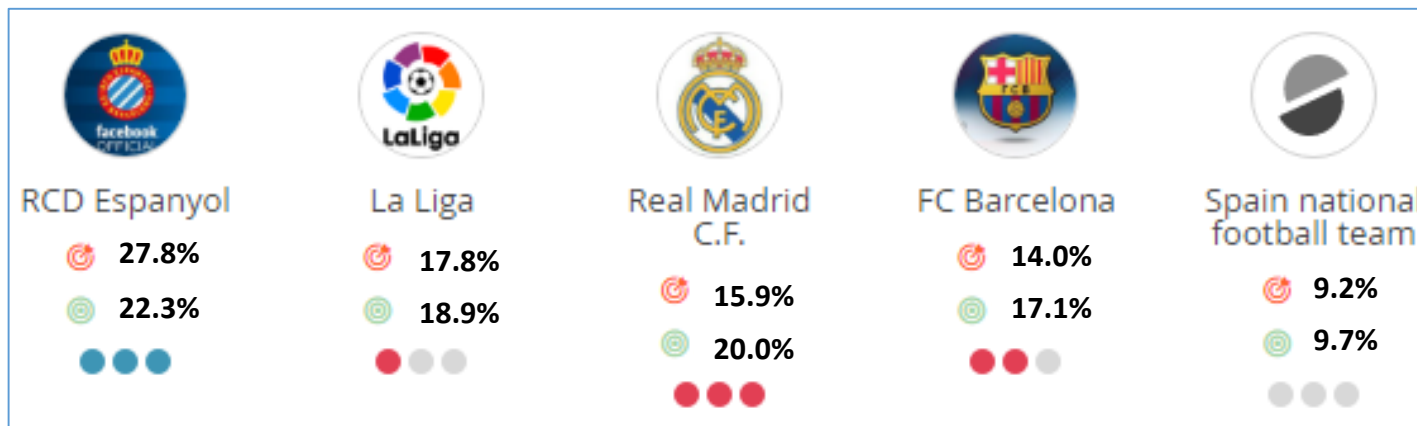
FACEBOOK



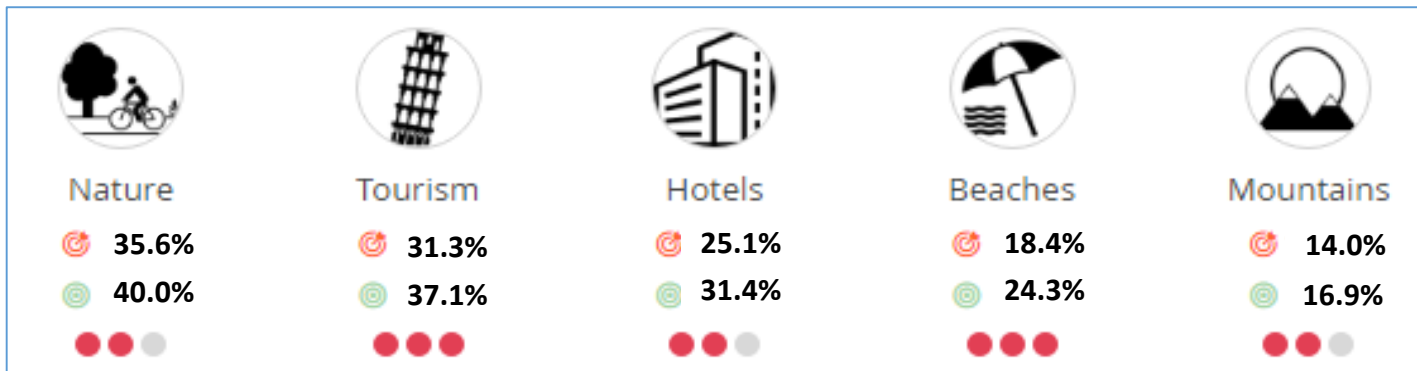
INSTAGRAM



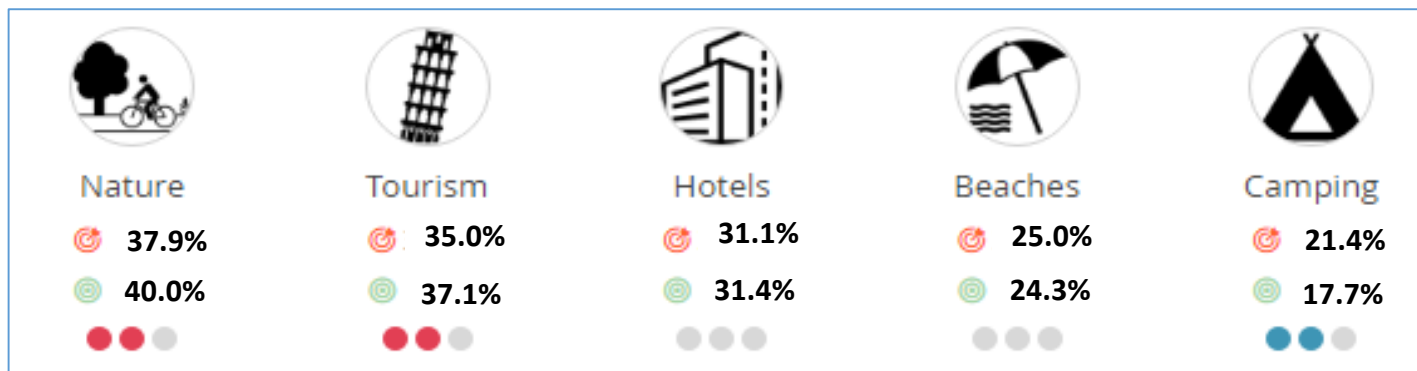
FOOTBALL/SOCCER BY REACH



- **EL RCD Espanyol , Real Madrid** son los equipos de football por cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. España en FB e IG



FACEBOOK

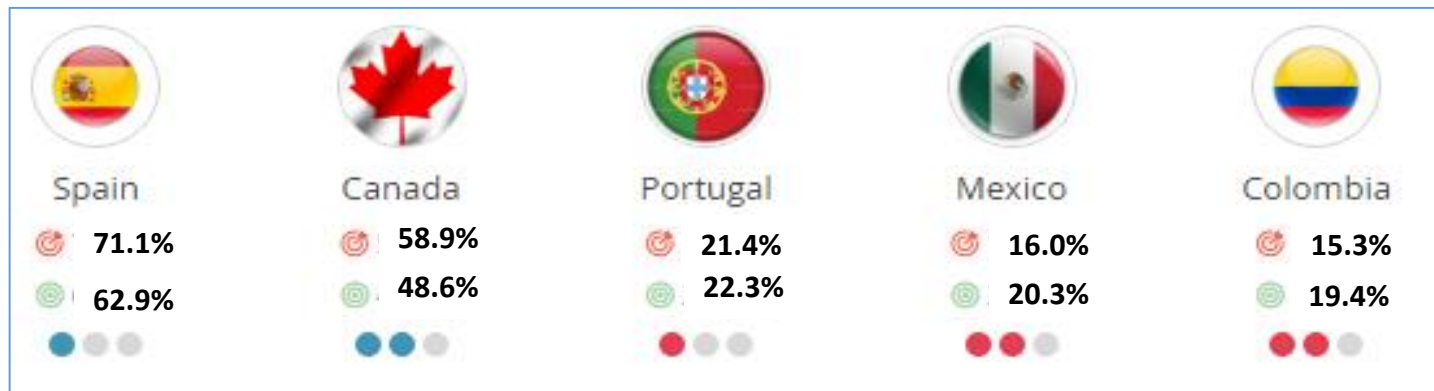


INSTAGRAM

FAVORITE COUNTRIES



FACEBOOK


























INSTAGRAM
























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

FAVORITE CITIES

FACEBOOK

Name			
 Madrid	34.1 %	37.1 %	  
 Barcelona	33.4 %	34.3 %	  
 Berlin	22.7 %	20.0 %	  
 Valencia	22.0 %	18.0 %	  
 Seville	16.6 %	14.6 %	  














INSTAGRAM

Name			
 Madrid	31.1 %	37.1 %	  
 Barcelona	31.1 %	34.3 %	  
 Berlin	18.4 %	20.0 %	  
 Valencia	18.4 %	18.0 %	  
 Seville	11.8 %	14.6 %	  






- **Madrid, Barcelona y Berlín** son los principales ciudades favoritas de las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. España FB e IG

MOST INTERESTING PRODUCT BRANDS BY REACH

FACEBOOK

Name			
Zalando	27.8 %	25.1 %	
Nivea	25.8 %	5.7 %	
Eucerin	23.5 %	4.0 %	
Renault	21.2 %	16.0 %	
Samsung	19.7 %	16.3 %	
Nissan	19.7 %	15.7 %	
Royal Canin	19.1 %	4.3 %	
Mars, Incorporated	18.4 %	4.9 %	
L'Oréal	17.8 %	10.3 %	
Specialized Bicycle Components	17.2 %	13.7 %	

INSTAGRAM

Name			
Zalando	26.5 %	25.1 %	
Zara (retailer)	23.5 %	16.9 %	
Adidas	22.8 %	22.0 %	
H&M	22.8 %	17.7 %	
Inditex	22.1 %	15.1 %	
Gucci	18.4 %	15.4 %	
Creative Technology	16.8 %	12.0 %	
Nike, Inc.	16.0 %	14.0 %	
Chanel	16.0 %	11.7 %	
ASICS	15.3 %	11.1 %	

- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. FB se inclina a interesarse por compañías de Fashion & lifestyle (**Zalando**) y cuidado personal como **Nivea** y **Eucerin**.

MOST INTERESTING SERVICE BRANDS BY REACH

FACEBOOK

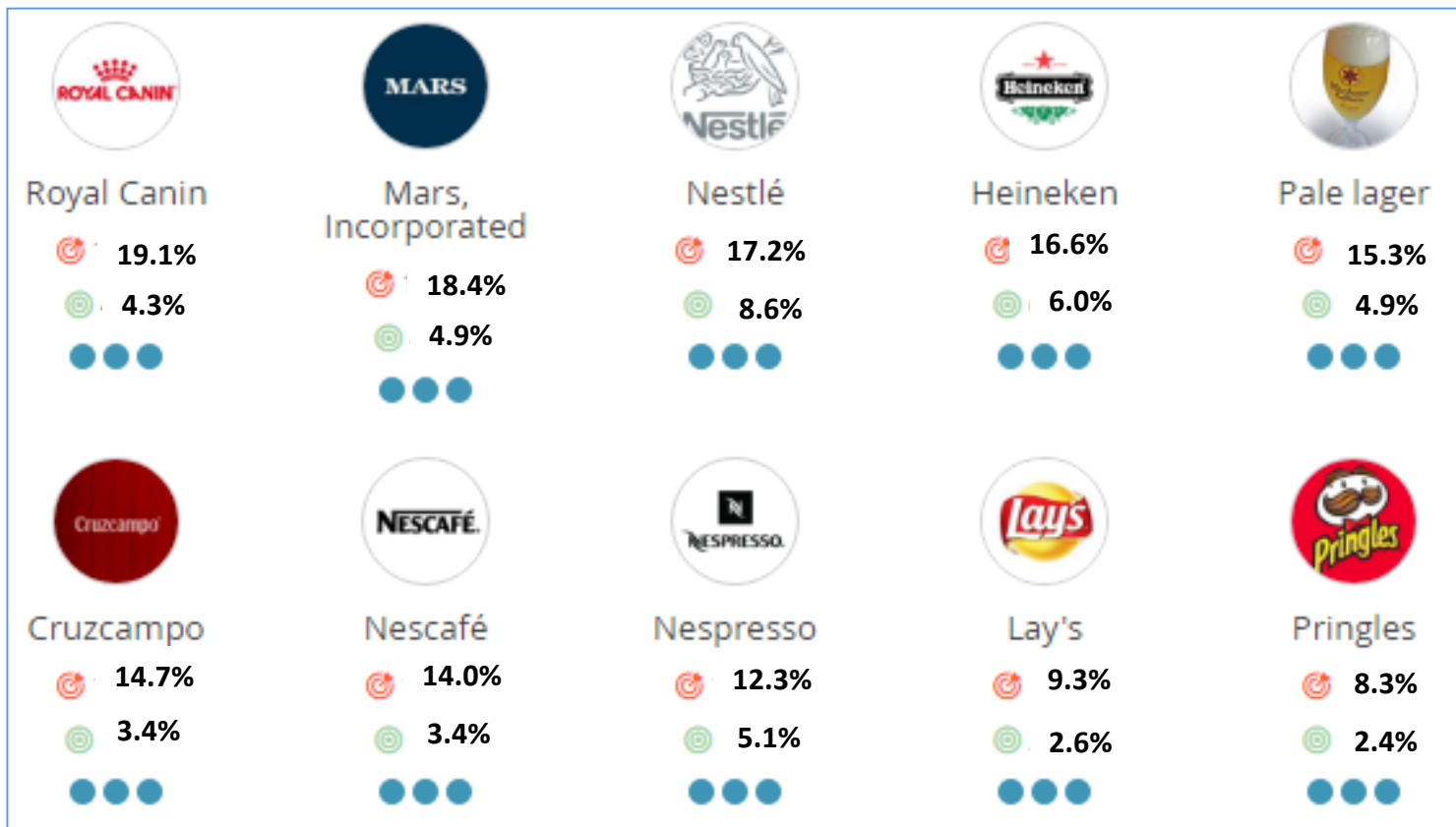
Name			
Discover Card	61.7 %	48.6 %	
Iberia (airline)	54.7 %	42.9 %	
WhatsApp	45.2 %	34.3 %	
Amazon.com	34.1 %	27.1 %	
Carrefour	29.0 %	17.1 %	
Alibaba.com	26.7 %	26.3 %	
Lidl	25.8 %	19.1 %	
Netflix	20.4 %	27.7 %	
Facebook Messenger	20.4 %	17.1 %	
IKEA	19.1 %	16.6 %	

INSTAGRAM

Name			
Discover Card	59.8 %	48.6 %	
Iberia (airline)	37.9 %	42.9 %	
WhatsApp	30.4 %	34.3 %	
IKEA	27.1 %	16.6 %	
Amazon.com	25.7 %	27.1 %	
Netflix	24.3 %	27.7 %	
Inditex	22.1 %	15.1 %	
Alibaba.com	21.4 %	26.3 %	
Lidl	21.4 %	19.1 %	
In-N-Out Burger	18.4 %	14.0 %	

THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

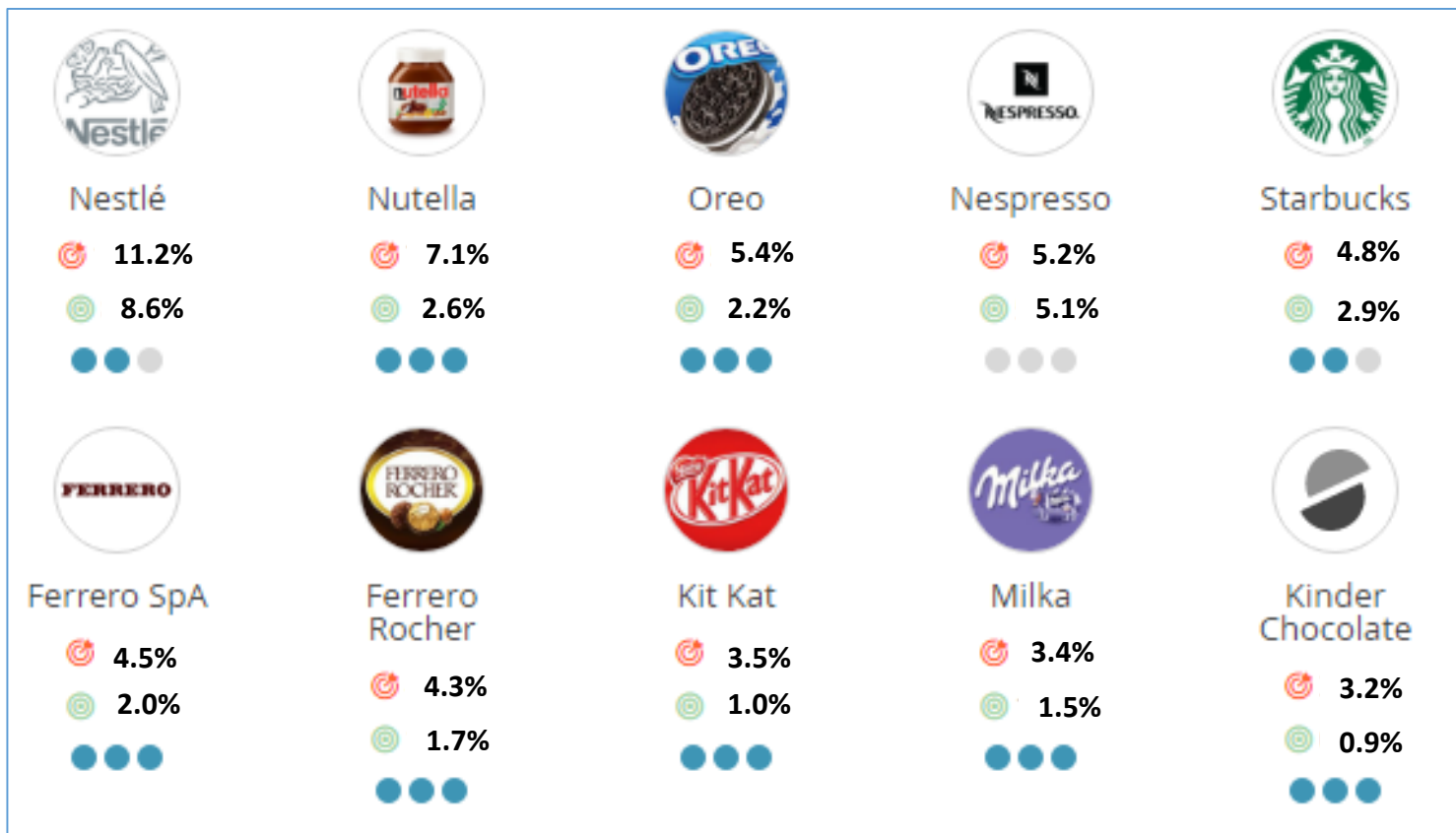
FACEBOOK



- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. FB tienden a interesarse por compañías de comida para mascotas (**Royal Canin, Mars. Incorporated**) a diferencia de la personas que interactúan con la plataforma en IG, las cuales se interesan en marcas de productos indulgentes (**Nestlé, Nutella y Oreo**)

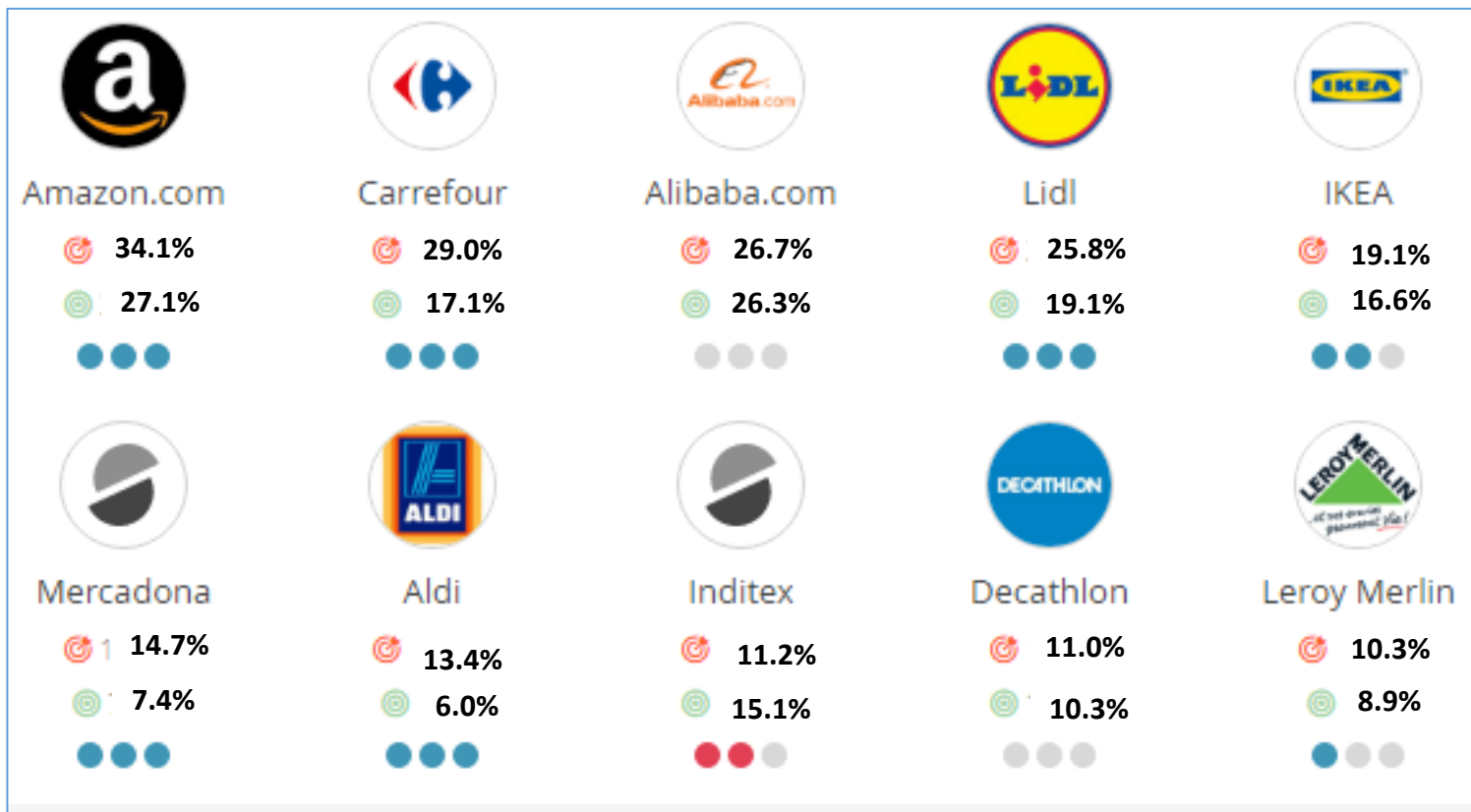
THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

INSTAGRAM



STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

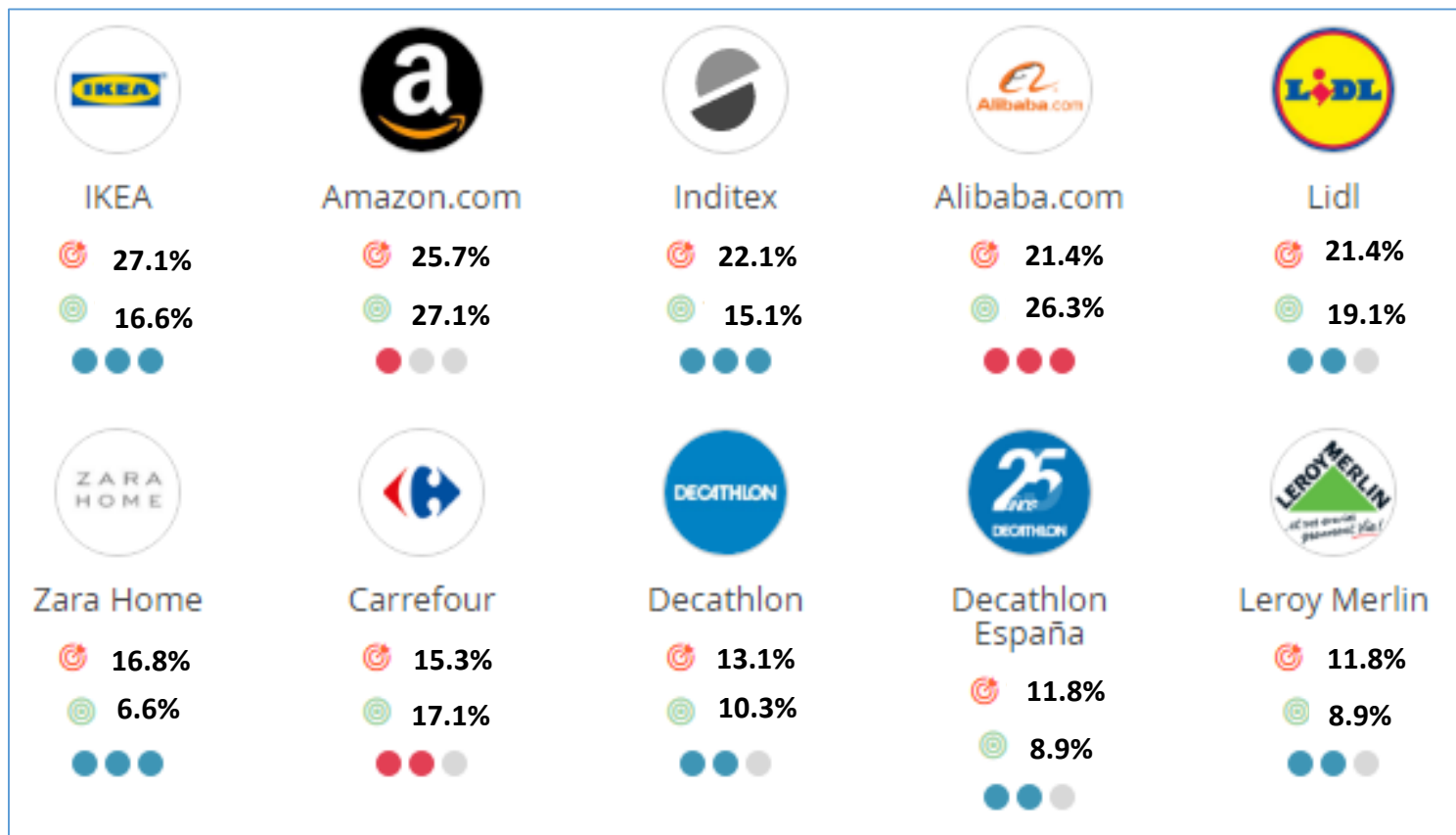
FACEBOOK



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

STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

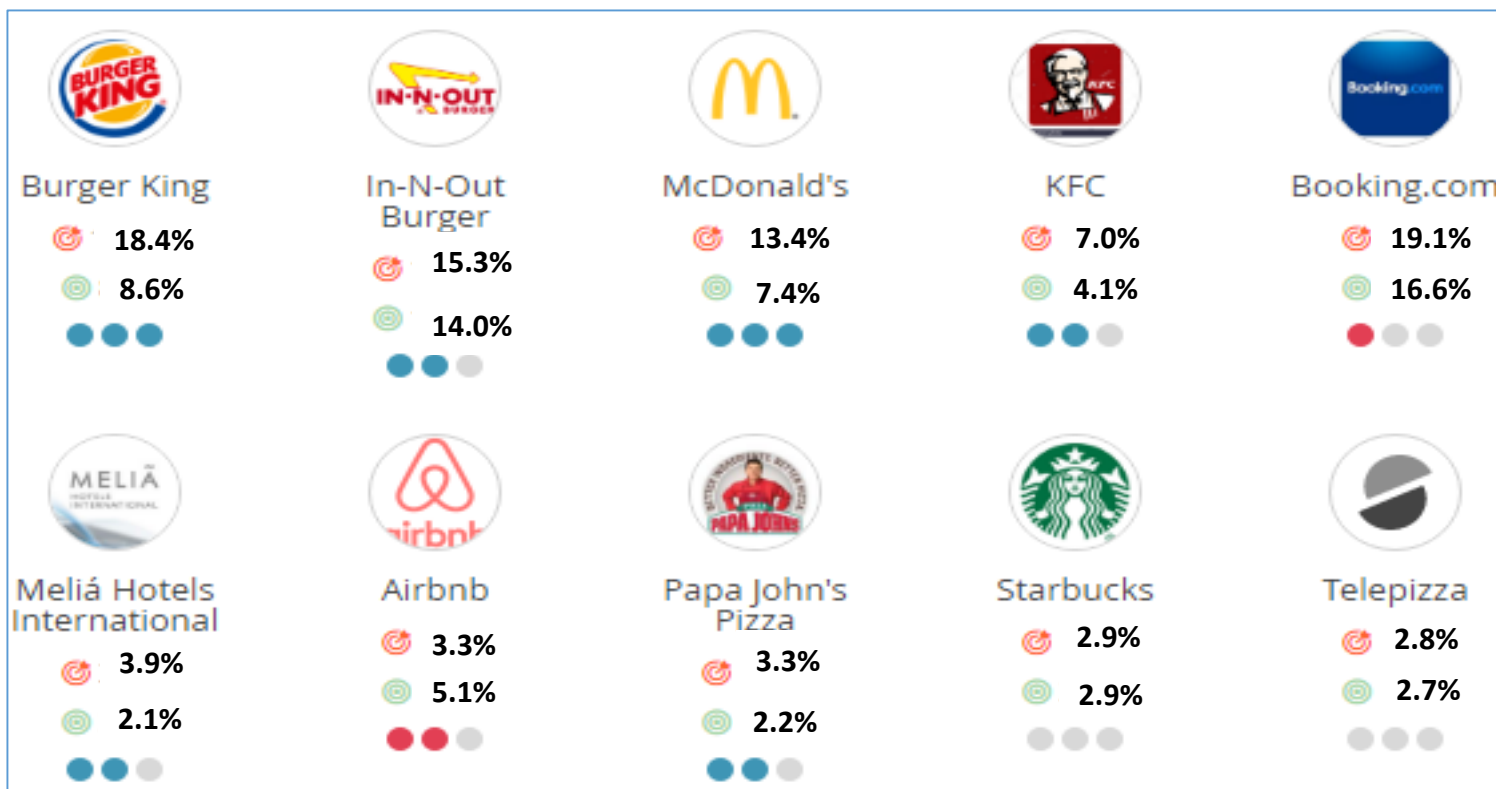
INSTAGRAM



- **Ikea , Amazon.com e Inditex** son los principales e-commerce retailers en los que se interesa las personas interactúan con la plataforma P.A.N en FB

INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

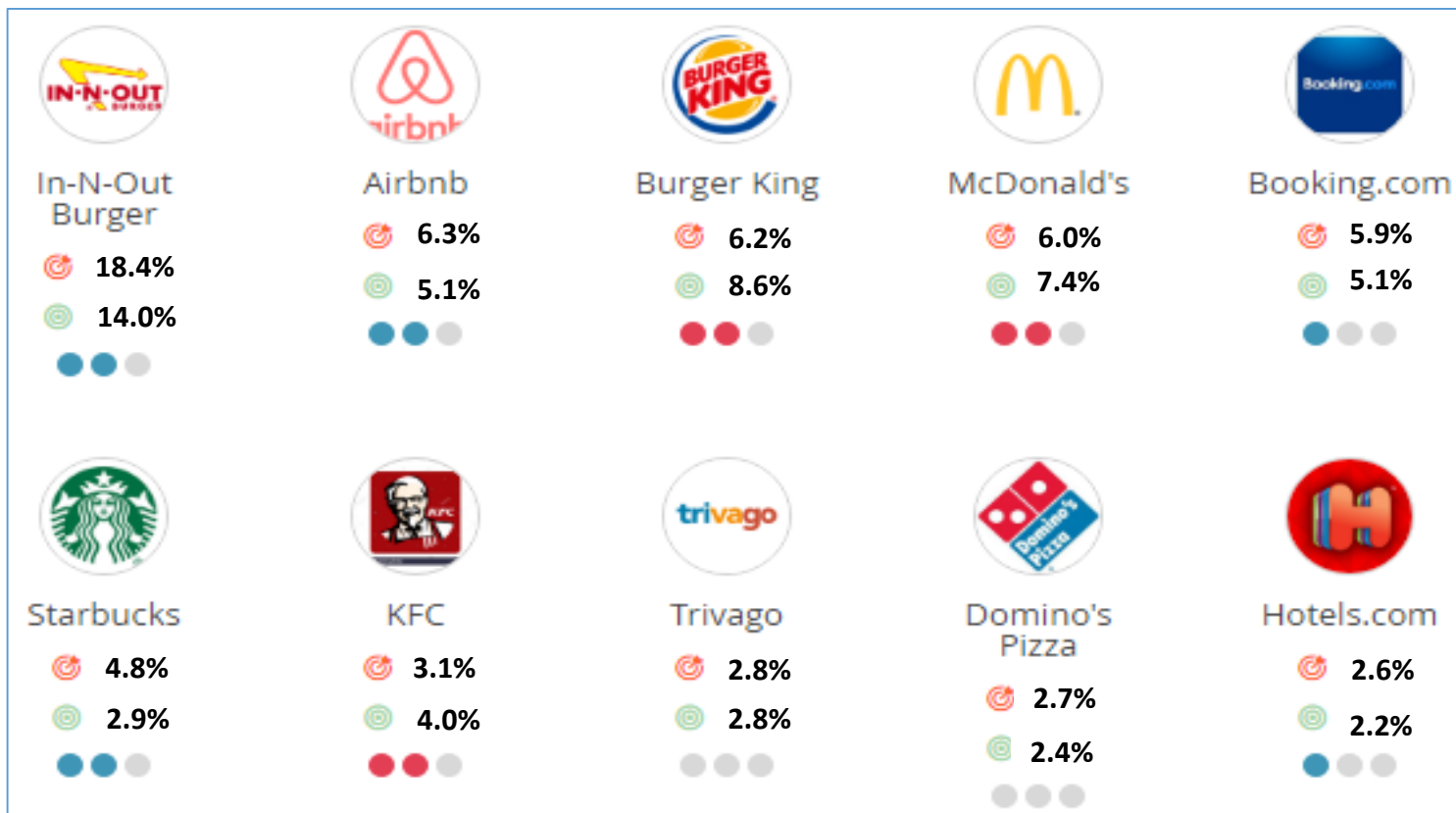
FACEBOOK



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

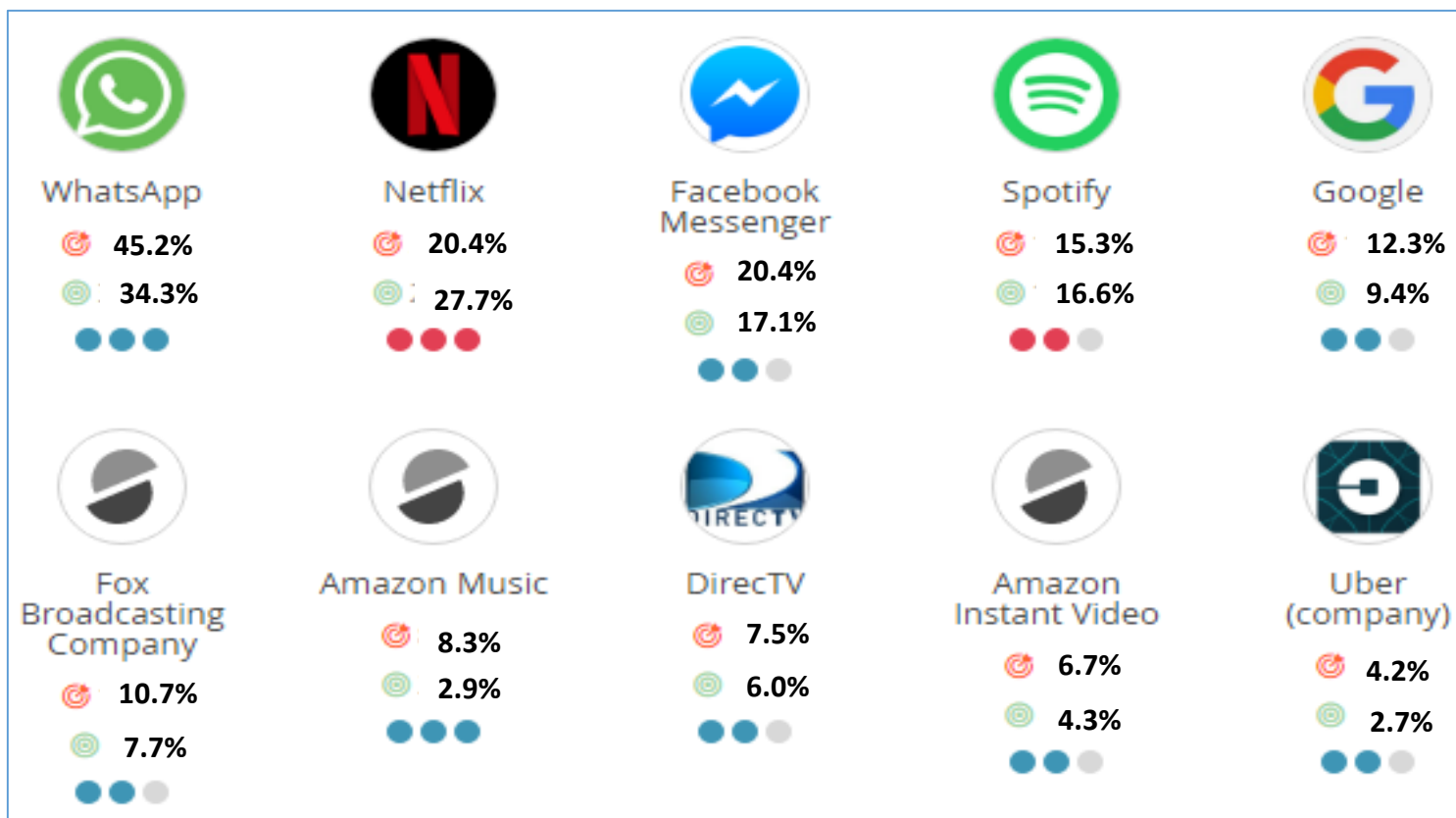
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

INSTAGRAM



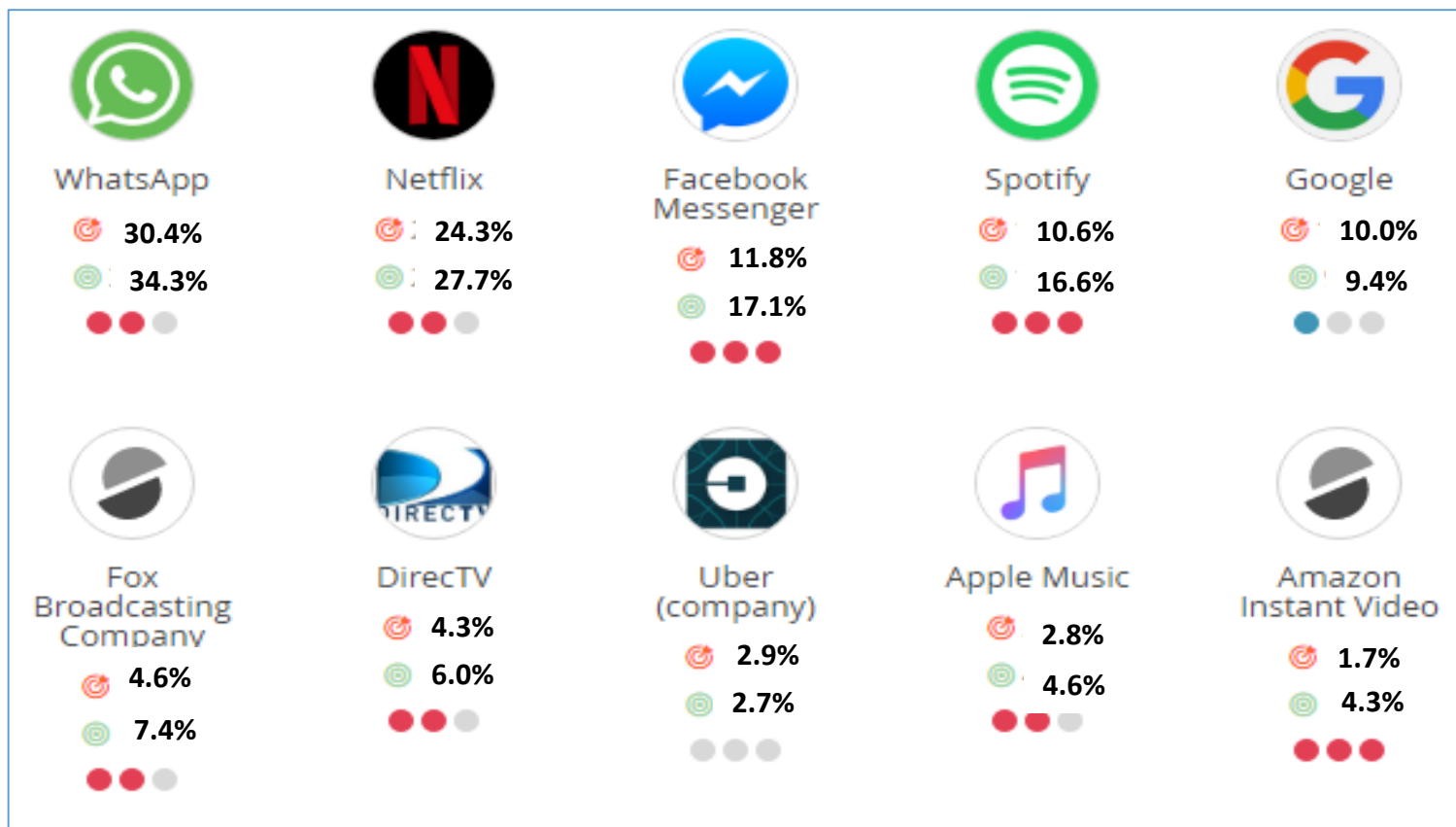
- Marcas de establecimientos de comida rápida y de e-commerce como **In-N-Out Burger** . **Alibaba.com** y **Burger King** son consideradas por las personas interactúan con las plataforma P.A.N en IG como las de mayor hospitalidad.

FACEBOOK

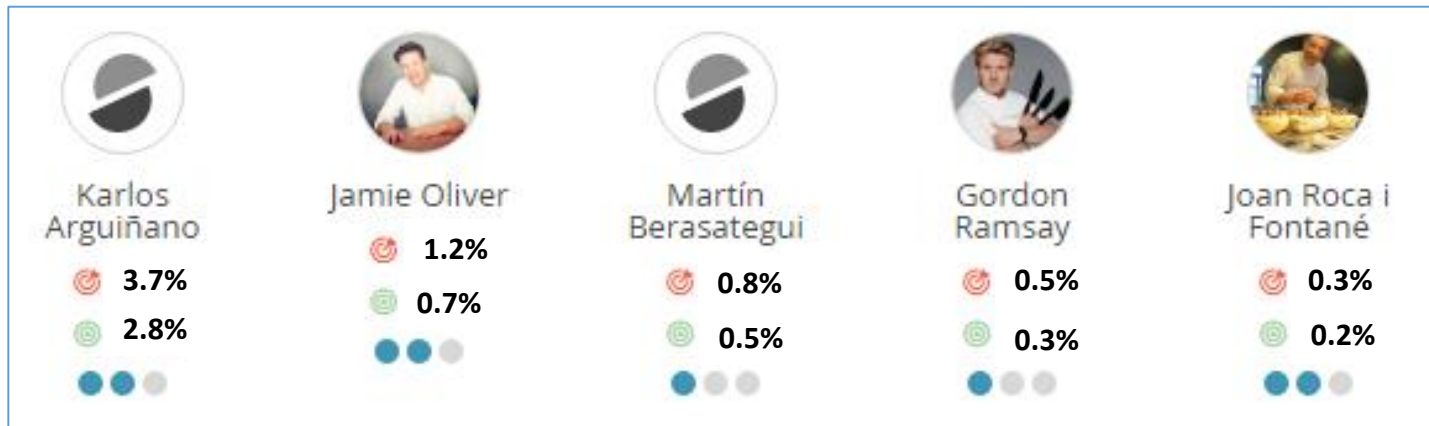
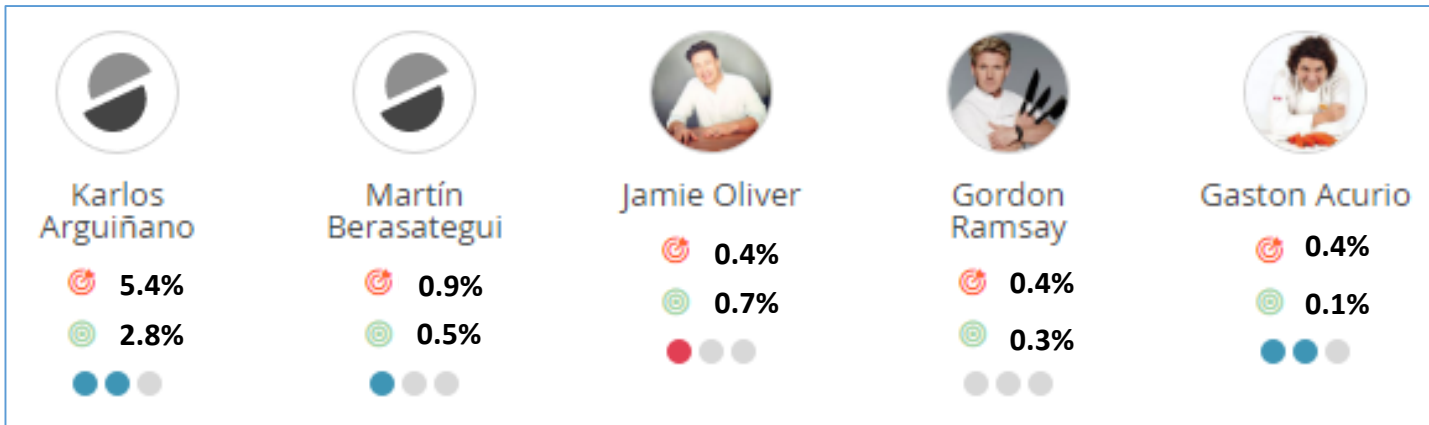


- **WhatsApp, Netflix y Facebook Messenger** son las principales APPS que son consideradas por las personas que interactúan con las plataforma P.A.N en FB e IG.

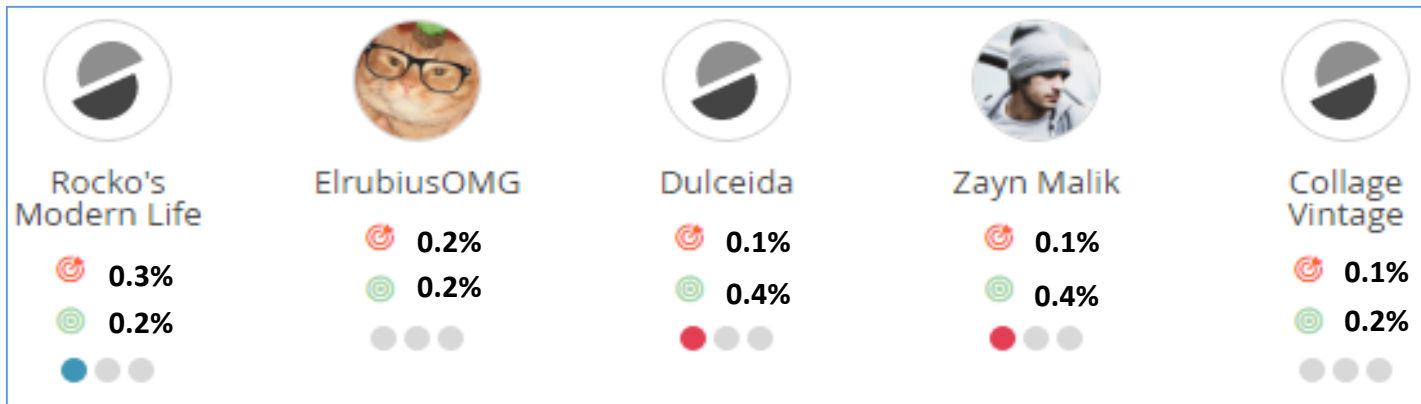
INSTAGRAM



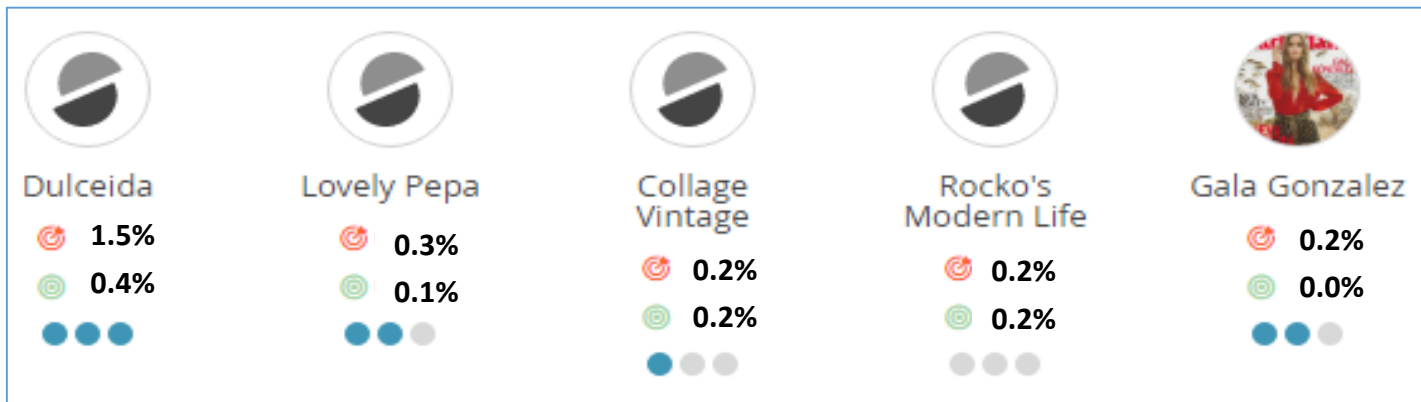
5. CULINARY CHEFS



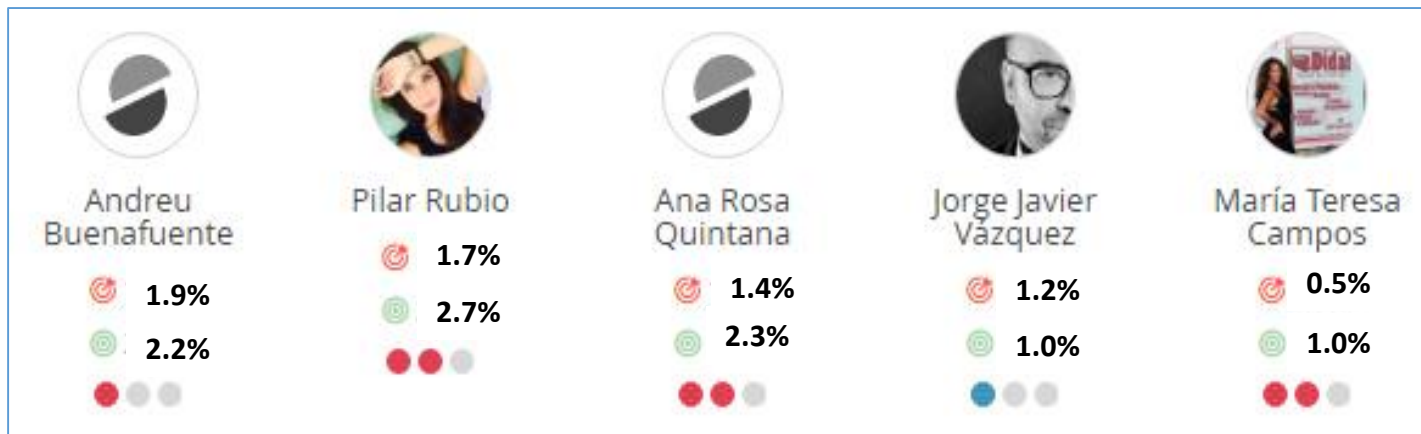
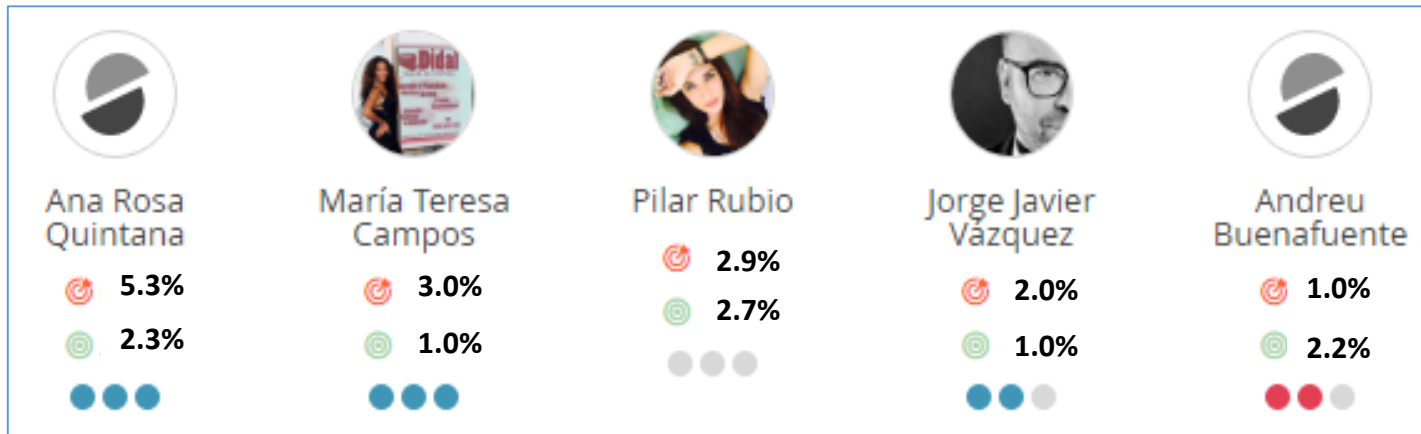
5. SOCIAL MEDIA INFLUENCER

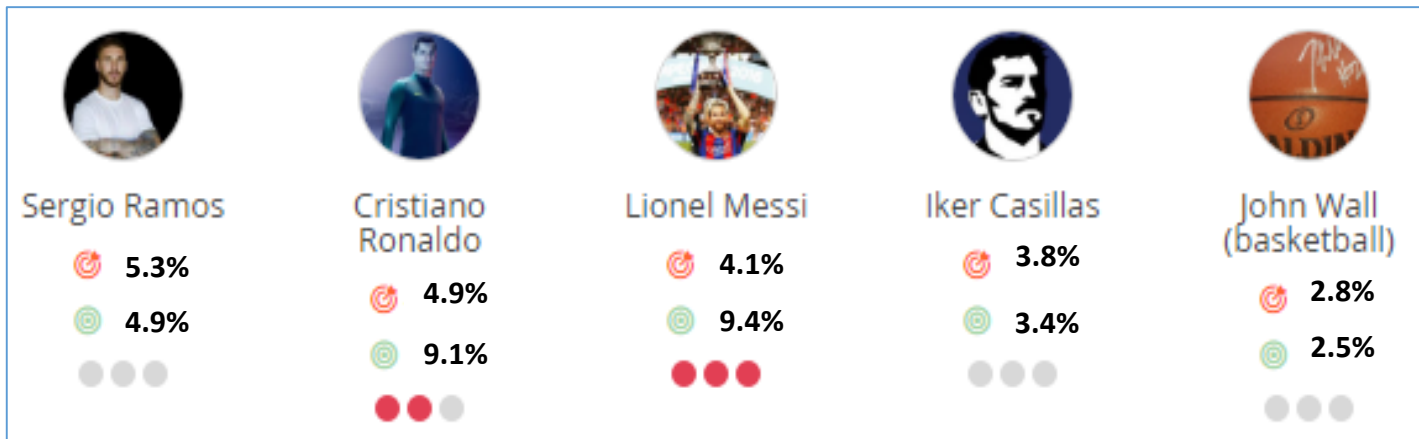


FACEBOOK

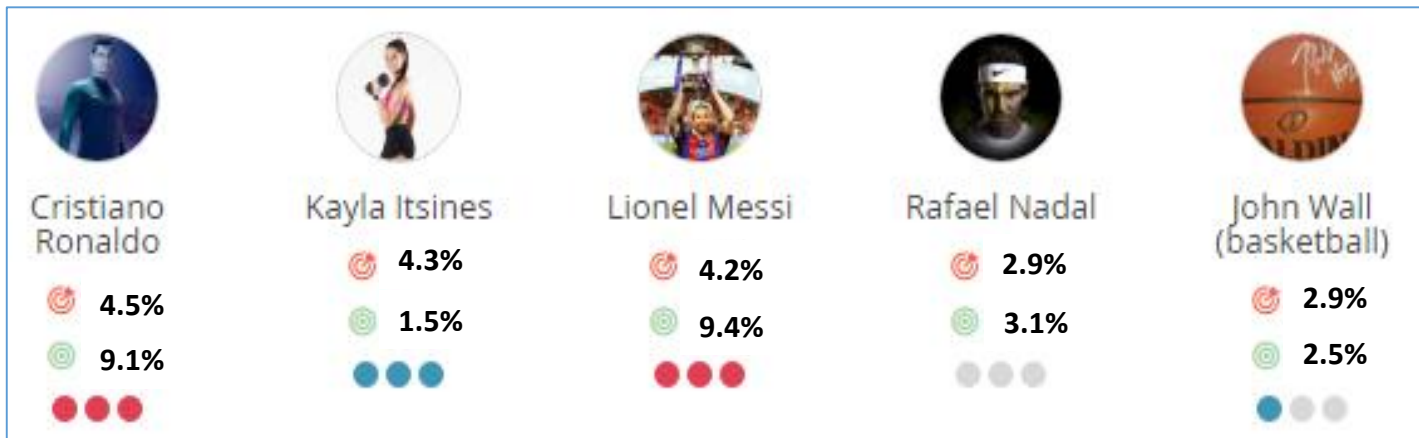


INSTAGRAM





FACEBOOK



INSTAGRAM



E.E.U.U

RRSS	TAGERT AUDIENCE	REFERENCE AUDIENCE	Pagina P.A.N. US
FACEBOOK	Población: 4.600.000 personas*	Población: 230.000.000 personas	Seguidores al cierre de Abril: 12.001 Cuentas alcanzadas en el periodo (Abril): 20.800
	Fuente: Personas que han interactuado con la Pagina Facebook P.A.N. España en el mes de Marzo	País donde viven: EEUU	
	País donde viven: EEUU	Edad: 18 -65 años	
	Edad : 18 -65 años		
INSTAGRAM	Población: 4.600.000 personas*	Población: 230.000.000	Seguidores al cierre de Abril: 114.9K Cuentas alcanzadas en la semana final del periodo : 8.991
	Fuente: Personas que han interactuado con la cuenta IG P.A.N. US en el mes de Marzo	País donde viven: EEUU	
	País donde viven: EEUU	Edad: 18 -65 años	
	Edad : 18 -65 años		

82,7 % de los hogares en EEUU tienen conexión a Internet (Fuente : www.census.gov)

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

OVERVIEW TARGET AUDIENCE

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

		FACEBOOK	INSTAGRAM
1. SOCIO DEMOGRAPHICS	EDAD:	El 44,0% entre 35 y 54 años.	El 37,8% entre 25 y 34 años.
	SEXO:	85,9% son Mujeres.	71,1 % son Mujeres.
	CIUDAD:	Viven principalmente en: New York (6,7%); Los Angeles (5,4%) y Houston (4,1%)	Viven principalmente en: New York (11,7%); Miami (5,7%) y Los Angeles (3,9%)
2. MEDIA		FACEBOOK	INSTAGRAM
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y APPS DE INTERÉS:	Time-Magazine (95,2%) Facebook (85,7%) People Magazine (44,9%)	Time-Magazine (93,4%) Facebook (67,1%) Instagram (53,9%)
3. LIFE STYLE & BEHAVIOR		FACEBOOK	INSTAGRAM
	HOBBIES DE INTERÉS:	Ir de compras (95,2%) Música (95,2%) Compras Online (90,5%)	Ir de compras (93,4%) Música (93,4%) Compras Online (93,4%)
	ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:	Bebidas alcohólicas(43,8%) Agua(42,6) Café (37,8%)	Café (38,5%) Pizza(34,5%) Vino (34,5%)
	DEPORTES Y ACTIVIDADES DE BIENESTAR:	Spas (41,5 %) Meditación (25,75) Fútbol (76,2%) Baseball (39,3%);	Spas (53,95) Physical fitness (53,95) Running (34,5%) Meditación (32,5%)
	VIAJE A (PAÍSES FAVORITOS)	EEUU (85,7%) Canadá (52,4%) México(47,6%)	EEUU (73,6%) México (30,4%) Canadá (29,2%)

OVERVIEW TARGET AUDIENCE

		FACEBOOK	INSTAGRAM
4. BRANDS	MARCAS DE PRODUCTOS DE INTERÉS:	Macy's (39,3%) Sephora (31,7%) Toyota (30,4%)	Chanel(24,3%) Nordstrom Rack (13,0%) Charlotte Russe (6,1%)
	MARCAS DE SERVICIOS DE INTERÉS:	Amazon.com (61,9%) Walmart (52,4%) Facebook Messenger (39,3%)	Amazon.com (47,3%) Walmart (36,5%) Netflix (31,6%)
	MARCAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:	Nestlé (17,8%) Starbucks (11,9%) Michelob ultra (11,0%)	Starbucks (13,0%) Nestlé (10,8%) Enfamil (5,0%)
	MARCAS DE RETAILS DE INTERÉS:	Amazon.com (61,9%) Walmart (52,4%) Macy's (39,3%)	Walmart (36,5%) Nordstrom (31,6%) Macy's (30,4%)
5. PEOPLE	CHEFS:	David Chang (3,0%) Gordon Ramsay (1,7%) Emeril Lagasse (1,5%)	David Chang (5,5%)
	SOCIAL MEDIA INFLUENCERS	Lili Estefan (5,4%) Alejandra Espinoza (5,2%) Lele Pons (0,9%)	Kim Kardashian (10,8%) Kylie Jenner(8,3%) Huda Beauty (5,0%)



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

AGE BREAKDOWN

FACEBOOK

Name			
18-24	3.1 %	16.5 %	
25-34	18.7 %	26.2 %	
35-44	22.0 %	19.0 %	
45-54	22.0 %	14.8 %	
55-64	19.3 %	12.2 %	
65+	14.9 %	11.4 %	

INSTAGRAM

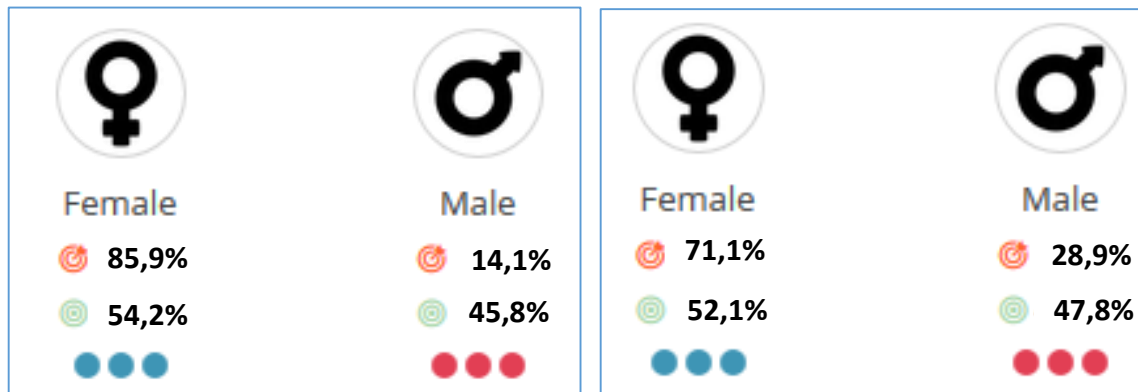
Name			
18-24	9.6 %	15.9 %	
25-34	37.8 %	26.2 %	
35-44	24.4 %	18.9 %	
45-54	14.4 %	15.0 %	
55-64	7.6 %	12.4 %	
65+	6.2 %	11.6 %	

- La audiencia target que interactúan con la plataforma P.A.N. US FB tiende a estar en rango de edad mayor (35 a 54 años; 44 %) que la que lo hace en IG (25 a 44 años; 62,2 %).

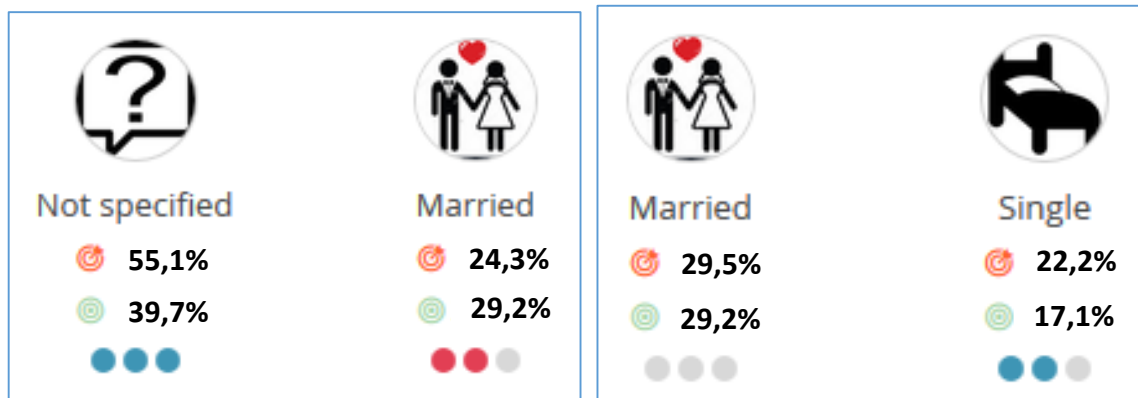
FACEBOOK

INSTAGRAM

GENDER BREAKDOWN



RELATIONSHIP STATUS



- Independientemente de la plataforma, la interacción con P.A.N. US la realizan principalmente las mujeres, siendo Facebook la Red Social que predomina en este apartado.



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

EDUCATION STATUS

FACEBOOK

Name			
Unspecified	56.6 %	32.6 %	
Alum	21.6 %	31.6 %	
High school grad	13.1 %	17.5 %	
Some college	3.0 %	5.0 %	
Some high school	2.8 %	4.1 %	

INSTAGRAM

Name			
Alum	38.5 %	31.6 %	
Unspecified	27.2 %	32.6 %	
High school grad	13.8 %	17.5 %	
Some college	6.6 %	5.0 %	
Undergrad	5.0 %	3.9 %	

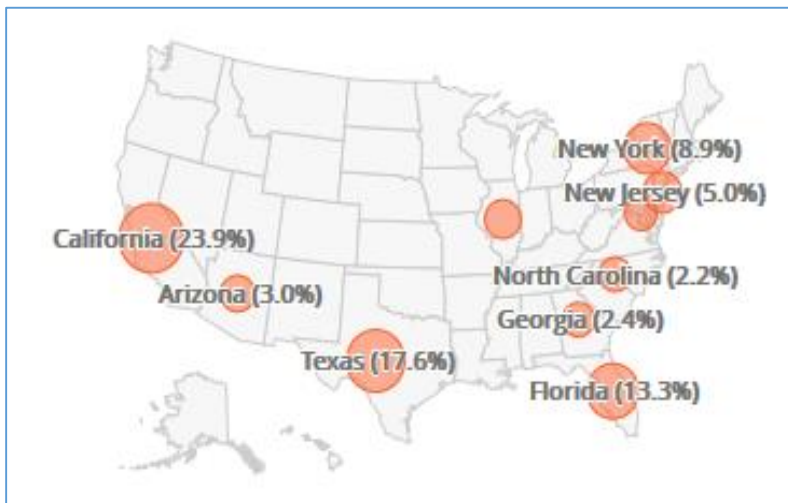
- En Instagram, el 38,5% de las personas que interactúan con P.A.N. US tienen un status de alumno, mientras que por Facebook, la interacción tiende a ser de personas sin status educativo específico.



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

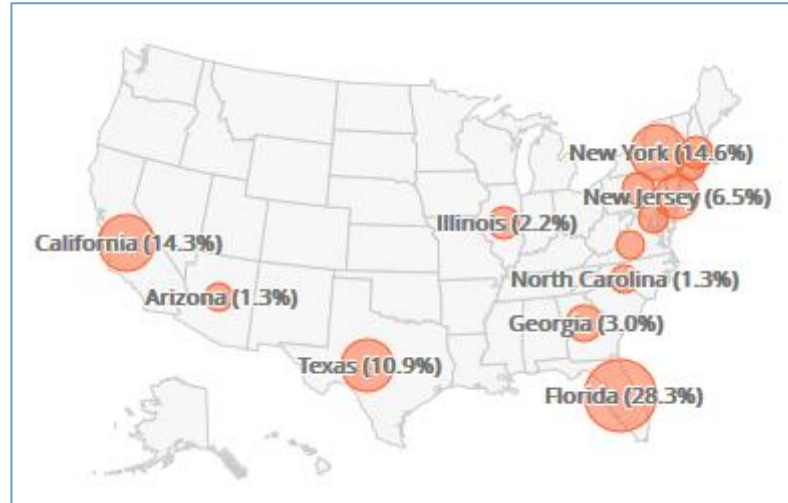
REGIONS IN WHICH YOUR AUDIENCE LIVE

FACEBOOK



Name			
California	23.9 %	12.6 %	● ● ●
Texas	17.6 %	9.6 %	● ● ●
Florida	13.3 %	7.4 %	● ● ●
New York	8.9 %	6.5 %	● ● ●
New Jersey	5.0 %	2.8 %	● ● ●

INSTAGRAM



Name			
Florida	28.3 %	7.0 %	● ● ●
New York	14.6 %	6.1 %	● ● ●
California	14.3 %	12.2 %	● ● ●
Texas	10.9 %	9.6 %	● ● ●
New Jersey	6.5 %	2.8 %	● ● ●



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

TOP CITIES WHERE YOUR TARGET AUDIENCE LIVE

FACEBOOK

Name			
New York, New York	11.7 %	3.1 %	● ● ●
Miami, Florida	5.7 %	0.5 %	● ● ●
Los Angeles, California	3.9 %	1.8 %	● ● ●
Queens, New York	3.7 %	1.0 %	● ● ●
Houston, Texas	2.8 %	1.3 %	● ● ●

INSTAGRAM

Name			
New York, New York	6.7 %	3.2 %	● ● ●
Los Angeles, California	5.4 %	1.9 %	● ● ●
Houston, Texas	4.1 %	1.3 %	● ● ●
Queens, New York	2.4 %	1.0 %	● ● ●
Miami, Florida	2.2 %	0.5 %	● ● ●

- **New York, Miami y Los Angeles** son las ciudades principales donde viven las personas que presentan algún tipo de interés en las pagina de P.A.N. US en FB e IG.

TOP MEDIA BY REACH

FACEBOOK














Name			
Time (magazine)	95.2 %	73.9 %	
Facebook	85.7 %	60.9 %	
People (magazine)	44.9 %	22.6 %	
Health (magazine)	43.8 %	43.5 %	
Univision	40.4 %	6.5 %	
Instagram	39.3 %	41.7 %	
Telemundo	39.3 %	6.1 %	
YouTube	28.1 %	32.6 %	
Shape (magazine)	28.1 %	26.5 %	
HBO	24.5 %	25.2 %	

INSTAGRAM














Name			
Time (magazine)	93.4 %	69.6 %	
Facebook	67.1 %	60.9 %	
Instagram	53.9 %	41.3 %	
Health (magazine)	35.5 %	43.5 %	
YouTube	30.4 %	33.0 %	
People (magazine)	29.2 %	23.9 %	
Shape (magazine)	27.9 %	27.4 %	
BuzzFeed	22.8 %	29.1 %	
Complex (magazine)	22.8 %	19.1 %	
Univision	22.8 %	6.5 %	

TOP MAGAZINES BY REACH

FACEBOOK

Name			
 Time (magazine)	95.2 %	73.9 %	
 People (magazine)	44.9 %	22.6 %	
 Health (magazine)	43.8 %	43.5 %	
 Shape (magazine)	28.1 %	26.5 %	
 Self (magazine)	19.7 %	20.4 %	

INSTAGRAM

Name			
 Time (magazine)	93.4 %	69.6 %	
 Health (magazine)	35.5 %	43.5 %	
 People (magazine)	29.2 %	23.9 %	
 Shape (magazine)	27.9 %	27.4 %	
 Complex (magazine)	22.8 %	19.1 %	

- Independientemente de la plataforma, las personas que interactúan con P.A.N. Us tienen un interés alto en el contenido de la revista Time, igualmente por la revista People pero en menor magnitud.

TOP NEWSPAPERS BY REACH

FACEBOOK

Name			
The New York Times	8.9 %	12.2 %	
The Wall Street Journal	7.9 %	14.3 %	
Milenio	7.7 %	0.8 %	
USA Today	7.3 %	10.4 %	
Los Angeles Times	4.8 %	3.7 %	

INSTAGRAM

Name			
The New York Times	9.7 %	12.6 %	
The Wall Street Journal	6.9 %	13.9 %	
USA Today	4.9 %	10.9 %	
Los Angeles Times	4.3 %	3.7 %	
San Antonio Express-News	4.3 %	0.7 %	

TOP RADIO CHANNELS BY REACH

FACEBOOK

Name			
Sirius XM Radio	4.9 %	7.0 %	
Power 106 Los Angeles	2.4 %	0.9 %	
La Raza	2.4 %	0.4 %	
102.7 KIIS FM	2.2 %	1.0 %	
NPR	2.1 %	5.2 %	

INSTAGRAM

Name			
102.7 KIIS FM	4.3 %	0.7 %	
Power 106 Los Angeles	4.3 %	0.7 %	
Sirius XM Radio	4.1 %	7.0 %	
NPR	3.3 %	5.7 %	
La Raza	0.7 %	0.4 %	

TOP TV CHANNELS BY REACH

FACEBOOK














Name			
Univision	40.4 %	6.5 %	
Telemundo	39.3 %	6.1 %	
HBO	24.5 %	25.2 %	
Lifetime (TV network)	23.3 %	24.8 %	
NBC	21.5 %	30.9 %	

INSTAGRAM














Name			
Univision	22.8 %	6.5 %	
Telemundo	20.8 %	6.1 %	
HBO	18.8 %	25.2 %	
NBC	16.9 %	31.7 %	
HGTV	16.9 %	11.3 %	

TOP SOCIAL NETWORKS BY REACH

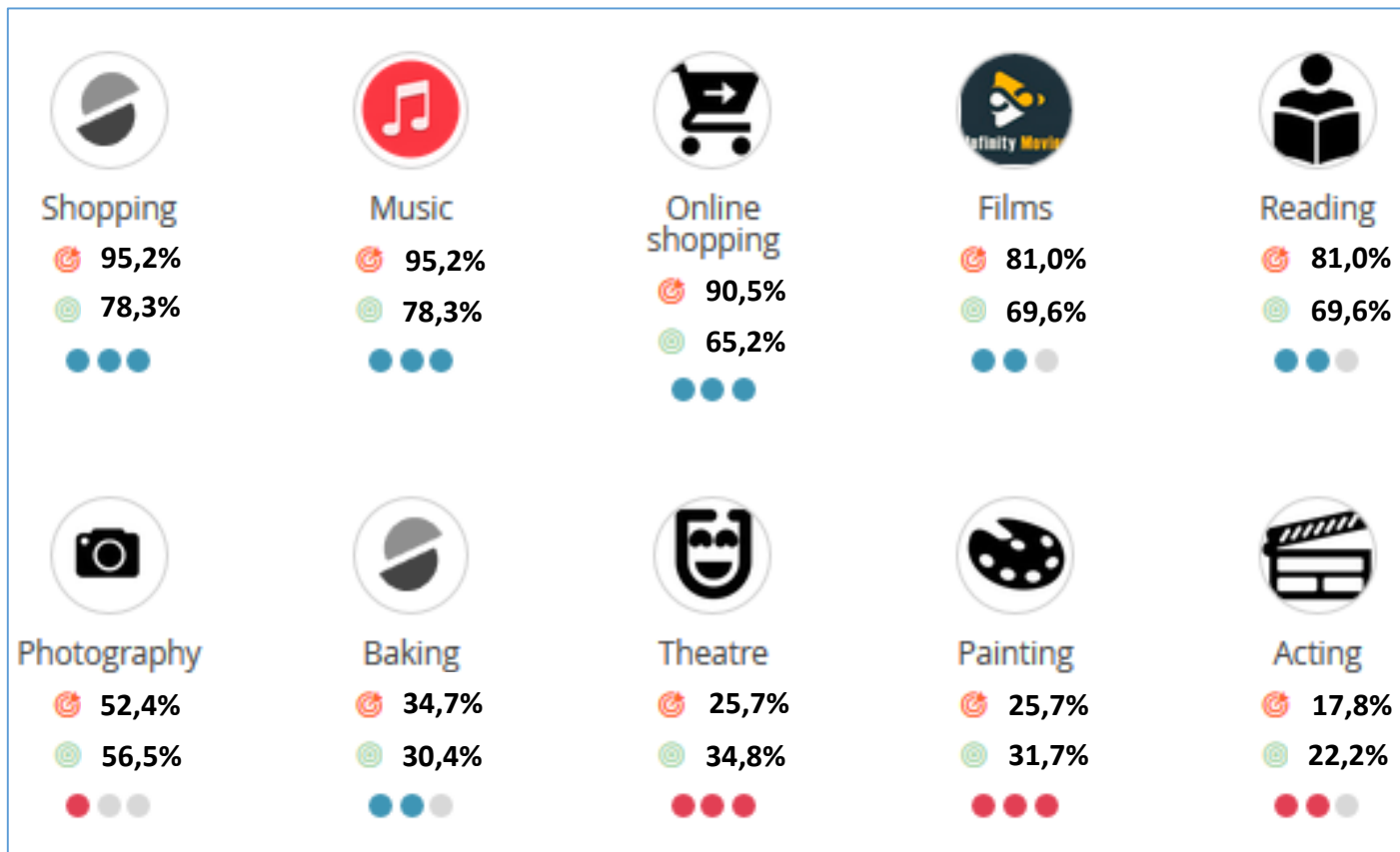
FACEBOOK

Name			
 Facebook	85.7 %	60.9 %	
 Instagram	39.3 %	41.7 %	
 YouTube	28.1 %	32.6 %	
 Twitter	23.3 %	24.3 %	
 Pinterest	14.7 %	13.5 %	

INSTAGRAM

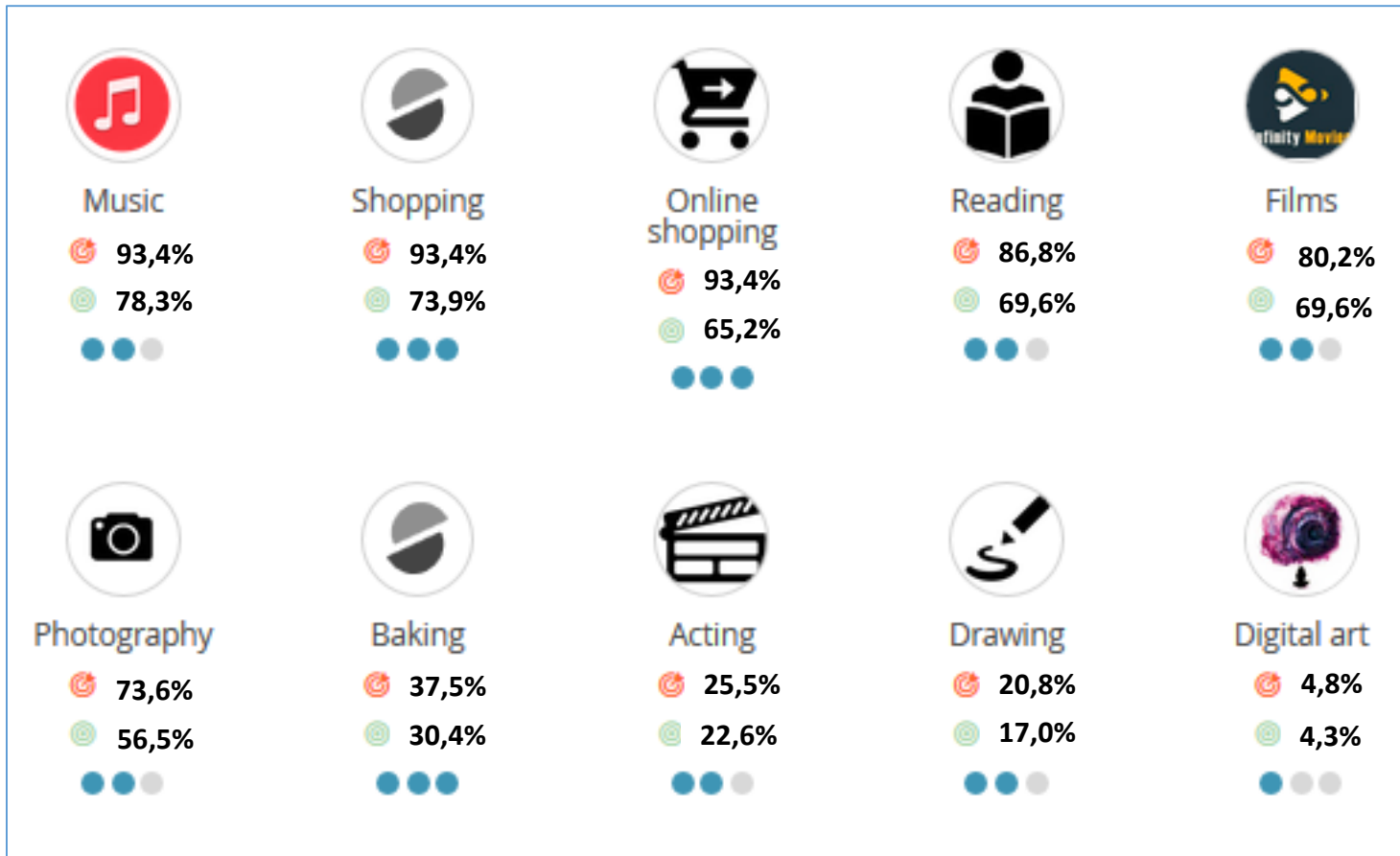
Name			
 Facebook	67.1 %	60.9 %	
 Instagram	53.9 %	41.3 %	
 YouTube	30.4 %	33.0 %	
 Tik Tok	20.8 %	16.5 %	
 Twitter	16.9 %	23.9 %	

FACEBOOK



- **La compra en línea y la Música** son las actividades que mas predominan en el target audience interesado en P.A.N US.

INSTAGRAM





3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

FOOD & DRINKS

FACEBOOK

Name			
Alcoholic drink	43.8 %	43.5 %	● ● ●
Water	42.6 %	43.0 %	● ● ●
Coffee	37.8 %	37.0 %	● ● ●
Pizza	34.7 %	32.2 %	● ● ●
Wine	33.2 %	30.4 %	● ● ●
Beer	31.7 %	30.4 %	● ● ●
Chocolate	31.7 %	26.5 %	● ● ●
Barbecue	28.1 %	26.1 %	● ● ●
Distilled drinks	28.1 %	23.0 %	● ● ●
Mexican Cuisine	26.9 %	13.0 %	● ● ●
























INSTAGRAM

Name			
Coffee	38.5 %	37.4 %	● ● ●
Pizza	34.5 %	32.2 %	● ● ●
Wine	34.5 %	30.0 %	● ● ●
Chocolate	32.5 %	26.1 %	● ● ●
Barbecue	30.4 %	26.5 %	● ● ●
Tea	27.9 %	23.0 %	● ● ●
Distilled drinks	27.9 %	23.0 %	● ● ●
Hamburger	25.5 %	18.3 %	● ● ●
Bread	20.8 %	17.8 %	● ● ●
Juice	20.8 %	16.1 %	● ● ●
























3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MOVIE GENRES

FACEBOOK

Name			
 Documentary films	28.1 %	30.9 %	  
 Thriller films	23.3 %	27.8 %	  
 Drama films	23.3 %	19.6 %	  
 Horror films	21.5 %	21.3 %	  
 Romance film	19.7 %	12.6 %	  

INSTAGRAM

Name			
 Documentary films	22.8 %	30.9 %	  
 Thriller films	20.8 %	27.4 %	  
 Animated films	18.8 %	20.4 %	  
 Drama films	18.8 %	19.6 %	  
 Science fiction films	15.2 %	23.0 %	  

- Destaca la afinidad que tiene la audiencia de Facebook por los géneros Romance y Drama con respecto a la audiencia de referencia.



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MOVIES

FACEBOOK

Name			
Frozen (2013 film)	16.0 %	10.4 %	
Star Wars	6.1 %	11.3 %	
Step Up (film)	5.5 %	7.8 %	
Love Story (1970 film)	4.2 %	4.8 %	
True crime	3.4 %	5.7 %	

INSTAGRAM

Name			
Star Wars	8.0 %	10.9 %	
Frozen (2013 film)	7.6 %	10.4 %	
Step Up (film)	4.9 %	7.8 %	
Batman	2.6 %	3.8 %	
Avengers (comics)	2.5 %	3.5 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

SERIES

FACEBOOK

Name			
House (TV series)	41.5 %	43.5 %	
Touch	30.4 %	26.1 %	
Lost (série TV)	28.1 %	27.8 %	
Friends	24.5 %	4.8 %	
Hoy (TV series)	16.0 %	1.8 %	

INSTAGRAM

Name			
House (TV series)	35.5 %	43.5 %	
Touch	25.5 %	25.7 %	
Lost (série TV)	16.9 %	27.8 %	
Boss (TV series)	11.9 %	15.7 %	
Friends	9.7 %	4.3 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

LITERATURE

FACEBOOK

Name			
Romance novels	11.8 %	10.4 %	
Mystery fiction	10.8 %	14.3 %	
Tragedy	8.5 %	2.6 %	
Manga	7.0 %	9.6 %	
Comic book	3.8 %	8.7 %	














INSTAGRAM

Name			
Manga	13.0 %	9.6 %	
Mystery fiction	7.2 %	14.3 %	
Romance novels	7.1 %	10.4 %	
Narrative	4.3 %	5.2 %	
Comic book	4.1 %	8.7 %	














3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

MUSIC GENRES THAT YOUR AUDIENCE LIKES

FACEBOOK

Name			
 Electronic music	33.2 %	37.4 %	
 Rhythm and blues music	33.2 %	37.0 %	
 Heavy metal music	31.7 %	35.7 %	
 Contemporary R&B	26.9 %	27.0 %	
 Blues music	23.3 %	28.7 %	

INSTAGRAM

Name			
 Electronic music	37.5 %	36.1 %	
 Rhythm and blues music	33.5 %	36.5 %	
 Contemporary R&B	29.2 %	27.4 %	
 Heavy metal music	27.9 %	34.8 %	
 Jazz music	25.5 %	27.0 %	



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

POLITICAL & SOCIAL ISSUES

FACEBOOK

Name			
Culture	46.0 %	47.8 %	
Religion	40.4 %	33.5 %	
Law	36.3 %	30.0 %	
Community issues	33.2 %	27.4 %	
Politics	29.2 %	26.1 %	

INSTAGRAM














Name			
Culture	53.9 %	47.8 %	
Sustainability	31.6 %	23.9 %	
Natural environment	26.7 %	18.7 %	
Environmentalism	15.2 %	10.0 %	
Charity and causes	10.8 %	7.0 %	

- Las personas que interactúan con P.A.N. US por Facebook se ven un poco más tradicionales, religiosas, mientras que el target audience de Instagram muestra ser más enfocada en el cuidado y protección del ambiente, sustentabilidad, etc. Esto puede estar influenciado por la diferencia etaria entre ambos grupos.














3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

HOME & GARDEN

FACEBOOK

Name			
 Furniture	46.0 %	39.1 %	
 Interior design	41.5 %	38.3 %	
 DIY	40.4 %	35.2 %	
 Do it yourself (DIY)	36.3 %	34.3 %	
 Home appliances	34.7 %	22.2 %	
























INSTAGRAM

Name			
 Interior design	45.2 %	37.4 %	
 Furniture	43.4 %	38.3 %	
 DIY	39.8 %	34.3 %	
 Do it yourself (DIY)	35.5 %	33.9 %	
 Gardening	33.5 %	29.1 %	
























3. LIFESTYLE & BEHAVIOR(HOBBIES & ACTIVITIES)

PETS

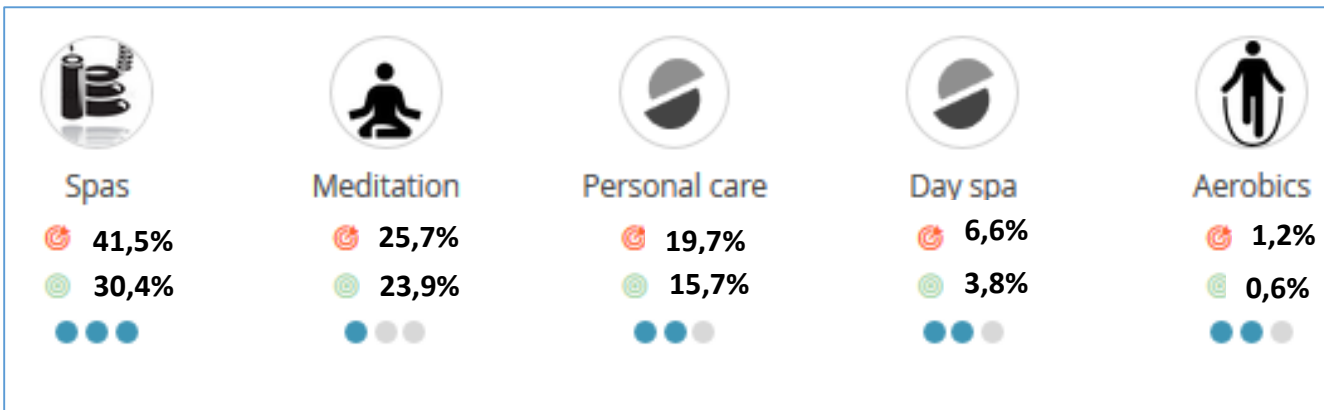
FACEBOOK

Name			
 Dogs	37.8 %	40.4 %	  
 Cats	31.7 %	32.6 %	  
 Birds	28.1 %	24.8 %	  
 Horses	21.5 %	19.6 %	  
 Puppy	11.4 %	16.1 %	  

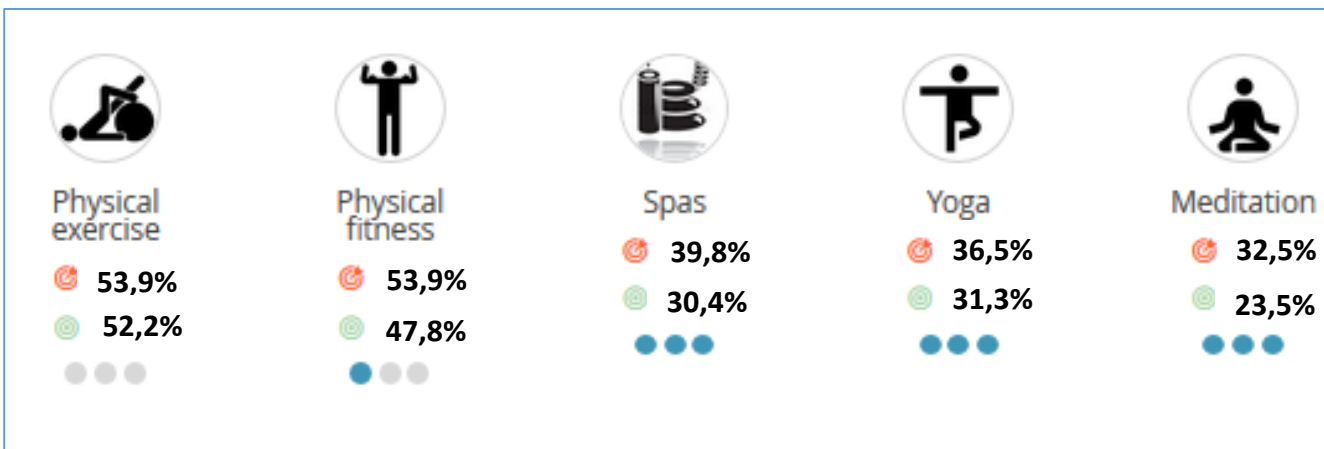
INSTAGRAM

Name			
 Dogs	33.5 %	40.4 %	  
 Cats	29.2 %	32.6 %	  
 Birds	24.3 %	24.3 %	  
 Horses	14.1 %	19.6 %	  
 Puppy	11.9 %	16.1 %	  

INSIGHTS WITHIN THE WELLNESS CATEGORY



FACEBOOK

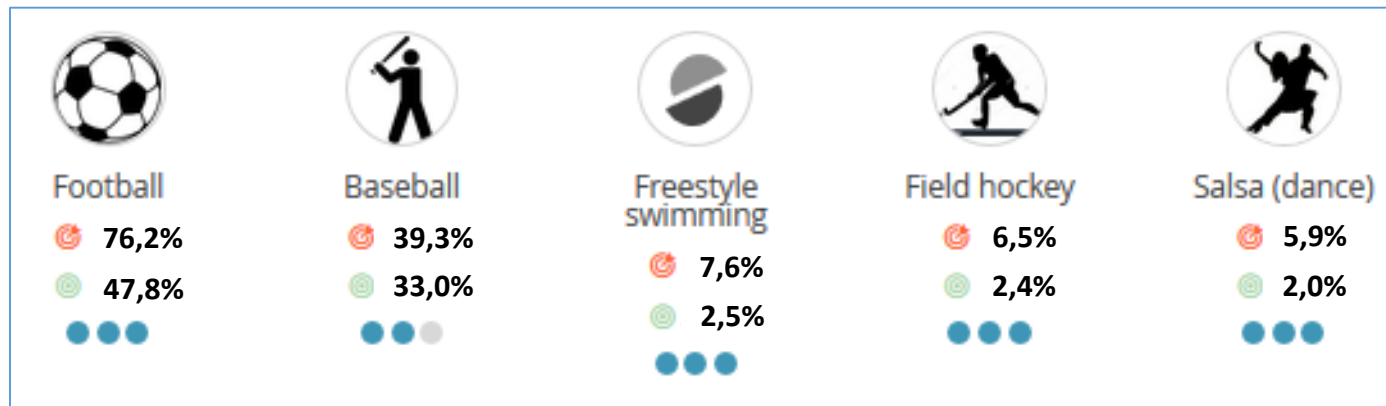


INSTAGRAM

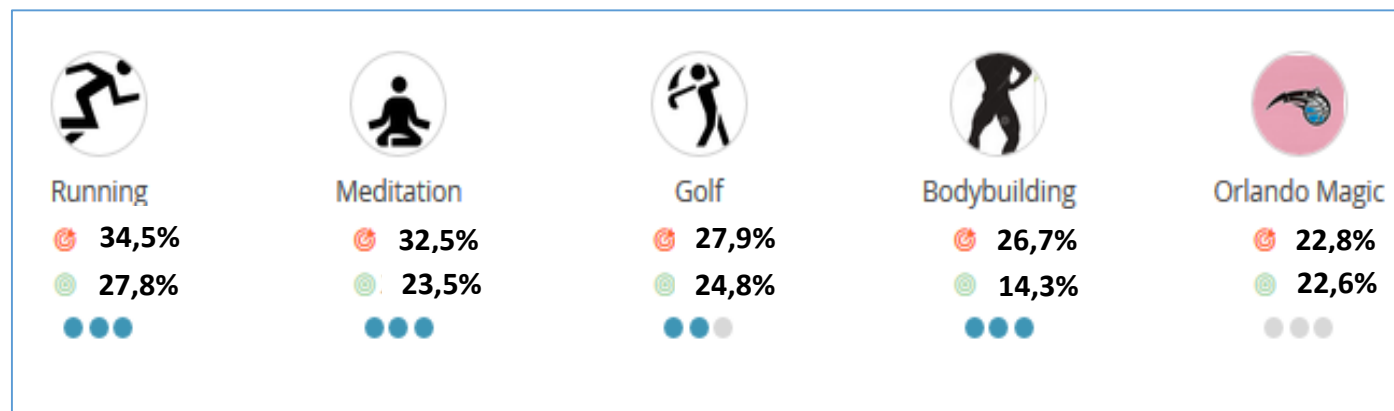
- Visitar el Spa** es una actividad que las audiencias de Facebook y de Instagram que interactúan con P.A.N. US realizan con mayor intensidad que la audiencia de referencia. Destaca la Meditación y el Yoga en los Instagramers que interactúan con P.A.N. US.

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (SPORT)

SPORT THAT YOUR AUDIENCE IS INTERESTED IN



FACEBOOK

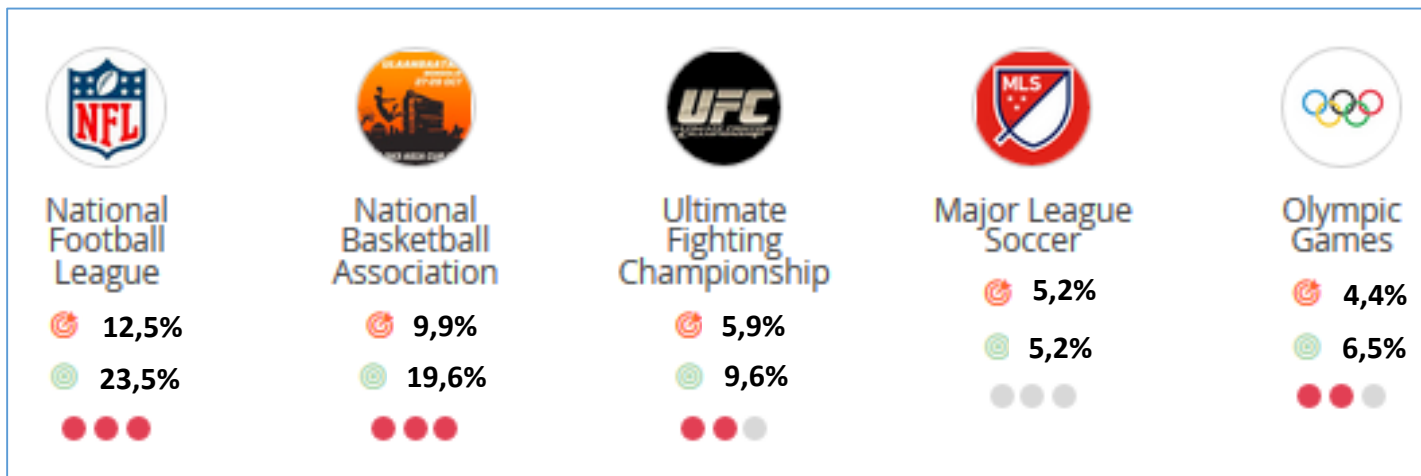


INSTAGRAM

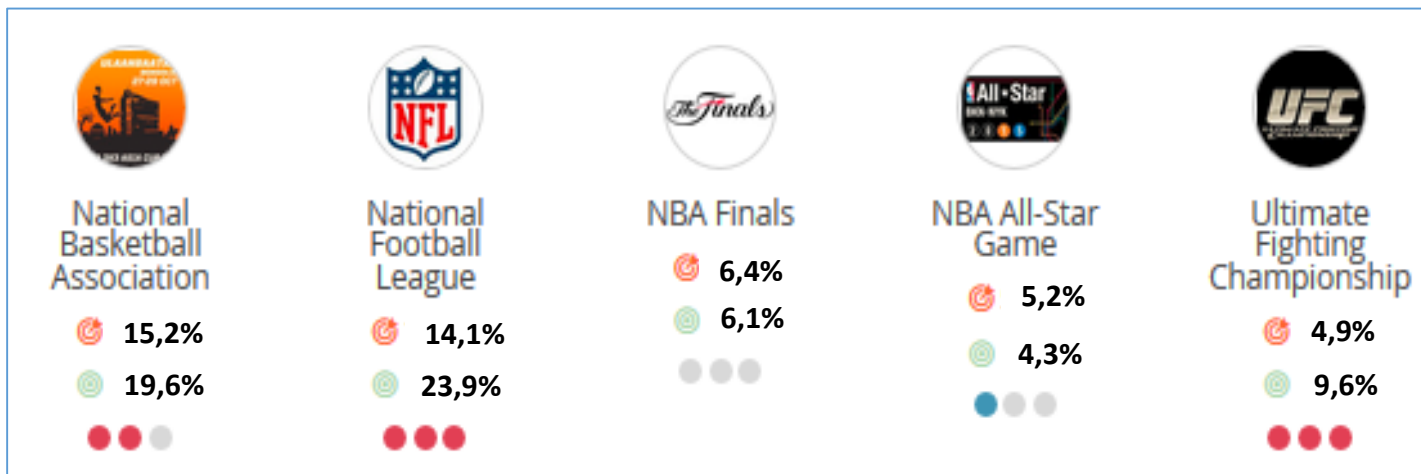
- Fútbol** es el deporte que destaca en las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. US en FB, mientras que, en las personas que interactúan por IG, el **Bodybuilding**, el **Running** y la **Meditación** prevalecen.

DOES YOUR AUDIENCE HAVE FAVORITE SPORT EVENTS?

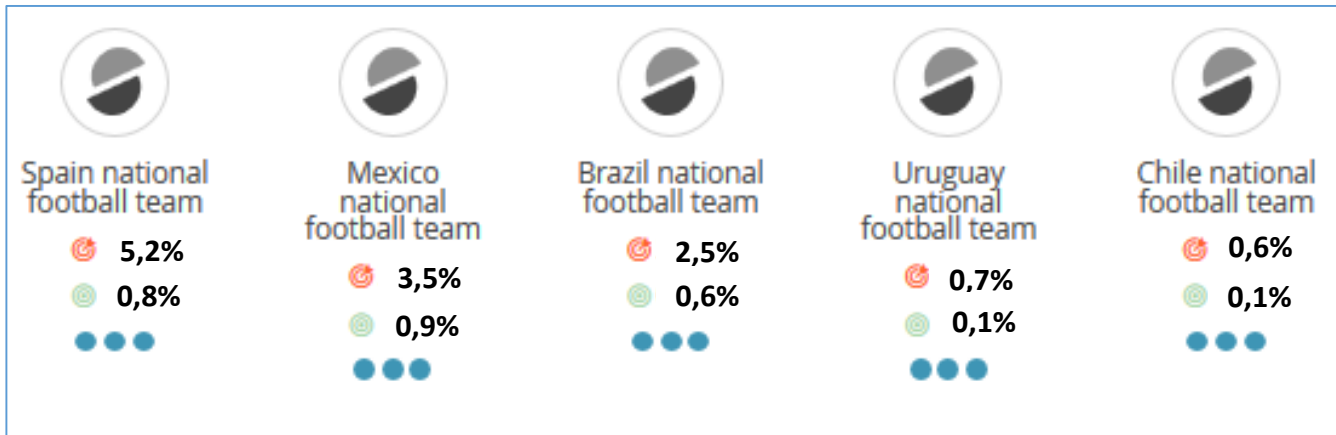
FACEBOOK



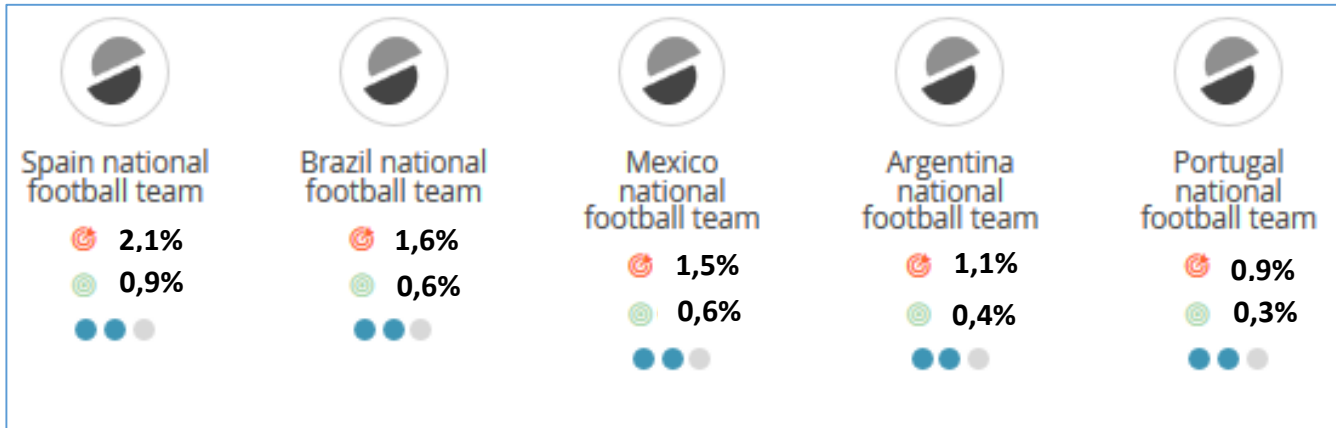
INSTAGRAM



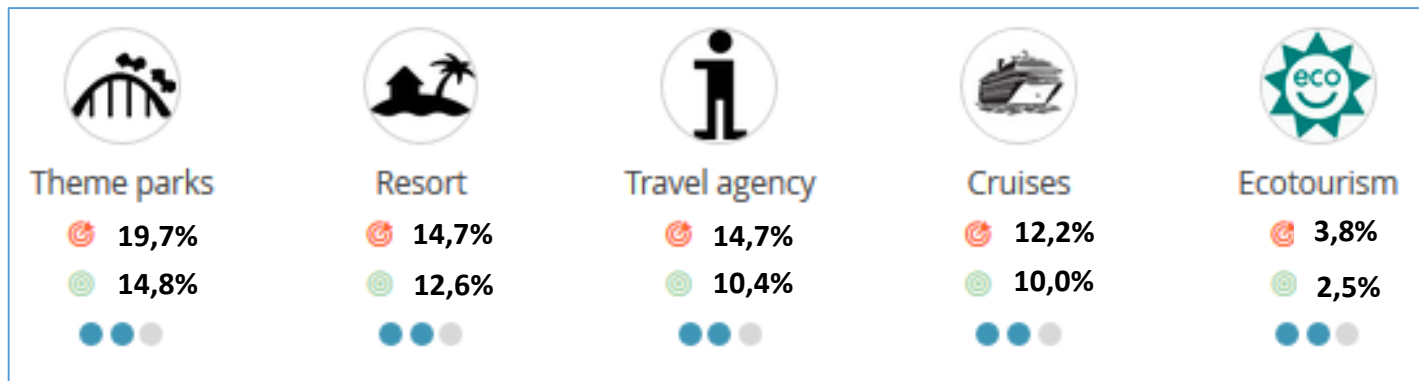
FOOTBALL/SOCCER BY REACH



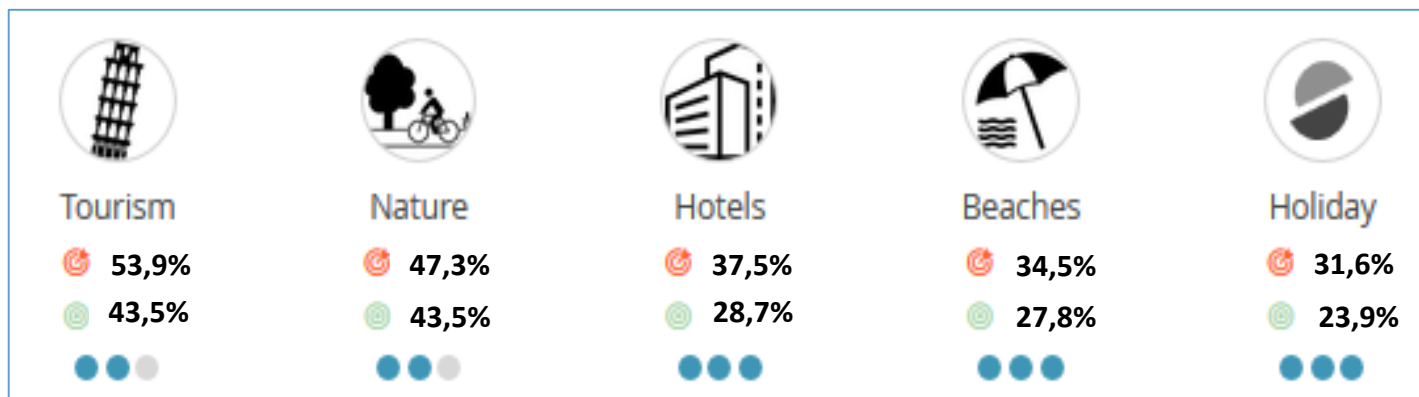
FACEBOOK



INSTAGRAM

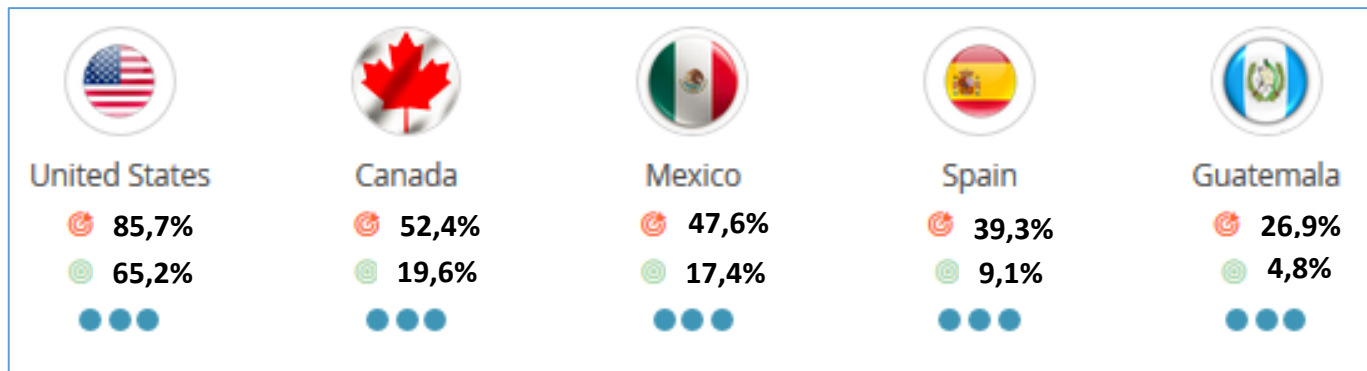


FACEBOOK

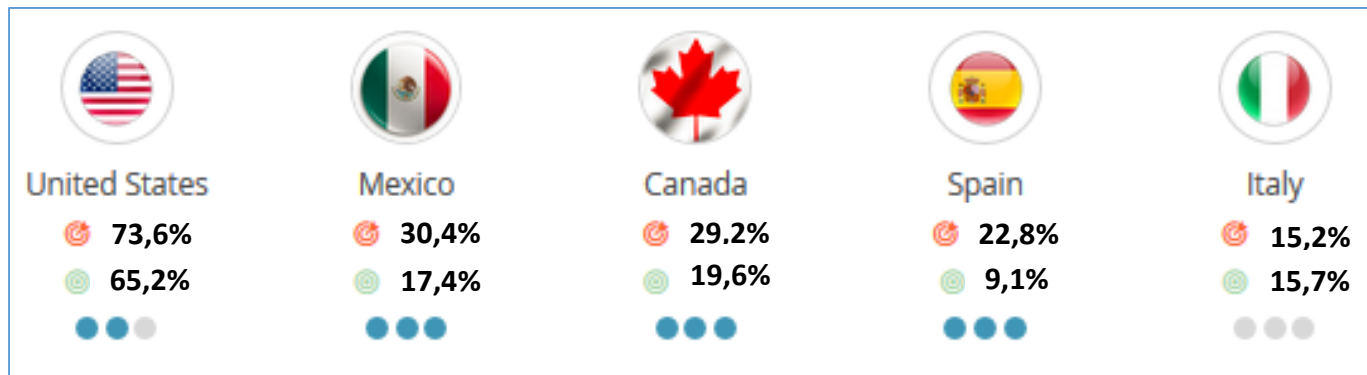


INSTAGRAM

FAVORITE COUNTRIES



FACEBOOK



INSTAGRAM

- **EEUU, Canadá y México** son los principales países a los que les interesa viajar a las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. US por Facebook o por Instagram..
- Es destacable el interés que muestran las personas que interactúan con P.A.N. vía Facebook con los viajes a **Guatemala** versus la audiencia de Referencia.



3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (TRAVEL)

FAVORITE CITIES

FACEBOOK

Name			
Los Angeles	26.9 %	20.0 %	
Miami	24.5 %	11.3 %	
Houston	21.5 %	11.7 %	
Mexico City	19.7 %	3.1 %	
Chicago	16.0 %	13.5 %	

INSTAGRAM

Name			
Los Angeles	27.9 %	20.0 %	
Miami	26.7 %	10.9 %	
Atlanta	15.2 %	13.0 %	
San Francisco	13.0 %	9.6 %	
Milan	9.3 %	4.8 %	

- **Los Ángeles y Miami** son las principales ciudades favoritas de las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. US FB e IG

MOST INTERESTING PRODUCT BRANDS BY REACH

FACEBOOK

Name			
Macy's	39.3 %	21.3 %	● ● ●
Sephora	31.7 %	18.7 %	● ● ●
Toyota	30.4 %	20.4 %	● ● ●
Samsung	28.1 %	16.1 %	● ● ●
L'Oréal	23.3 %	11.7 %	● ● ●
Lancôme	21.5 %	8.7 %	● ● ●
SEAT	19.7 %	21.3 %	● ● ●
Nordstrom	17.8 %	17.8 %	● ● ●
Zillow	17.8 %	15.2 %	● ● ●
Gucci	17.8 %	15.2 %	● ● ●














INSTAGRAM














Name			
Nordstrom	31.6 %	17.0 %	● ● ●
Macy's	30.4 %	18.7 %	● ● ●
Sephora	30.4 %	17.4 %	● ● ●
Adidas	27.9 %	17.0 %	● ● ●
Gucci	27.9 %	13.9 %	● ● ●
H&M	24.3 %	12.6 %	● ● ●
Chanel	24.3 %	8.7 %	● ● ●
Apple Inc.	22.8 %	17.0 %	● ● ●
Old Navy	22.8 %	14.3 %	● ● ●
Gap Inc.	22.8 %	11.7 %	● ● ●

MOST INTERESTING SERVICE BRANDS BY REACH

FACEBOOK

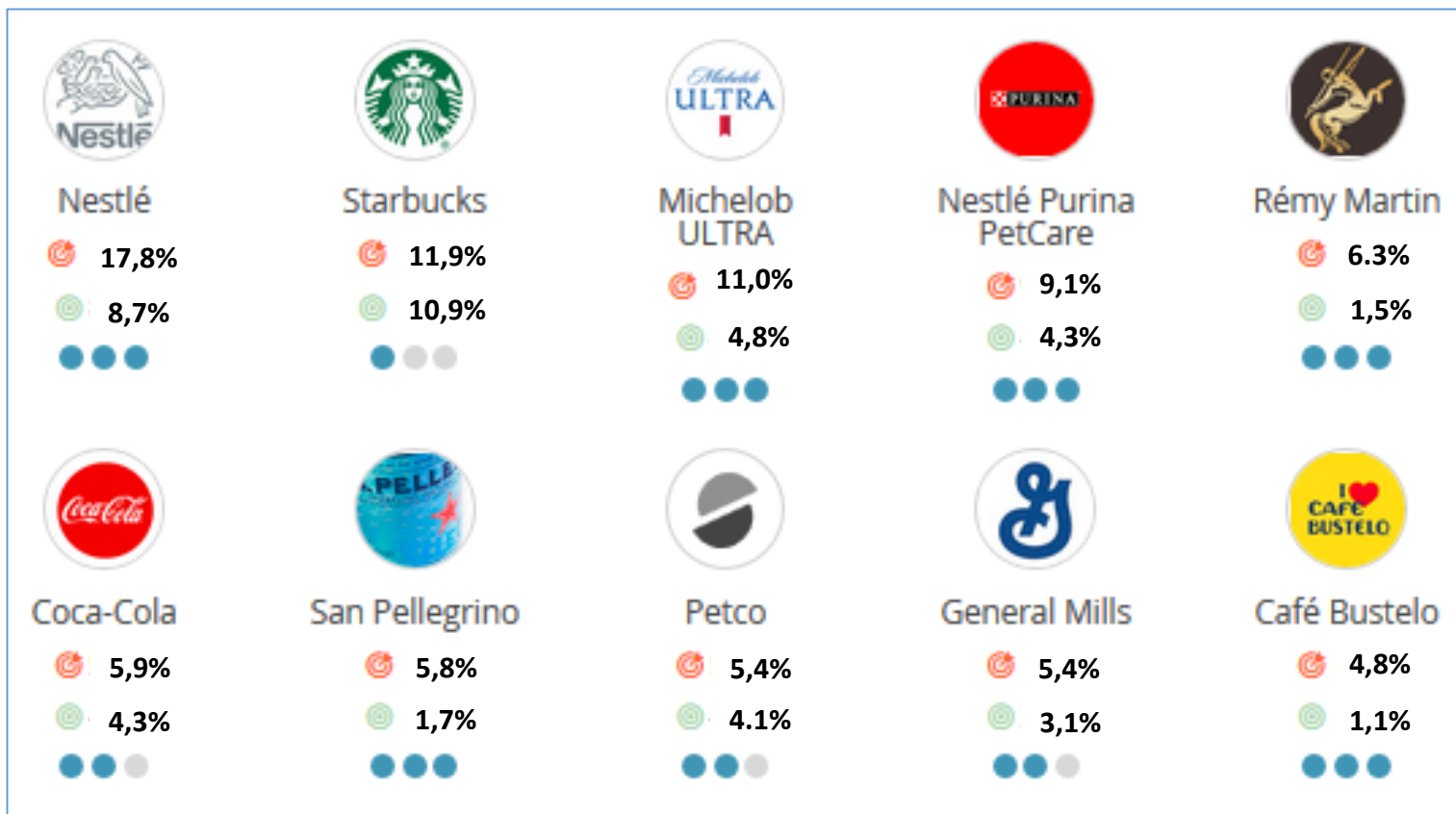
INSTAGRAM

Name			
Amazon.com	61.9 %	47.8 %	
Walmart	52.4 %	36.1 %	
Facebook Messenger	39.3 %	33.5 %	
Macy's	39.3 %	21.3 %	
Wayfair	30.4 %	23.9 %	
Dish Network	30.4 %	20.0 %	
DirecTV	30.4 %	19.6 %	
Discover Card	28.1 %	3.3 %	
WhatsApp	26.9 %	7.0 %	
Target Corporation	25.7 %	17.8 %	

Name			
Amazon.com	47.3 %	47.8 %	
Walmart	36.5 %	35.7 %	
Netflix	31.6 %	32.2 %	
Nordstrom	31.6 %	17.0 %	
Facebook Messenger	30.4 %	32.6 %	
Macy's	30.4 %	18.7 %	
Wayfair	29.2 %	23.5 %	
DirecTV	26.7 %	20.0 %	
Dish Network	26.7 %	19.6 %	
Target Corporation	26.7 %	16.5 %	

THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

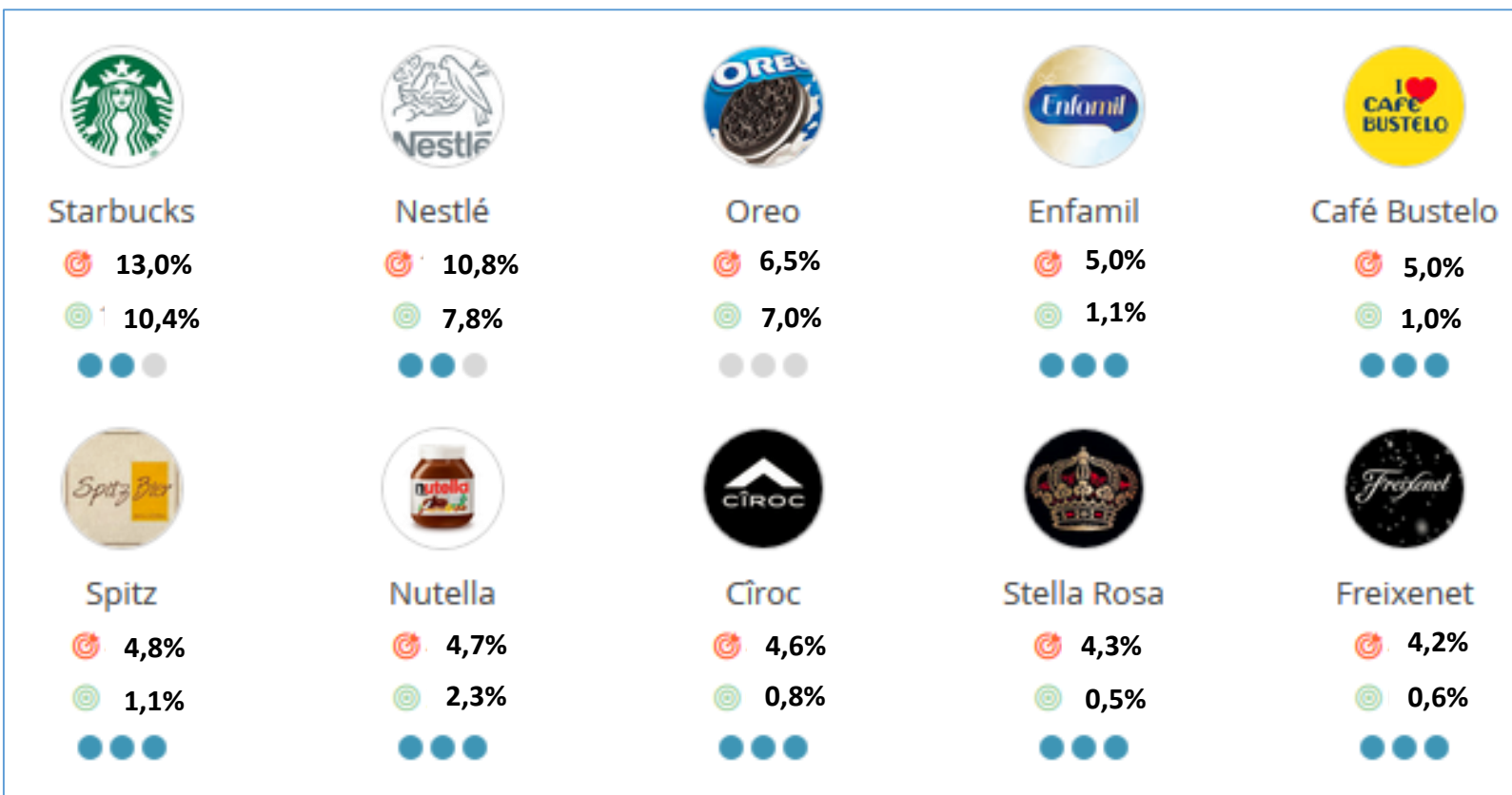
FACEBOOK



- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. US FB tienden a interesarse por compañías como **Nestlé** (incluye PetCare), **San Pellegrino**, **Rémy Martin** y **Café Bustello**

THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

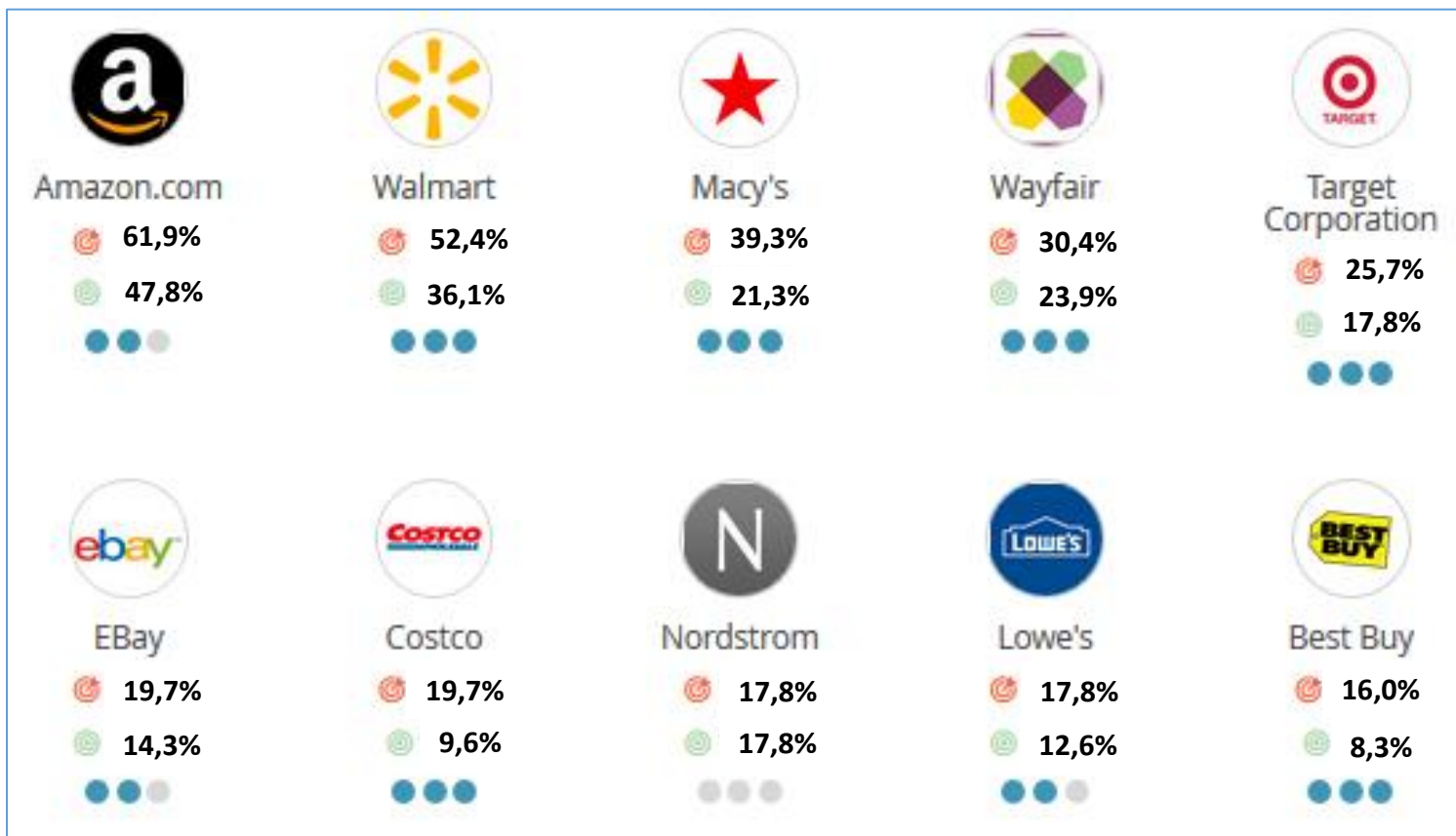
INSTAGRAM



- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. US por IG tienden a interesarse por compañías **Starbucks y Nestlé**. Destacan las compañías **Stella Rosa, Cîroc, Café Bustelo, Enfamil y Freixenet** que presentan un interés alto en relación con lo que muestra la audiencia de referencia sobre estas mismas compañías.

STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

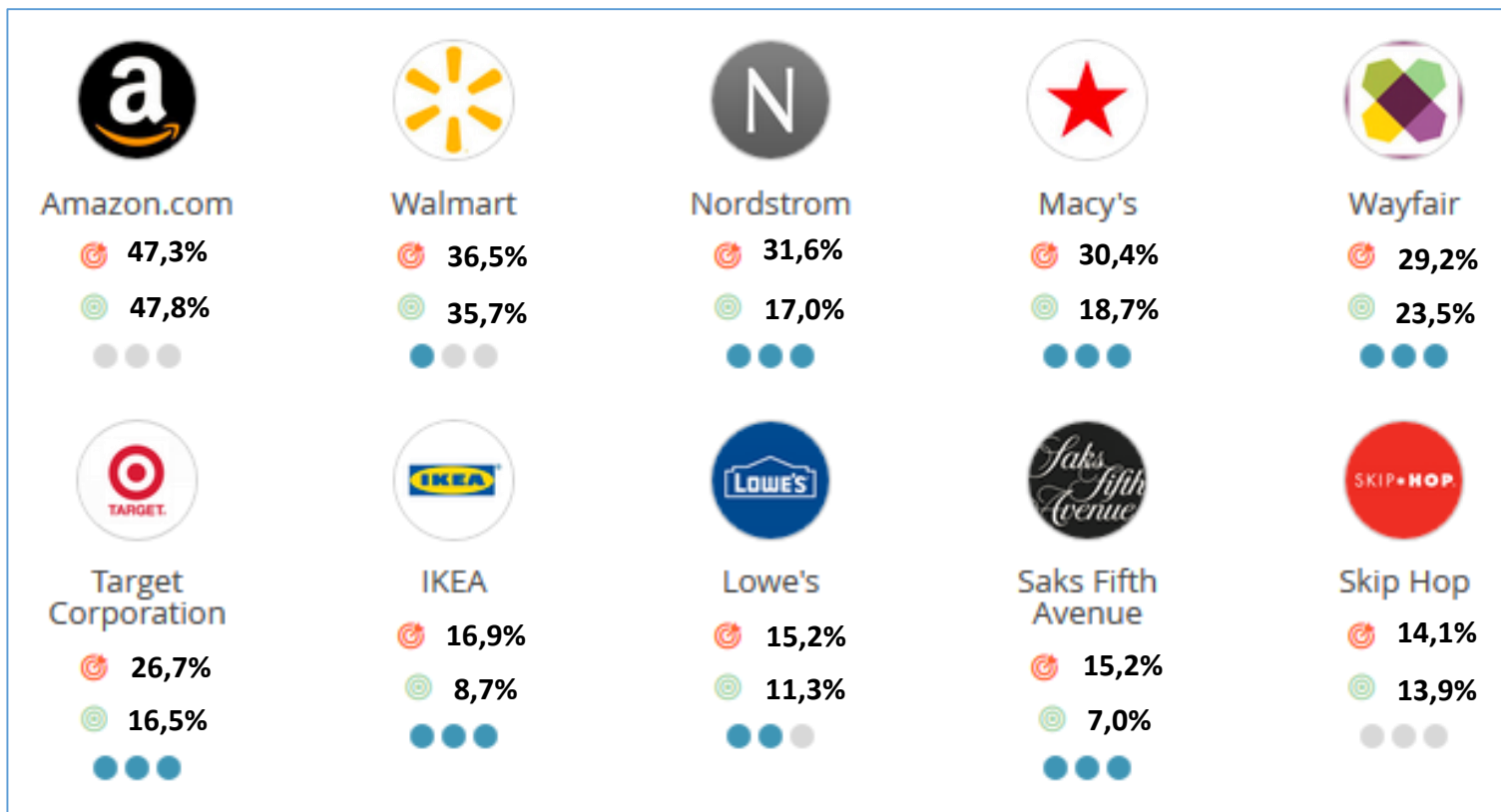
FACEBOOK



- **Amazon.com , Walmart y Macy's** son los principales e-commerce retailers en los que se interesa las personas interactúan con la plataforma P.A.N US en FB

STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

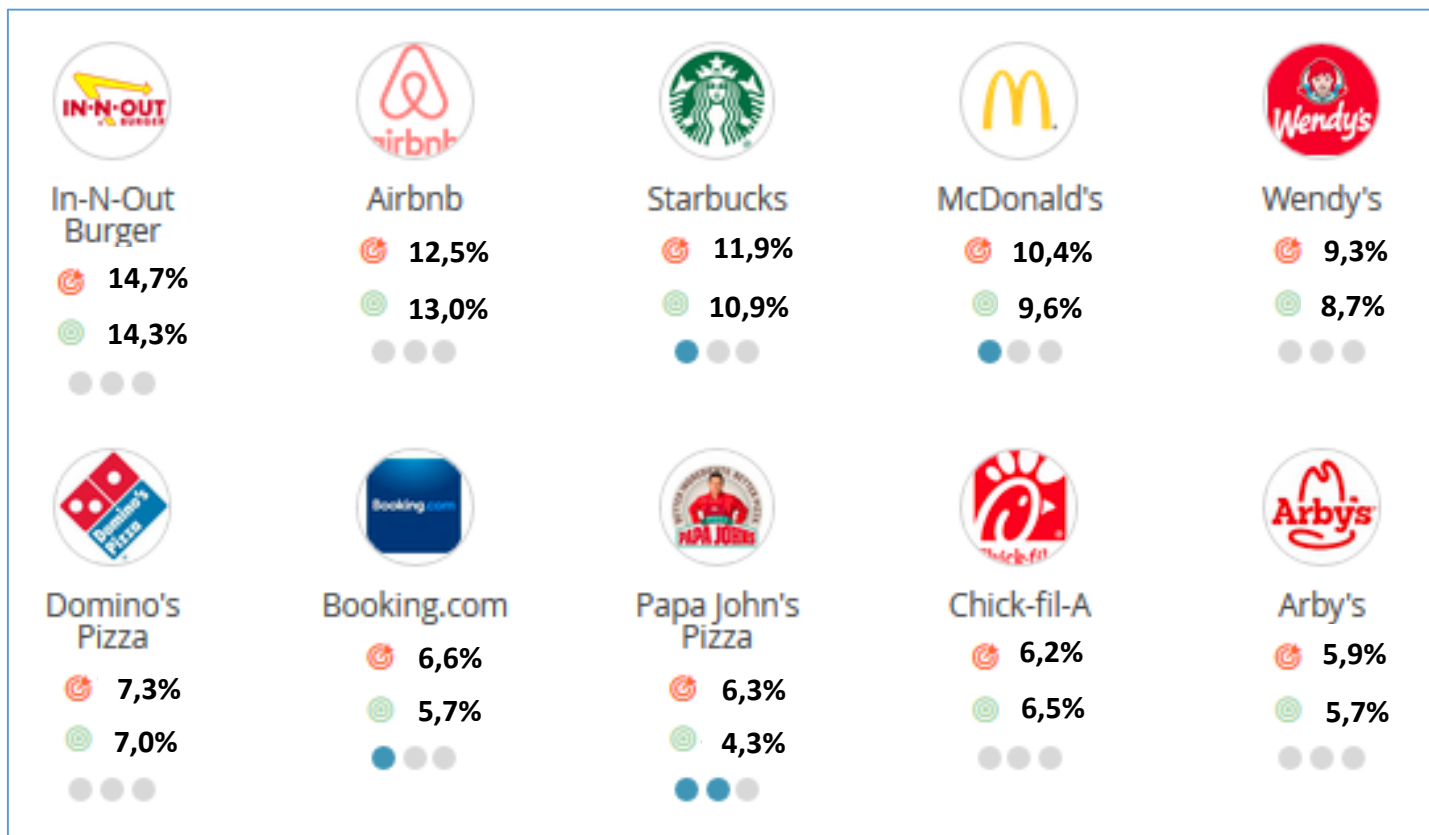
INSTAGRAM



- **Amazon.com y Walmart** son los principales e-commerce retailers en los que se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N US en IG. Destaca el interés por **Nordstrom, Macy's, Target e Ikea**, versus el público de referencia.

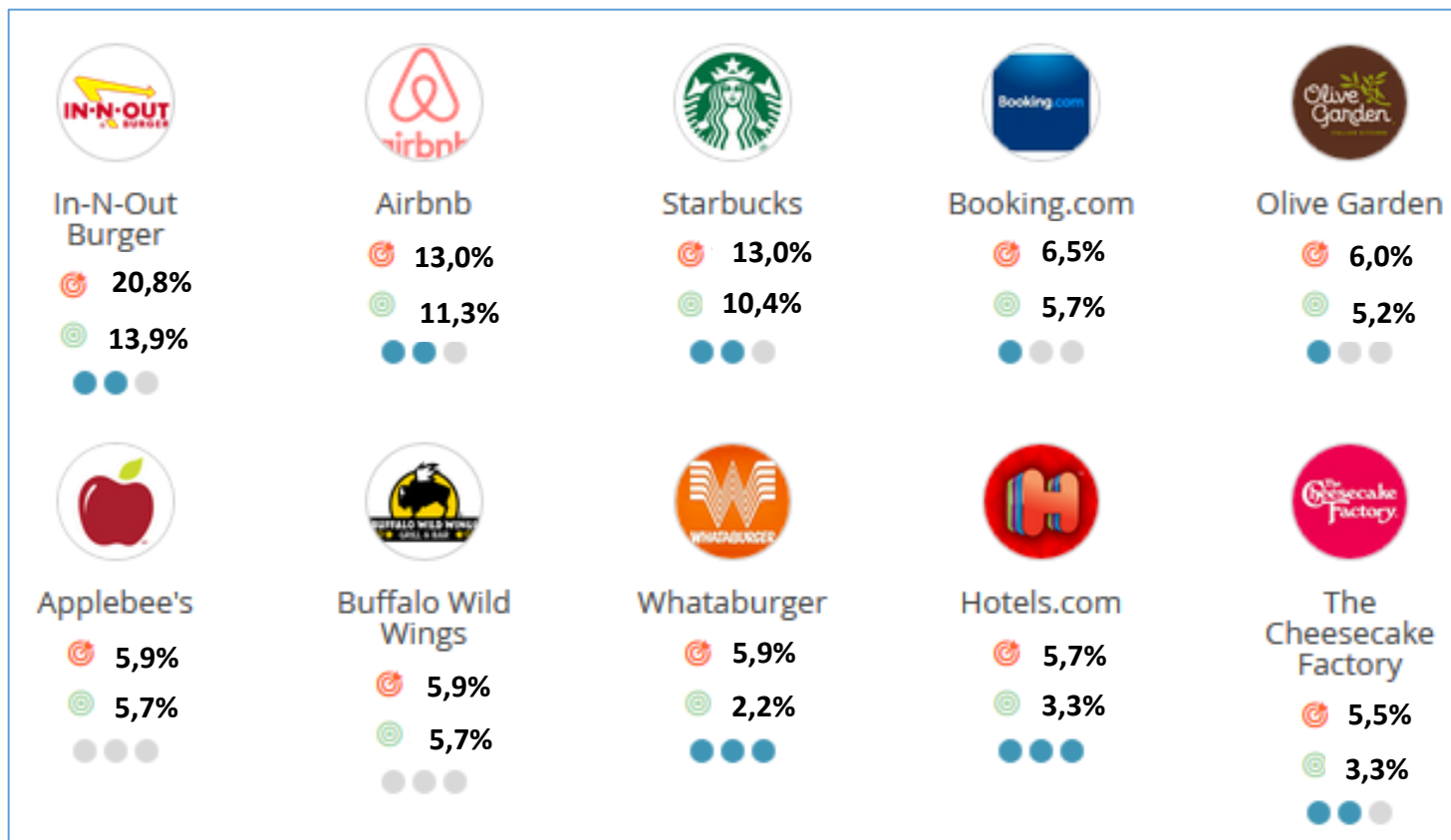
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

FACEBOOK



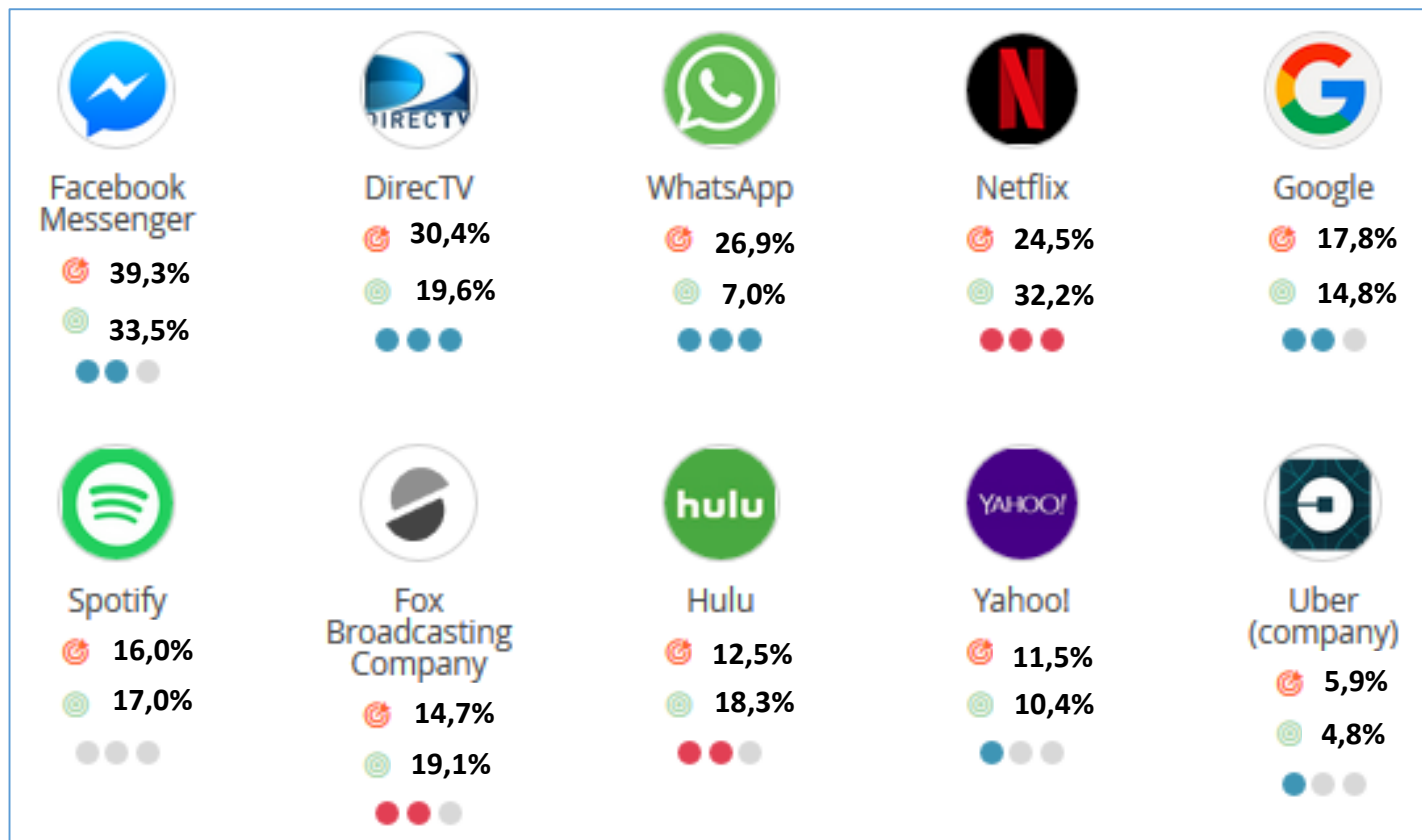
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

INSTAGRAM



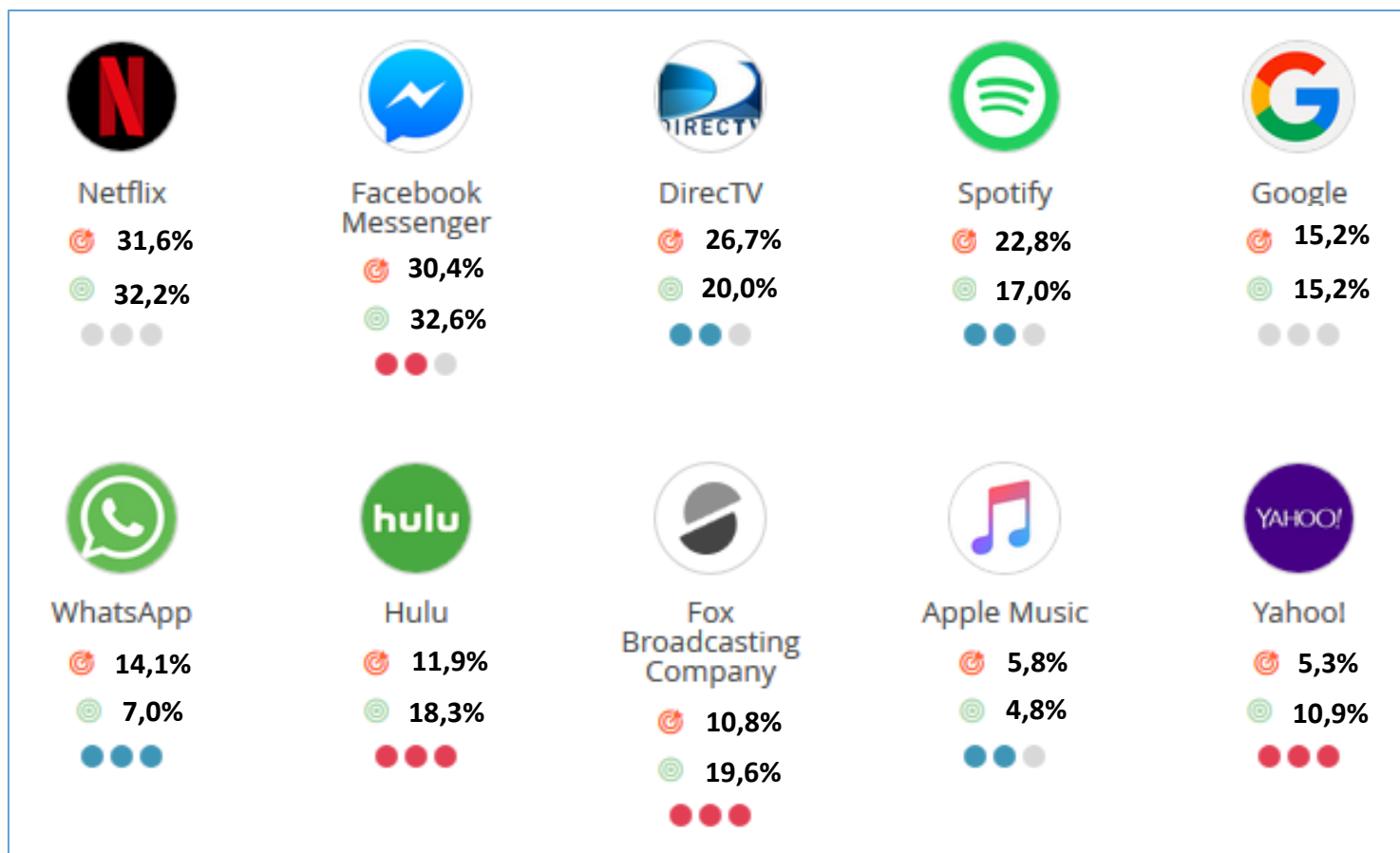
- Marcas de establecimientos de comida rápida e e-commerce como **In-N-Out Burger** . **Airbnb**, **Starbucks** son consideradas por las personas que interactúan con la plataforma P.A.N US en IG como las de mayor hospitalidad.

FACEBOOK

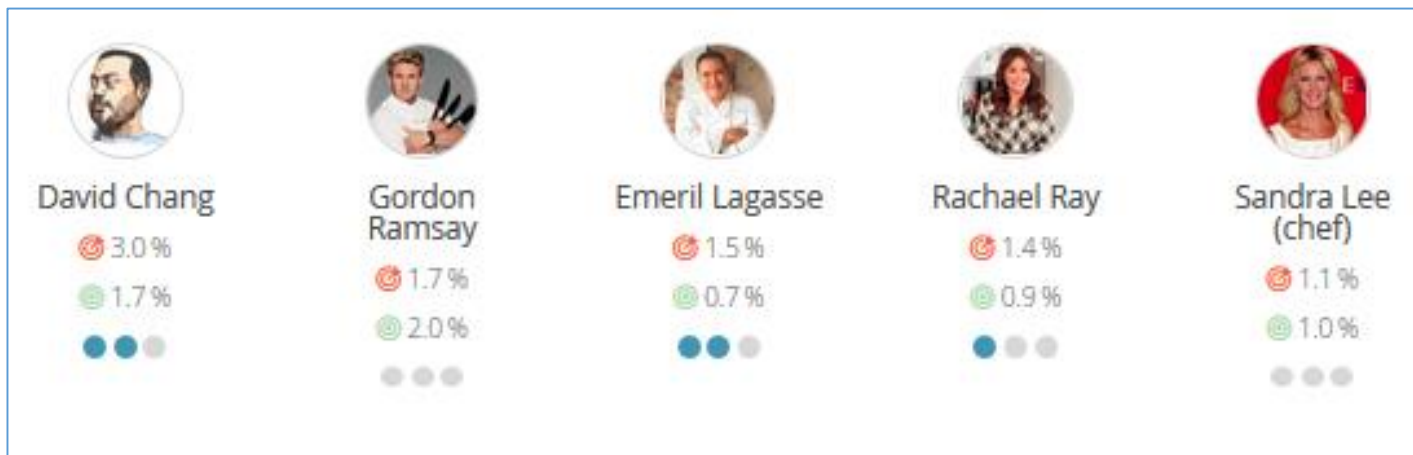


- **Facebook Messenger, Directv y Whatsapp** son las principales APPS que son consideradas por las personas que interactúan con las plataforma P.A.N US en FB

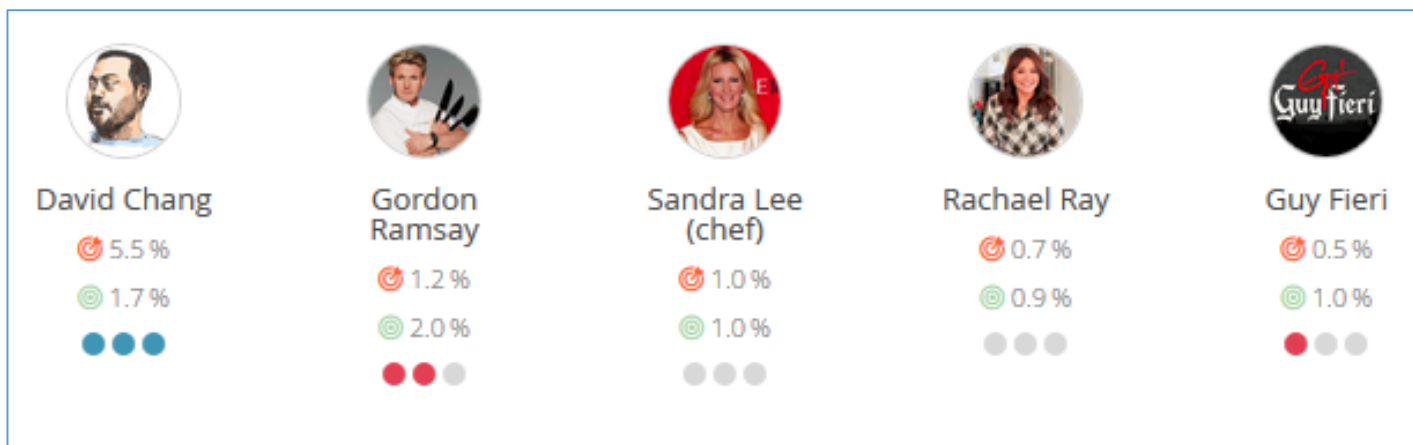
INSTAGRAM



5. CULINARY CHEFS



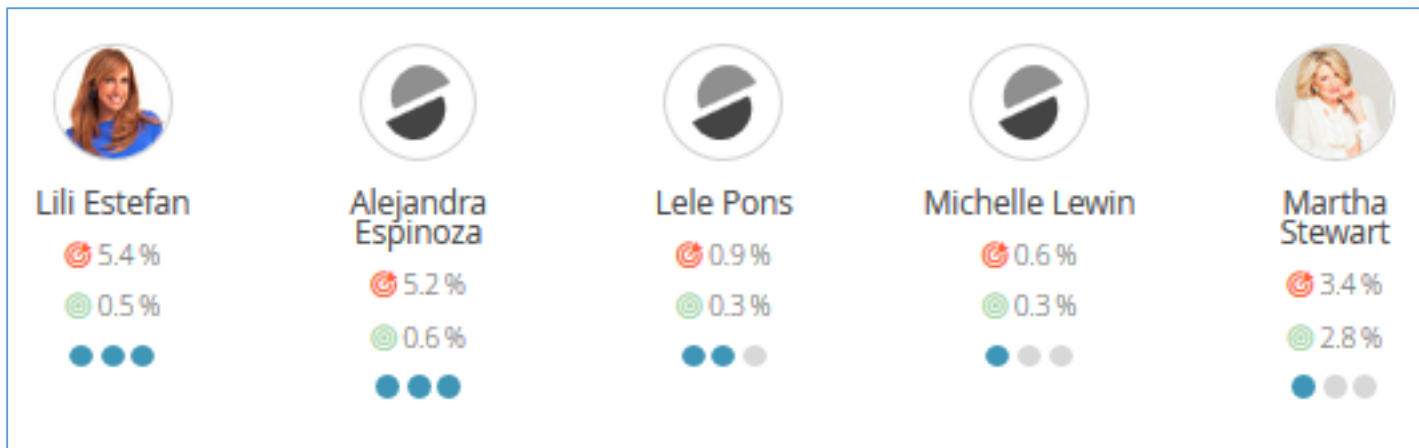
FACEBOOK



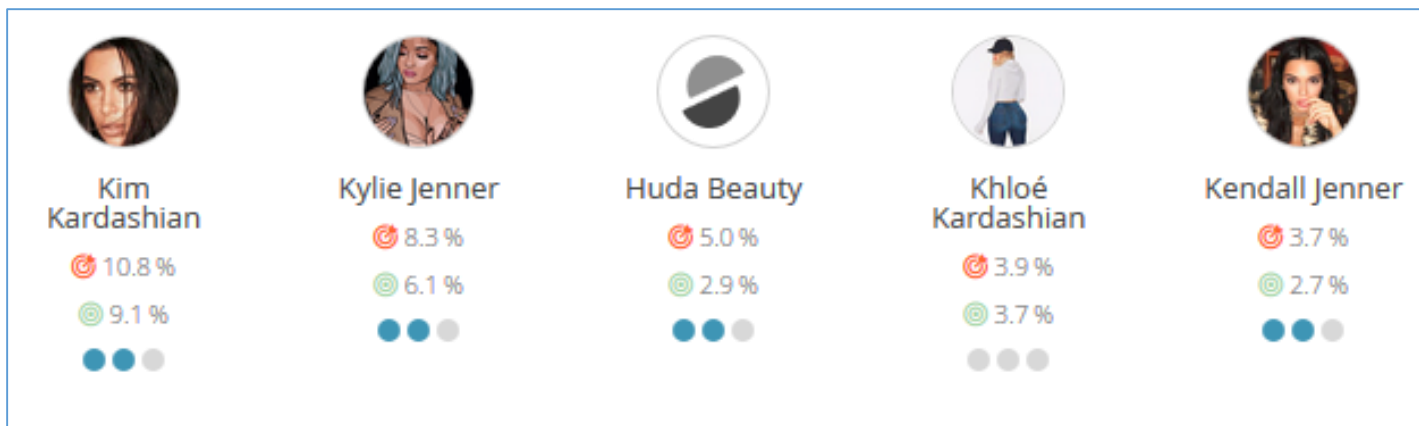
INSTAGRAM

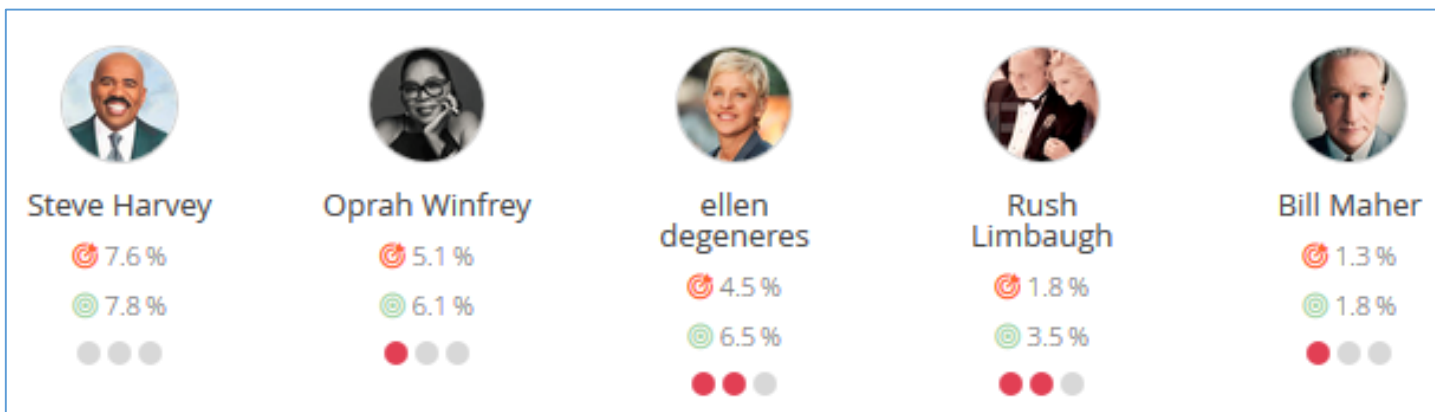
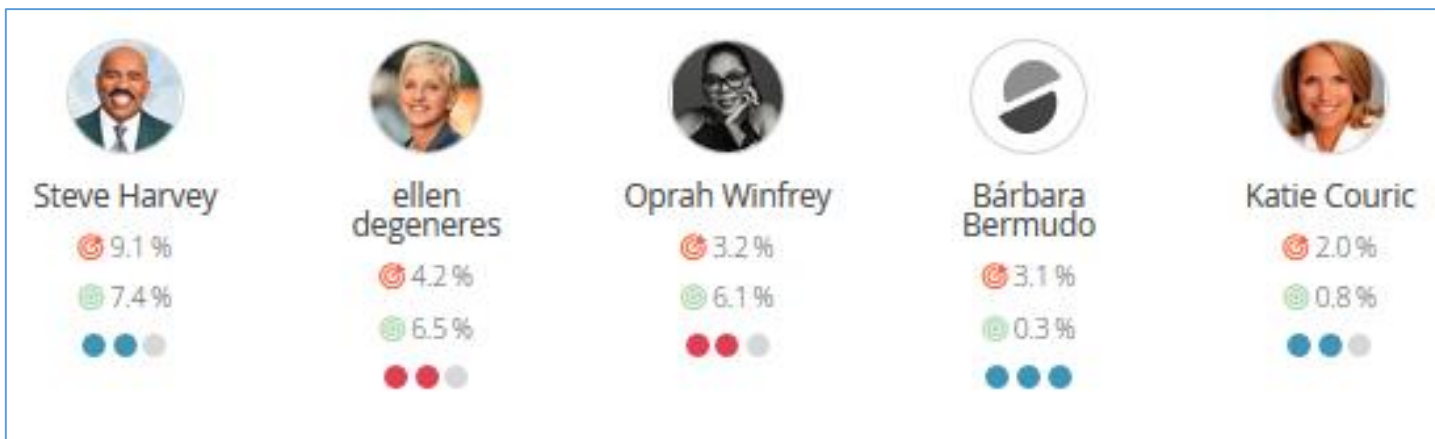
5. SOCIAL MEDIA INFLUENCER

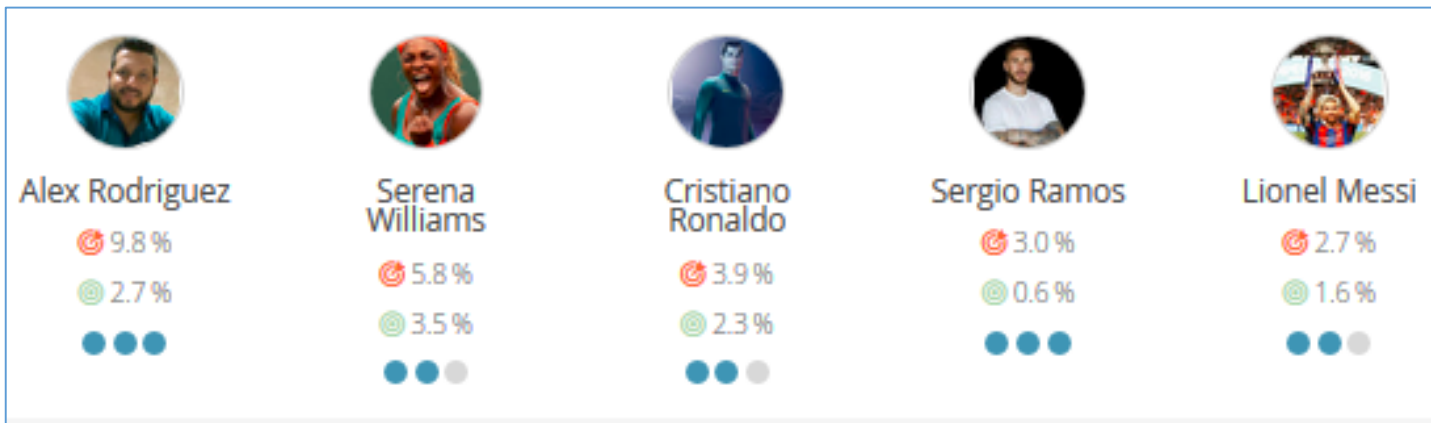
FACEBOOK



INSTAGRAM







FACEBOOK



INSTAGRAM



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

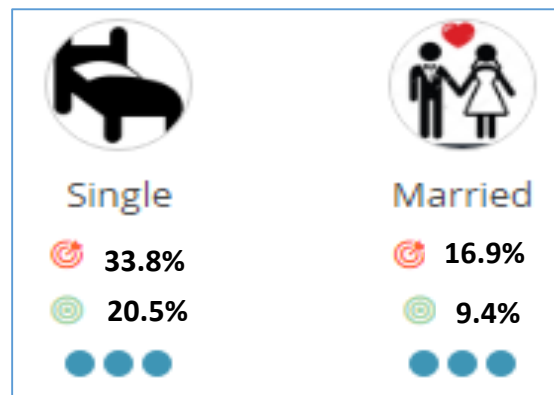
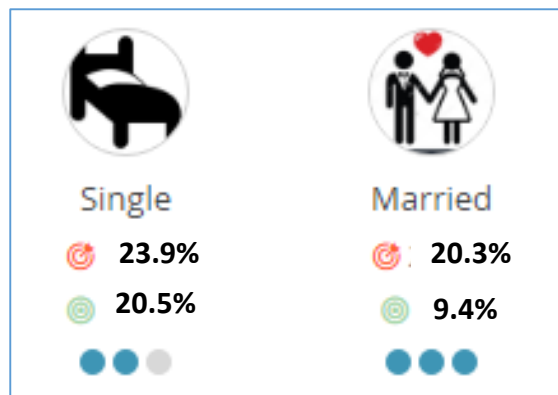
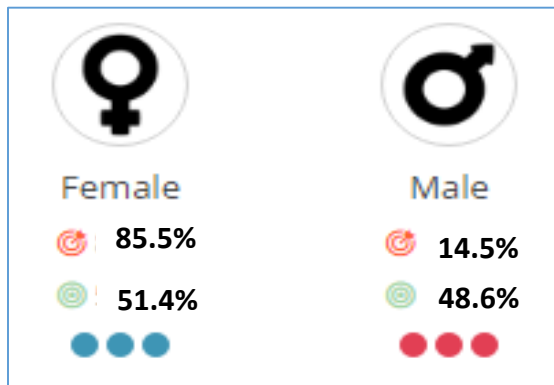
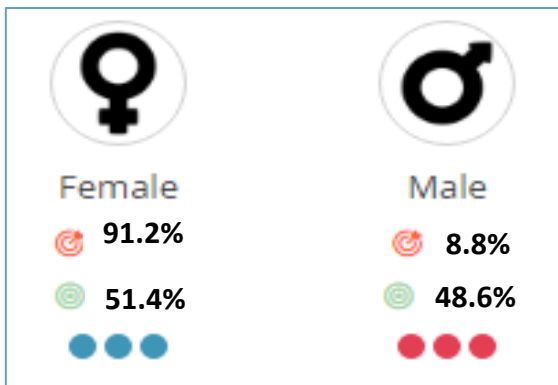
Name			
18-24	18.8 %	25.9 %	
25-34	45.8 %	32.3 %	
35-44	22.3 %	18.9 %	
45-54	8.5 %	11.3 %	
55-64	3.2 %	7.0 %	
65+	1.4 %	4.6 %	

- 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%).

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

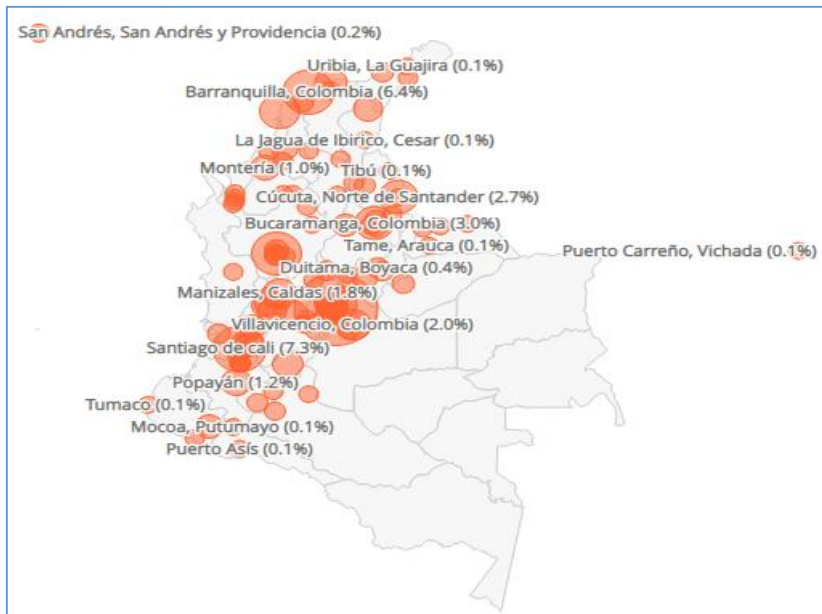
Name			
Alum	46.7 %	27.6 %	
Unspecified	22.7 %	49.7 %	
High school grad	9.8 %	13.0 %	
Some college	7.7 %	3.3 %	
Undergrad	7.5 %	2.4 %	



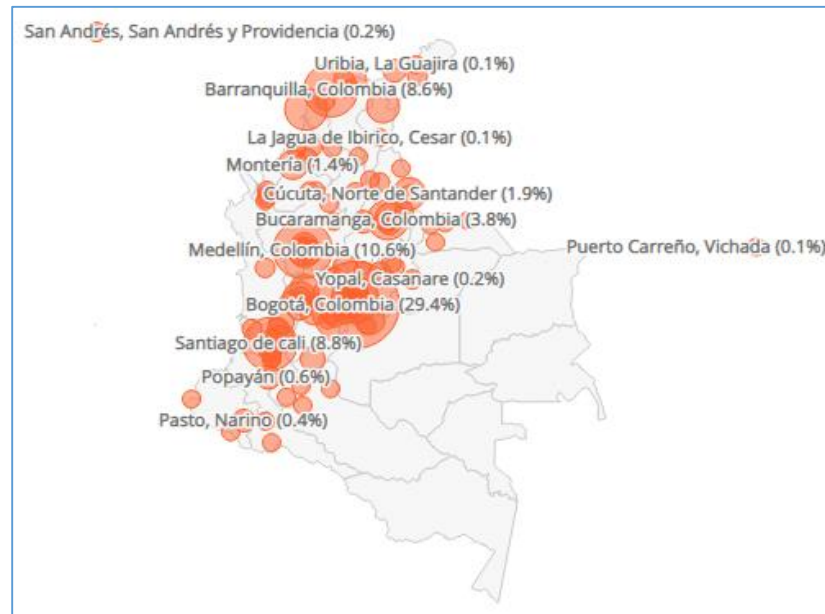
1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

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

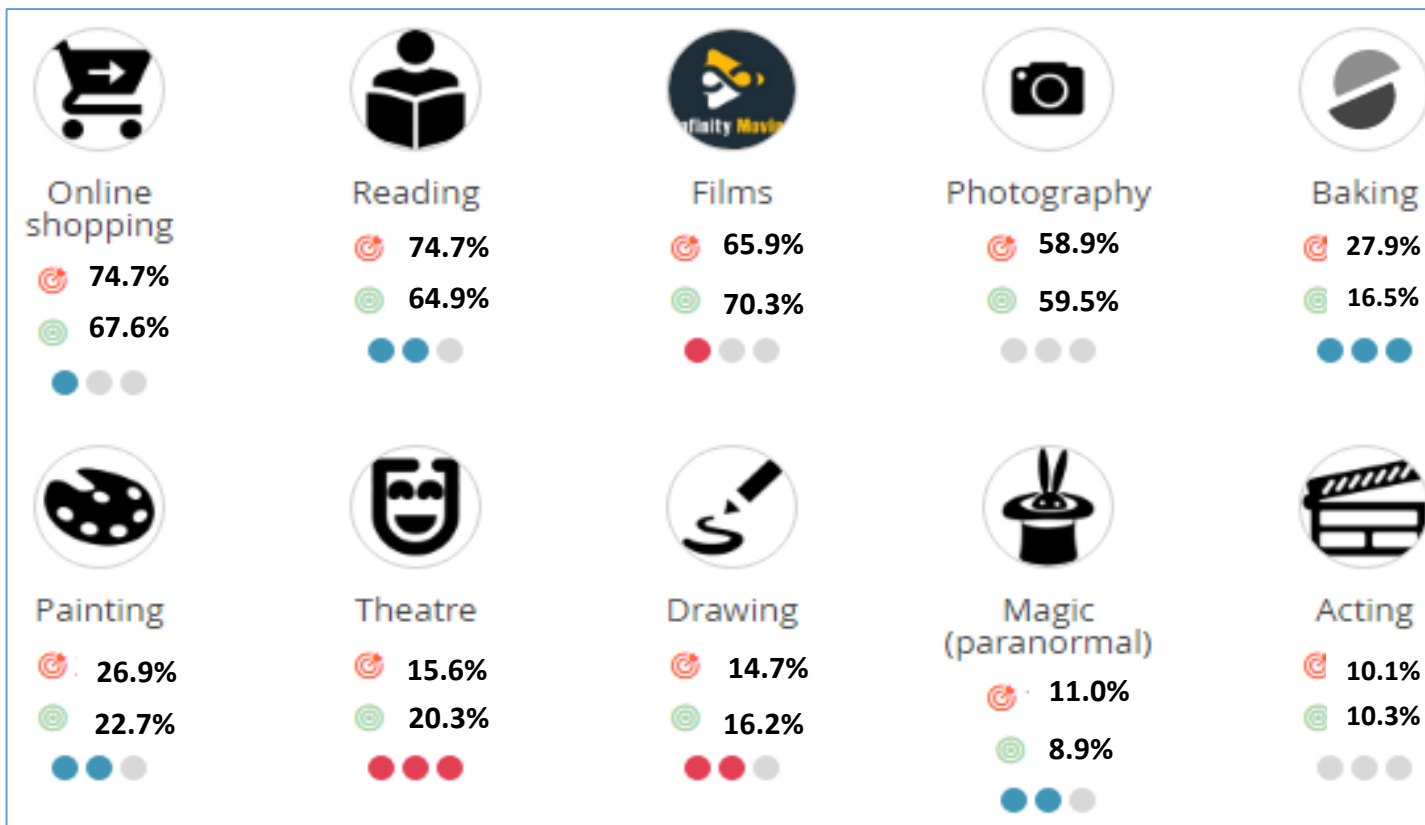
FACEBOOK

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 %	

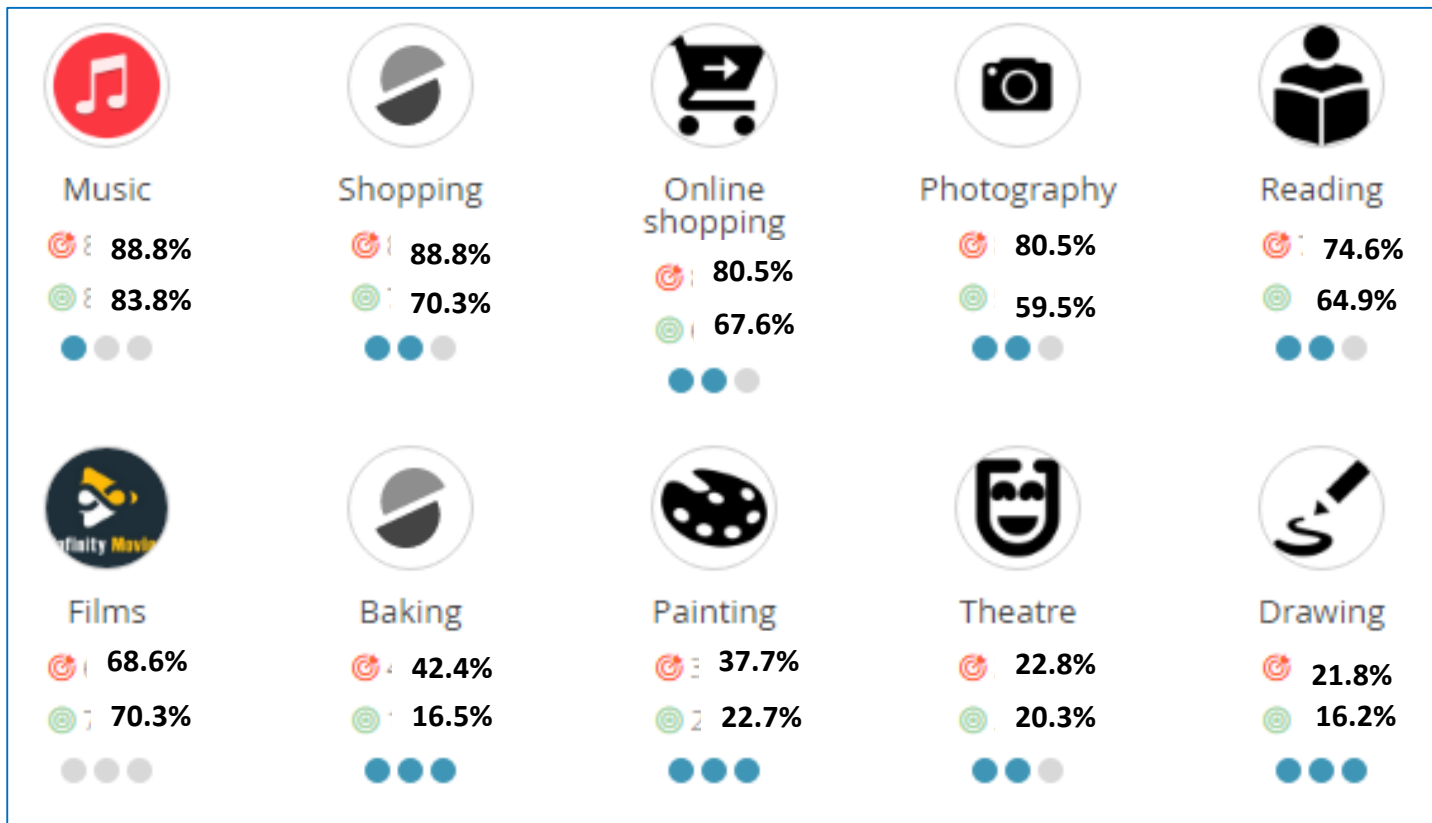
INSTAGRAM

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)

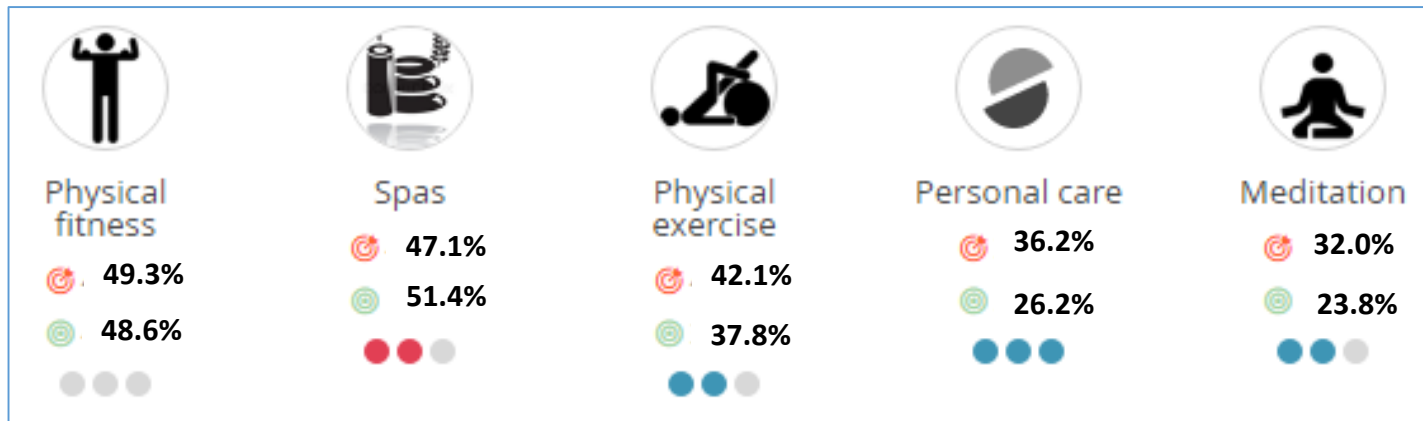
PETS

FACEBOOK

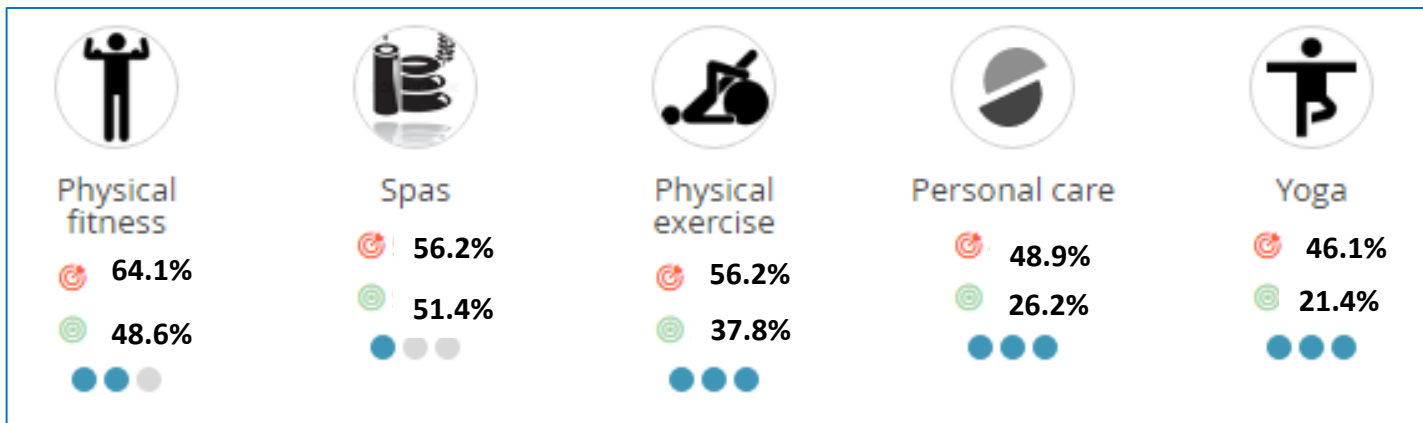
Name			
Dogs	41.2 %	35.1 %	
Cats	32.0 %	29.7 %	
Birds	22.1 %	19.7 %	
Horses	14.7 %	15.7 %	
Rabbits	5.6 %	4.9 %	

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 %	



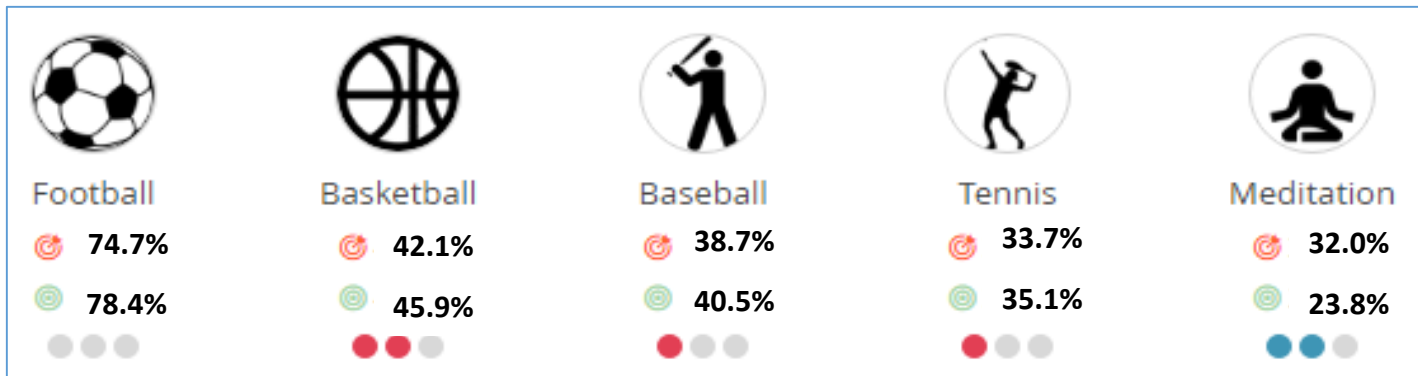
FACEBOOK



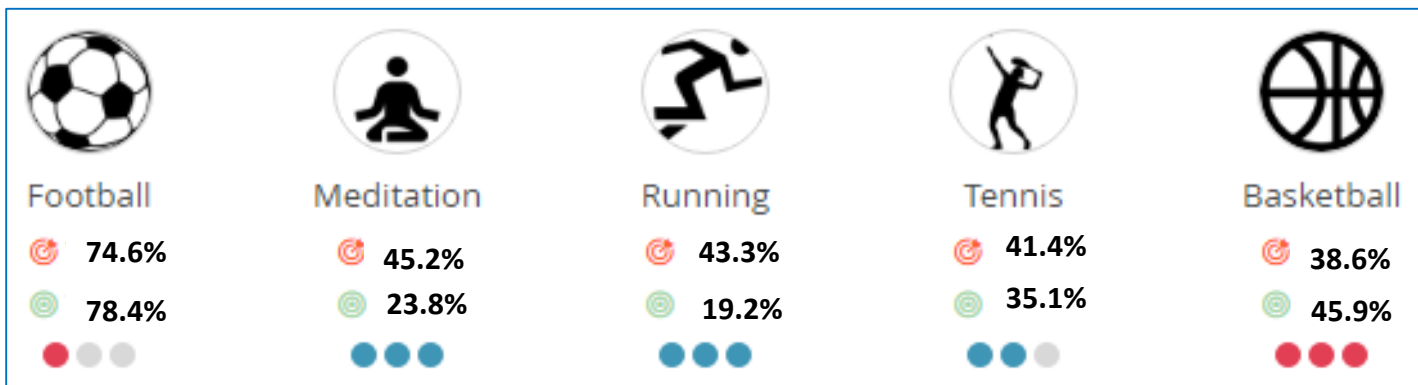
INSTAGRAM

- **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

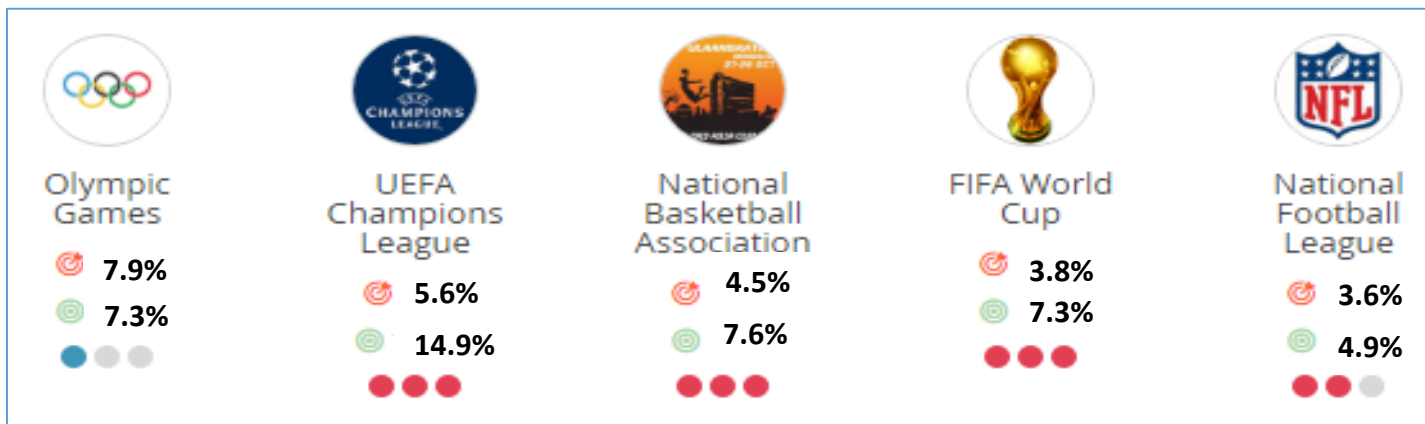


INSTAGRAM

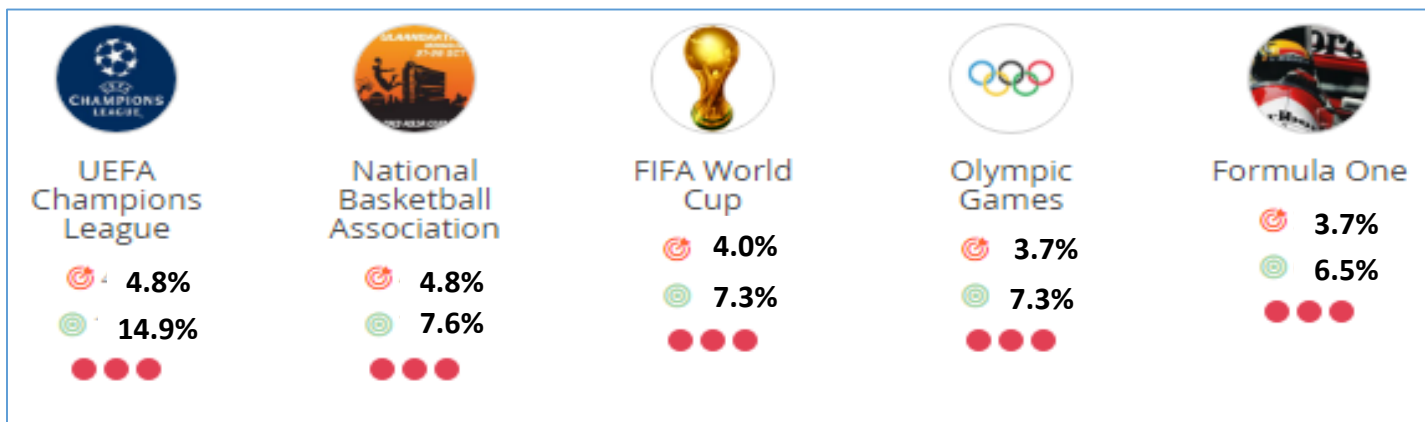
- **EL Football y el Basketball y la meditación** son los deportes por cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. Colombia en FB e IG.

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (SPORT)

DOES YOUR AUDIENCE HAVE FAVORITE SPORT EVENTS?



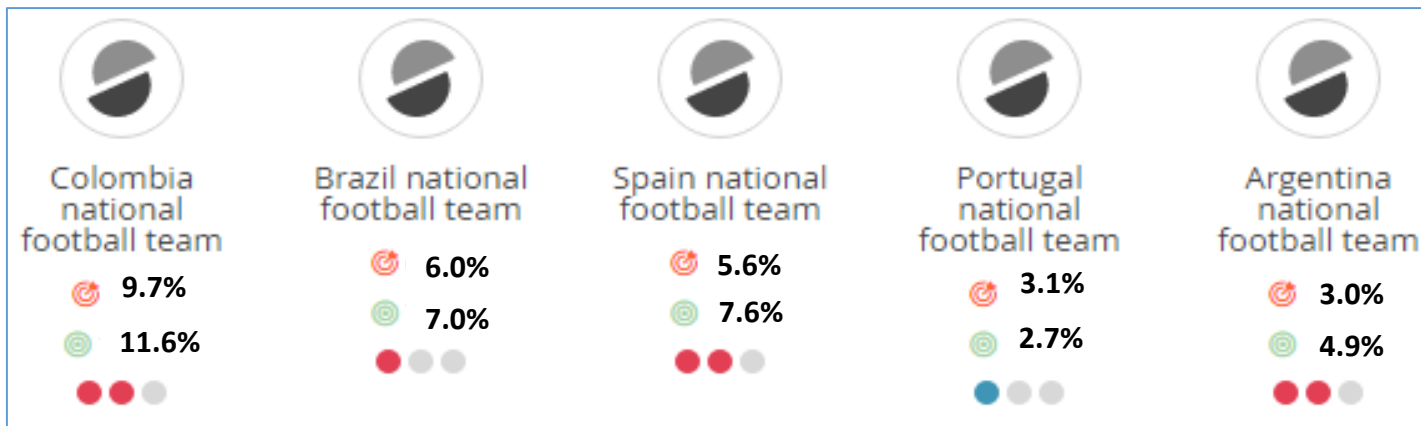
FACEBOOK



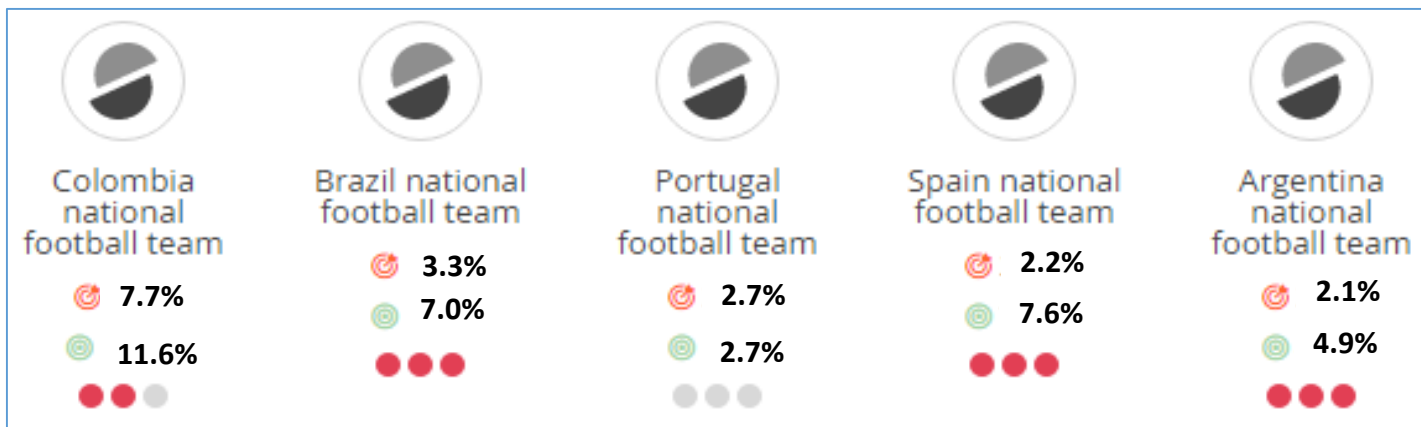
INSTAGRAM

FOOTBALL/SOCCER BY REACH

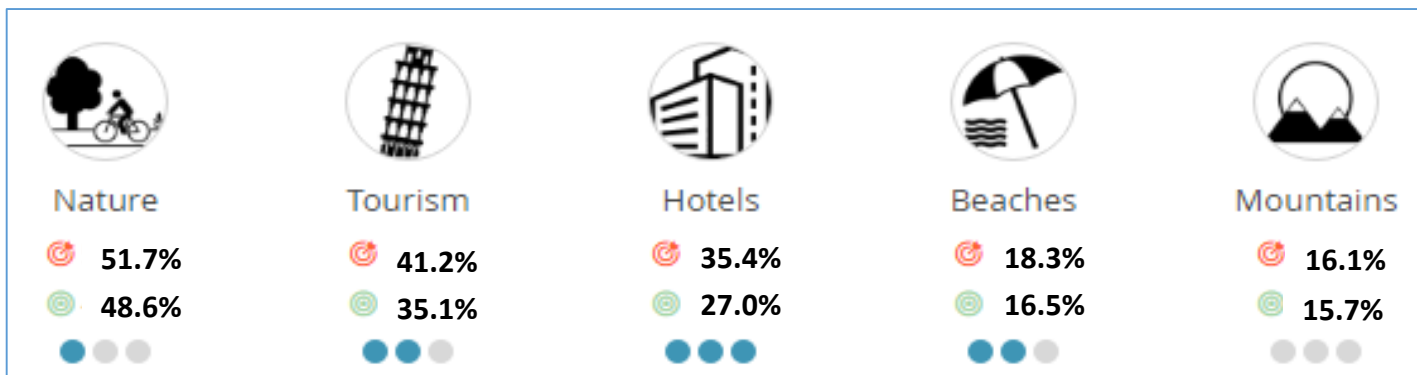
FACEBOOK



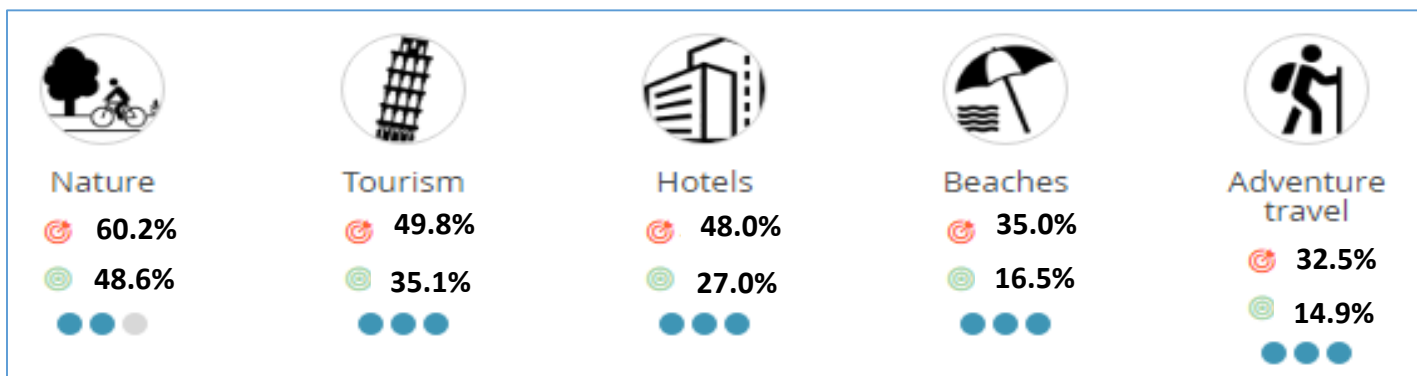
INSTAGRAM



- **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

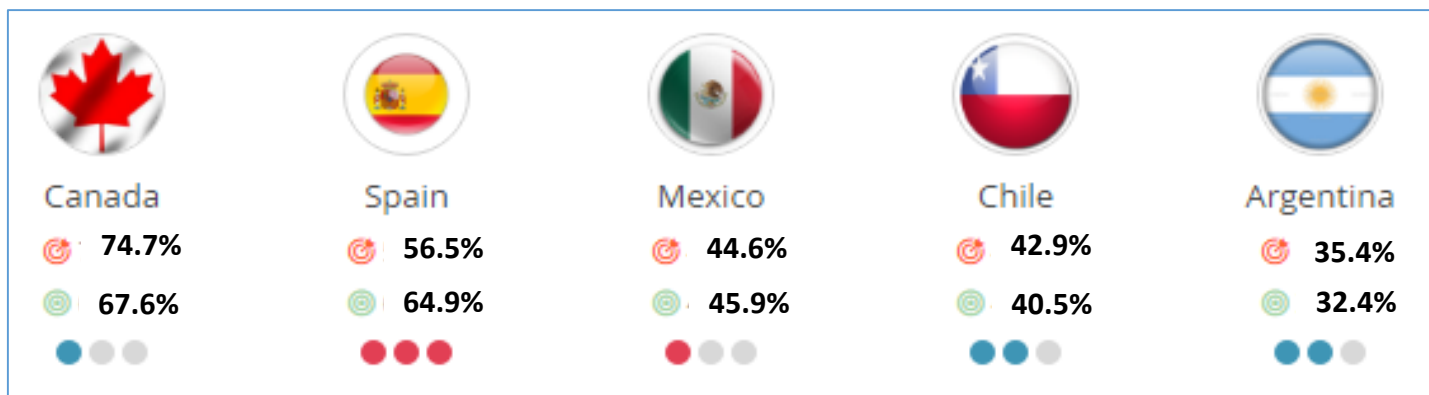


FACEBOOK

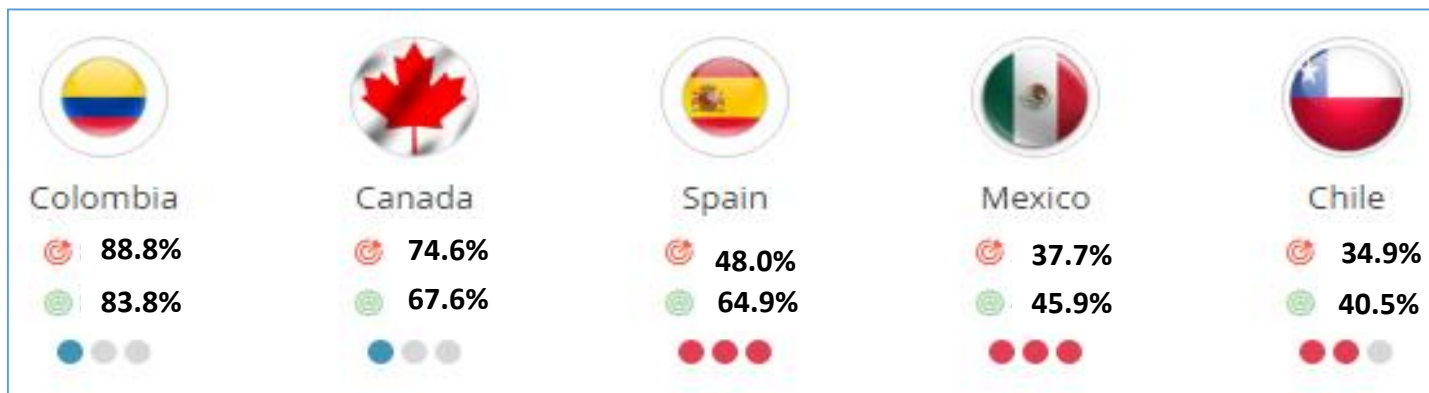


INSTAGRAM

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

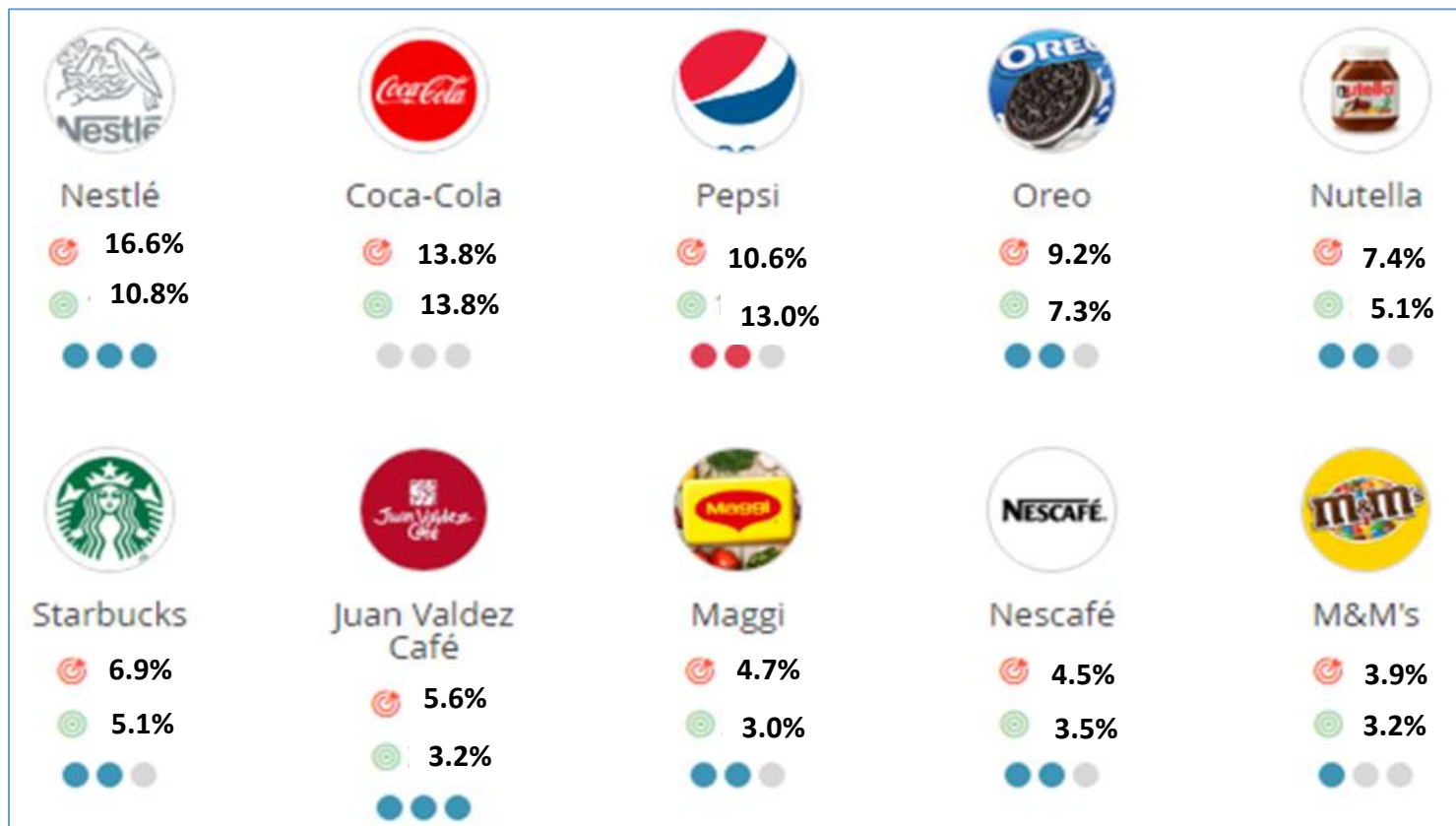
Name			
WhatsApp	74.7 %	73.0 %	● ● ●
Discover Card	61.3 %	51.4 %	● ● ●
Facebook Messenger	35.4 %	37.8 %	● ● ●
Netflix	31.1 %	35.1 %	● ● ●
Scandinavian Airlines	26.9 %	21.9 %	● ● ●
LAN Airlines	19.3 %	20.3 %	● ● ●
DirecTV	18.8 %	23.2 %	● ● ●
Visa Inc.	18.8 %	19.5 %	● ● ●
Dish Network	18.8 %	15.7 %	● ●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

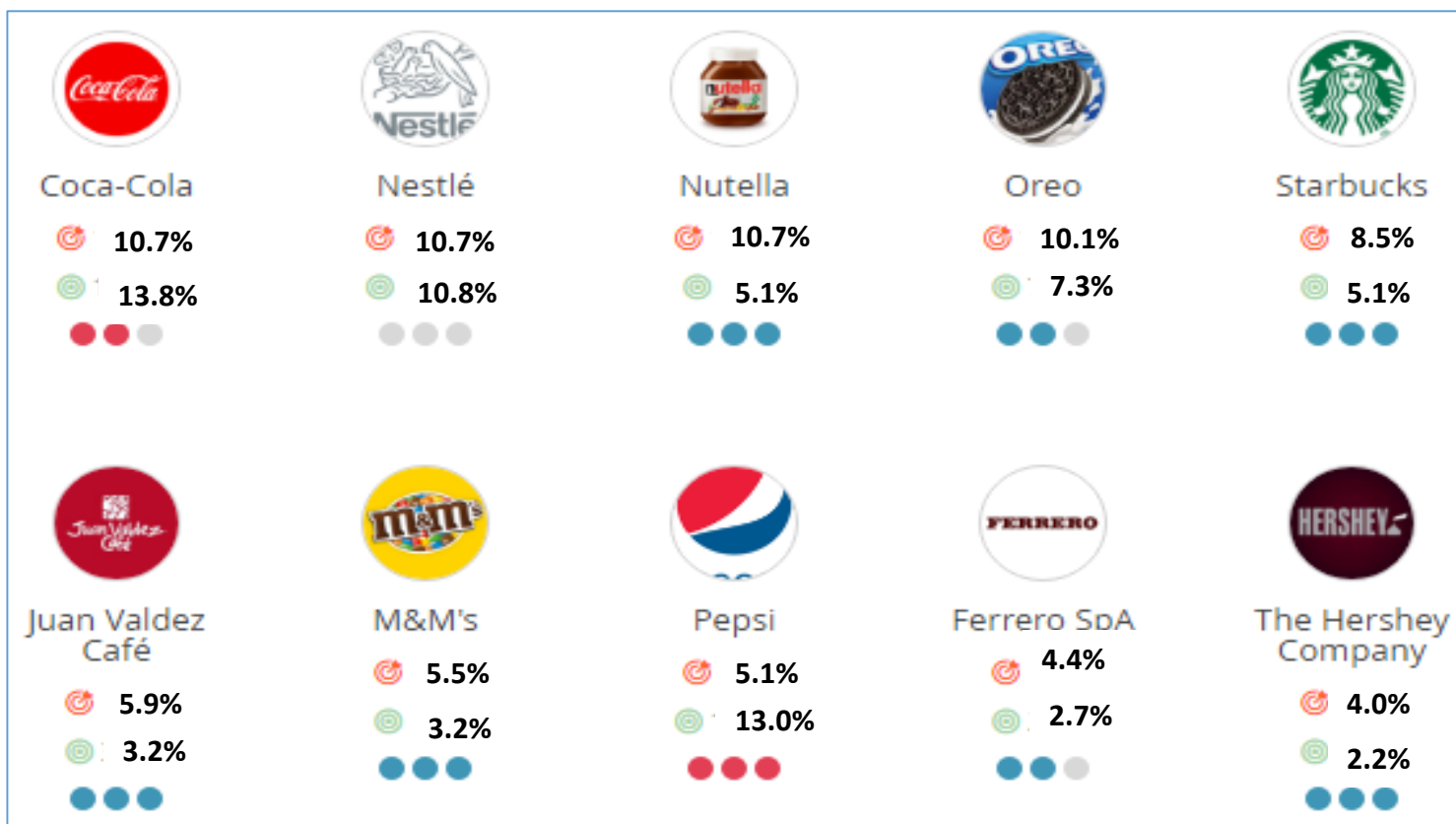
THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

FACEBOOK



THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

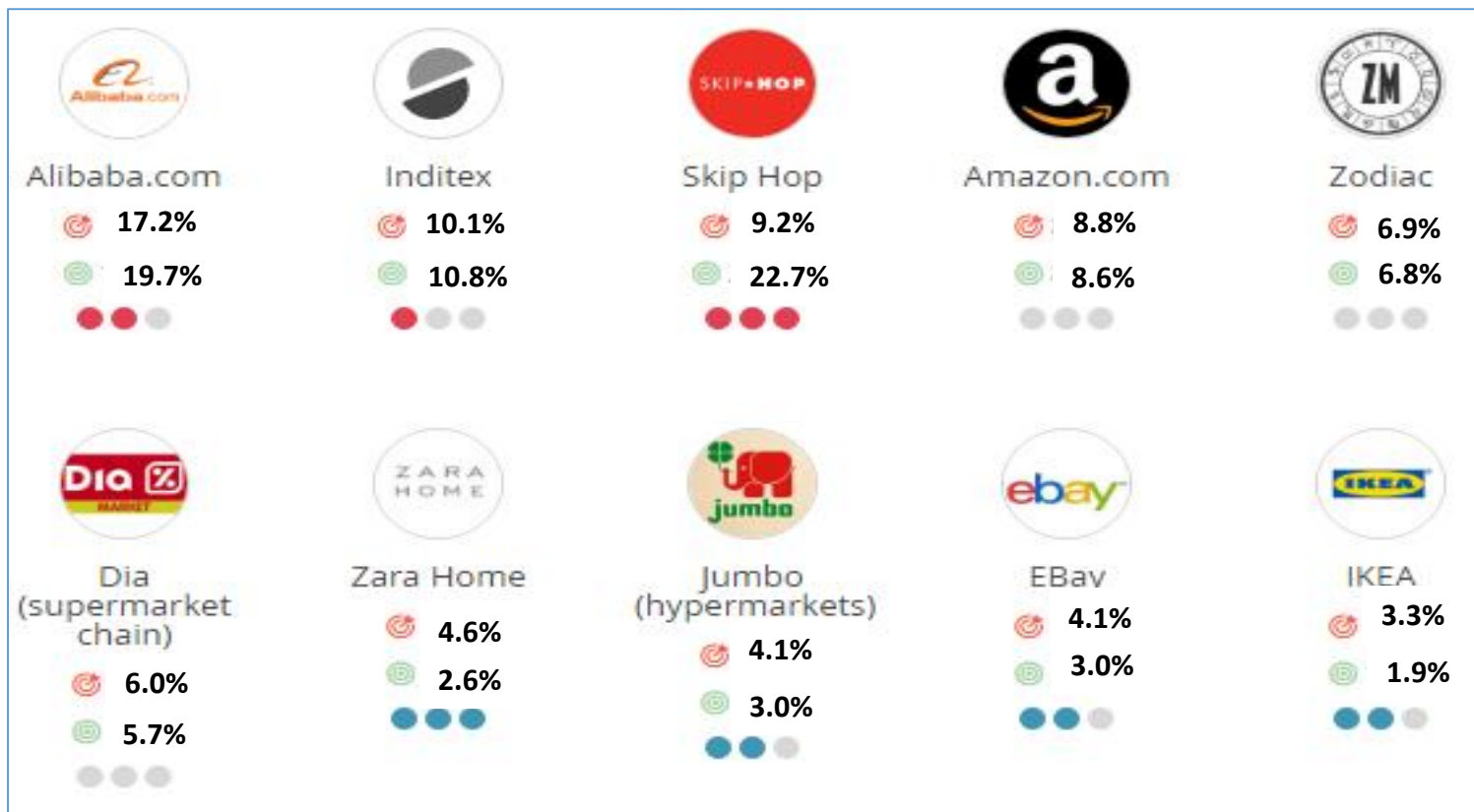
INSTAGRAM



- 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

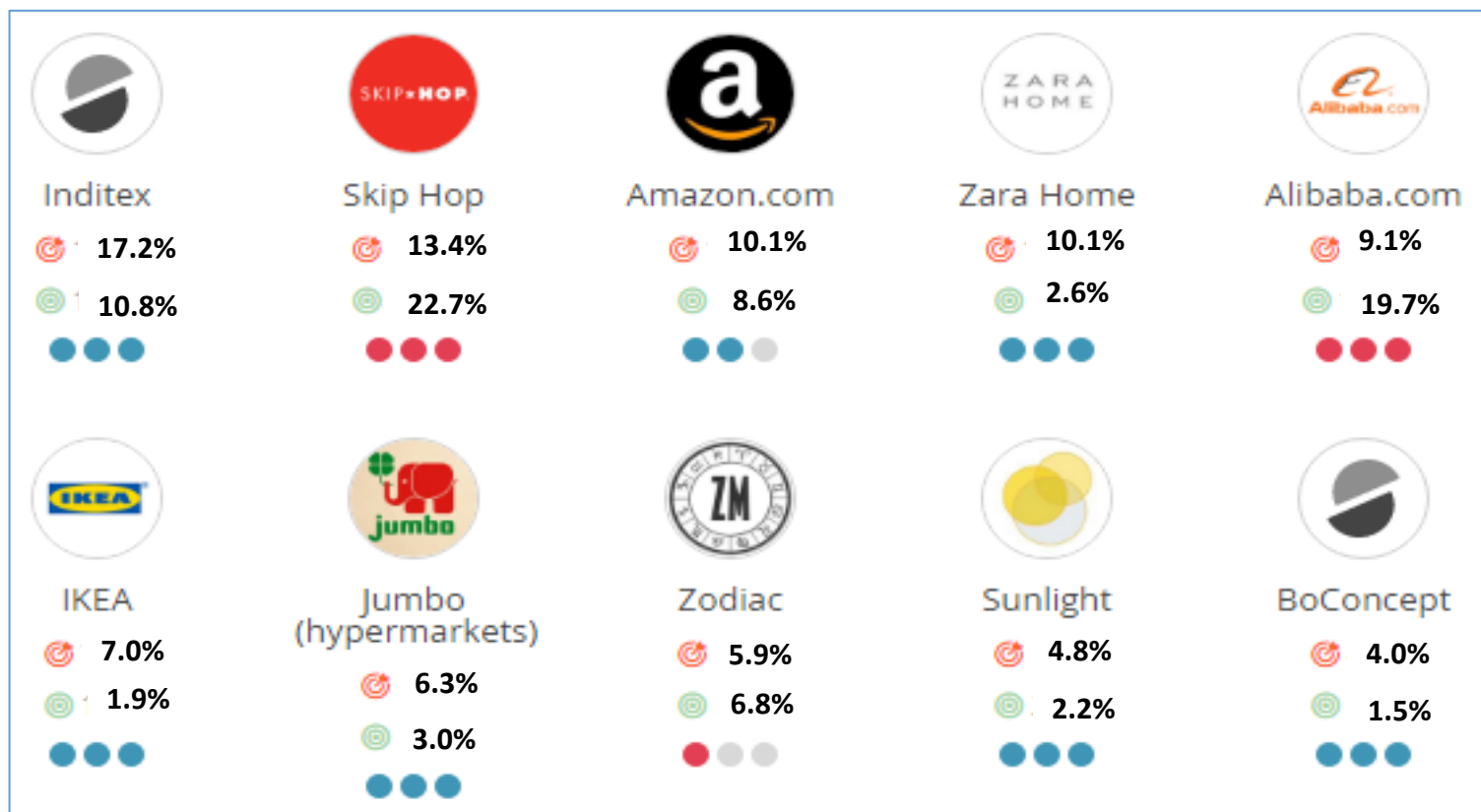
FACEBOOK



- **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

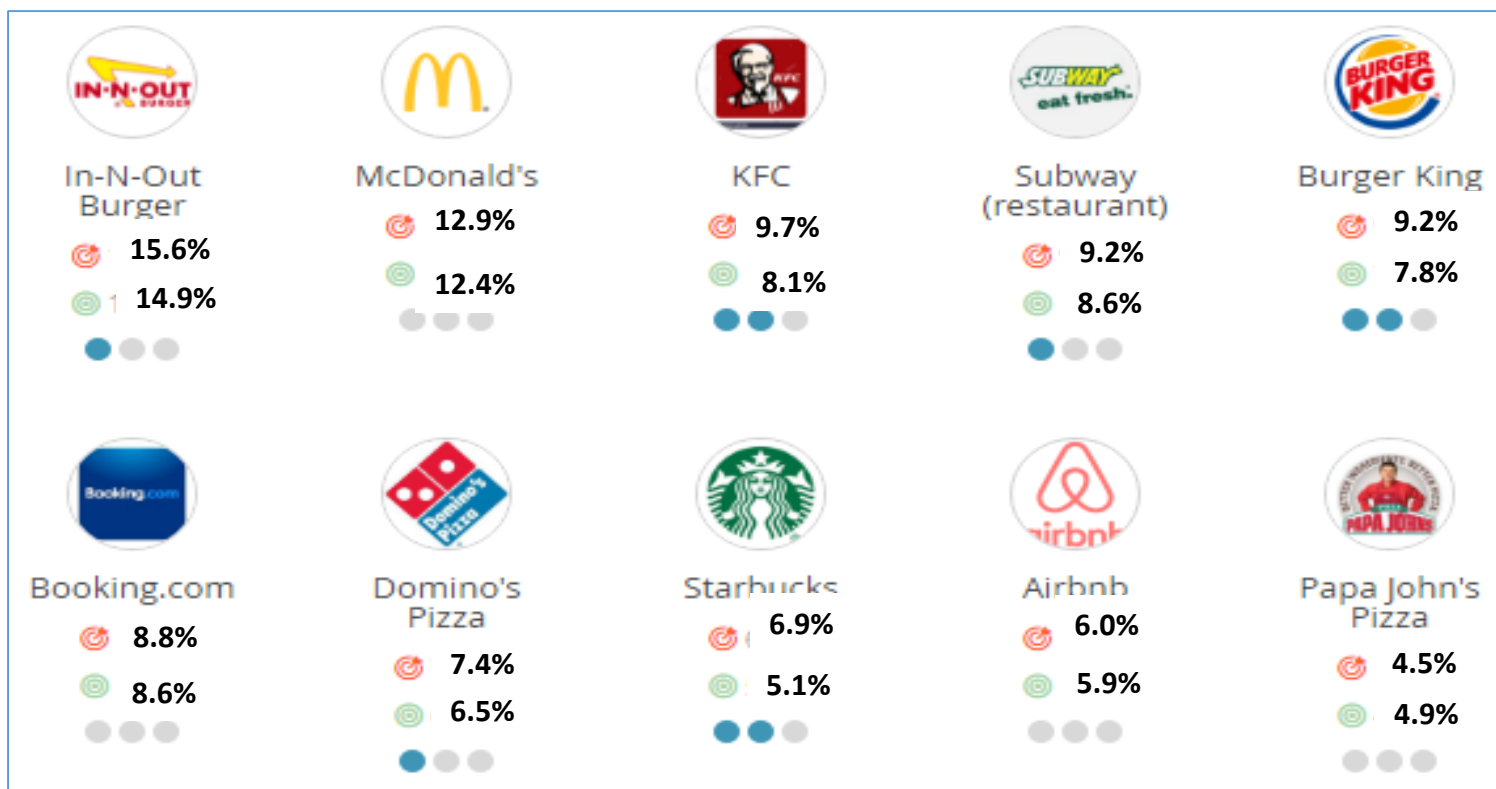
INSTAGRAM



- **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

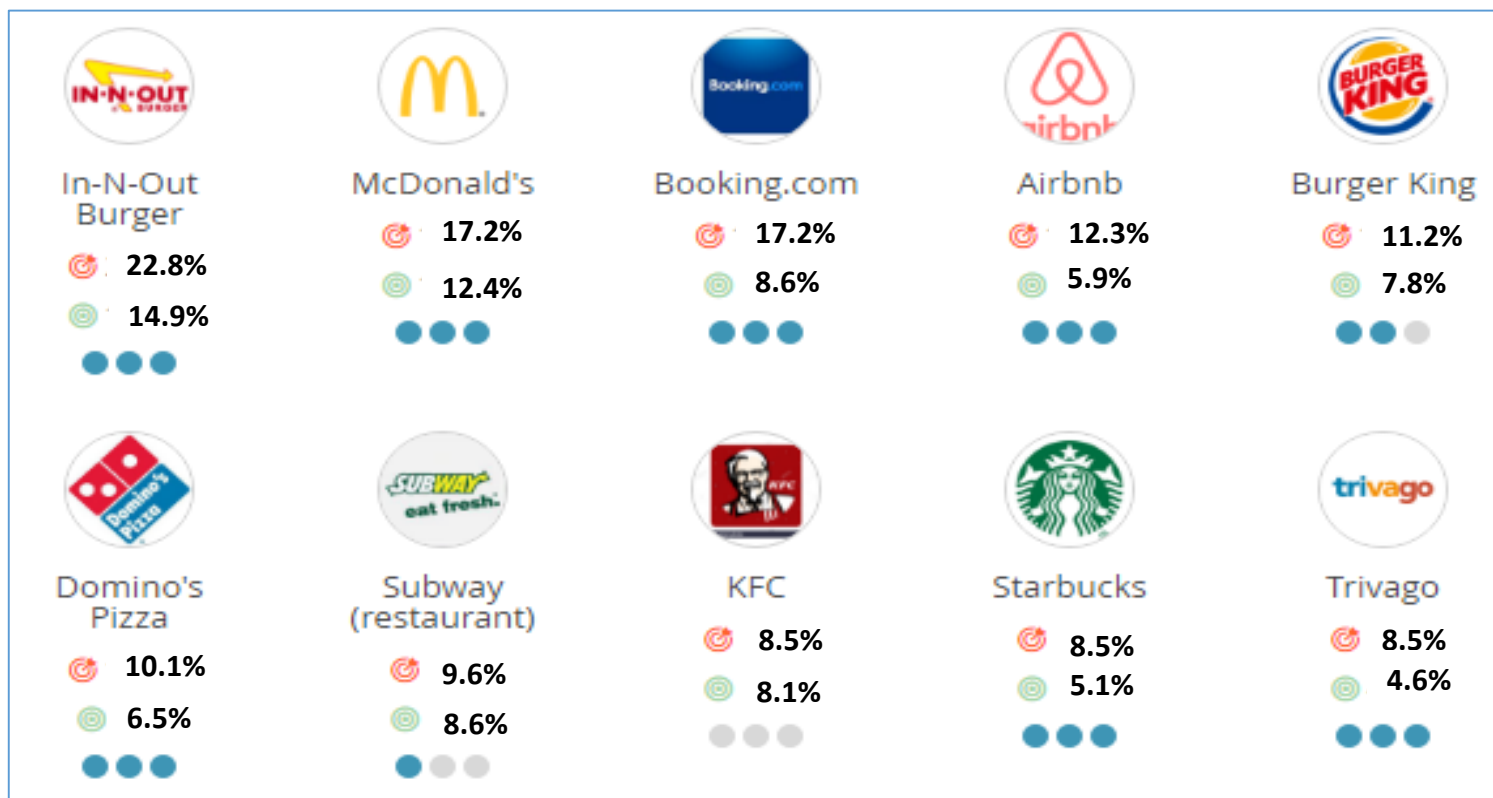
FACEBOOK



- 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.

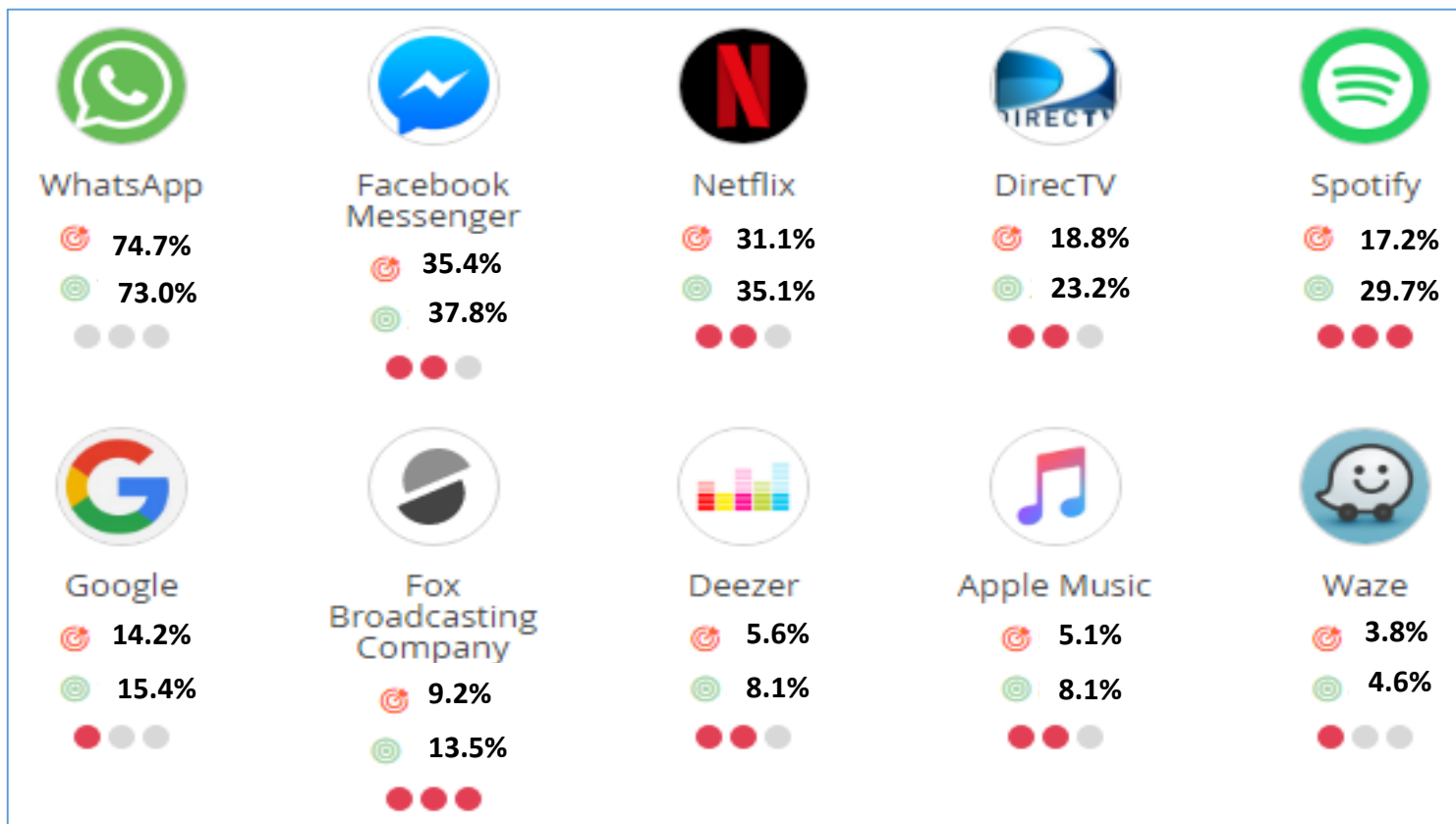
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

INSTAGRAM



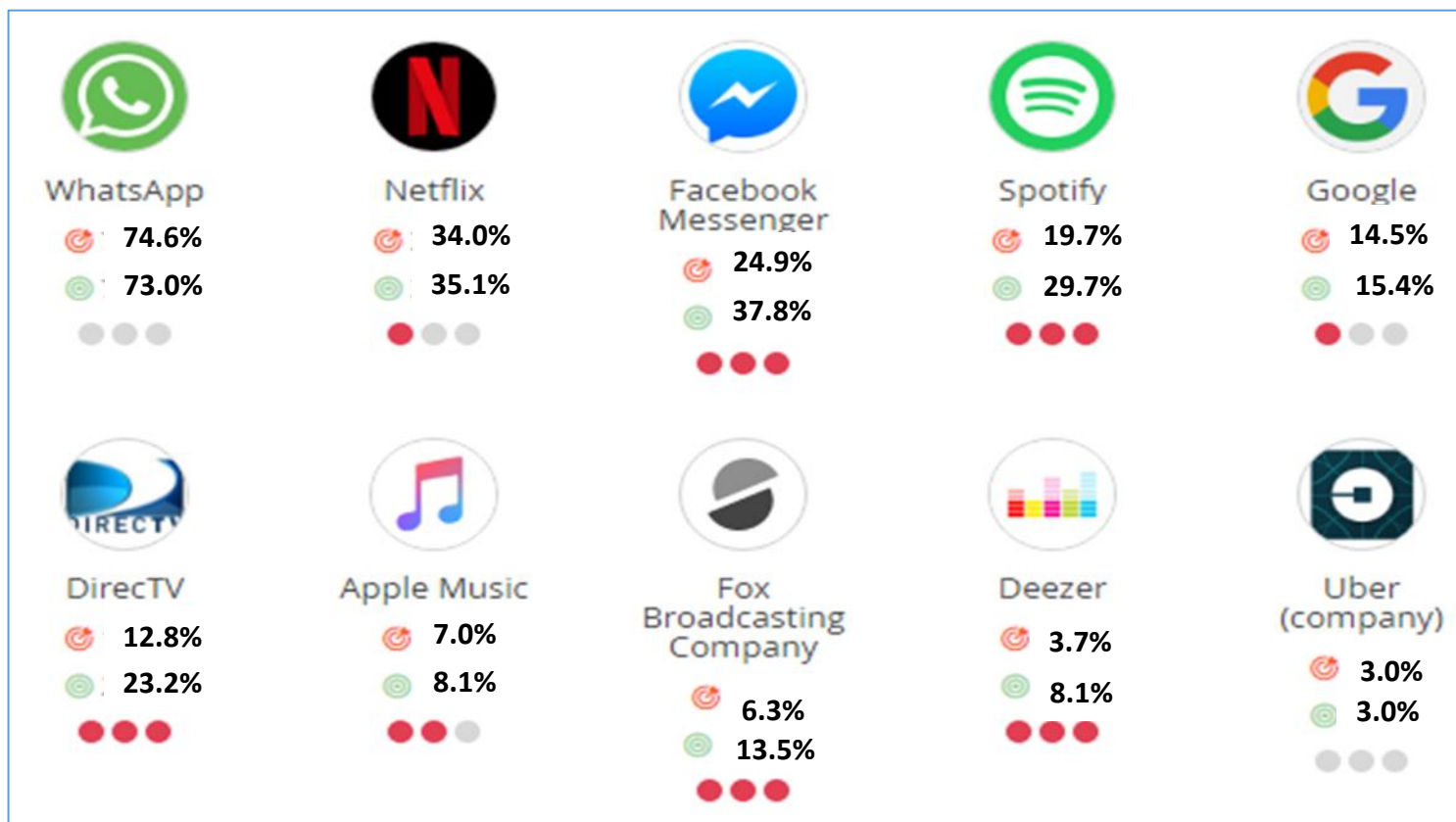
- Marcas de establecimientos de comida rápida y de e-commerce como **In-N-Out Burger** . **McDonald's** y **Booking.com** son consideradas por las personas interactúan con las plataforma P.A.N en IG como las de mayor hospitalidad.

FACEBOOK

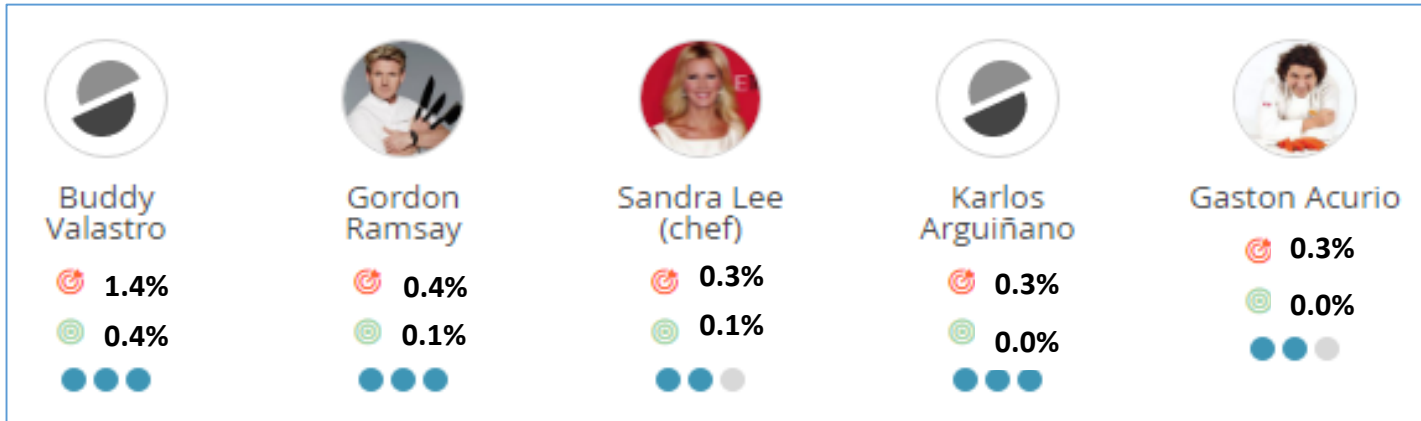


- **WhatsApp, Facebook Messenger y Netflix** son las principales APPS que son consideradas por las personas que interactúan con las plataforma P.A.N en FB e IG.

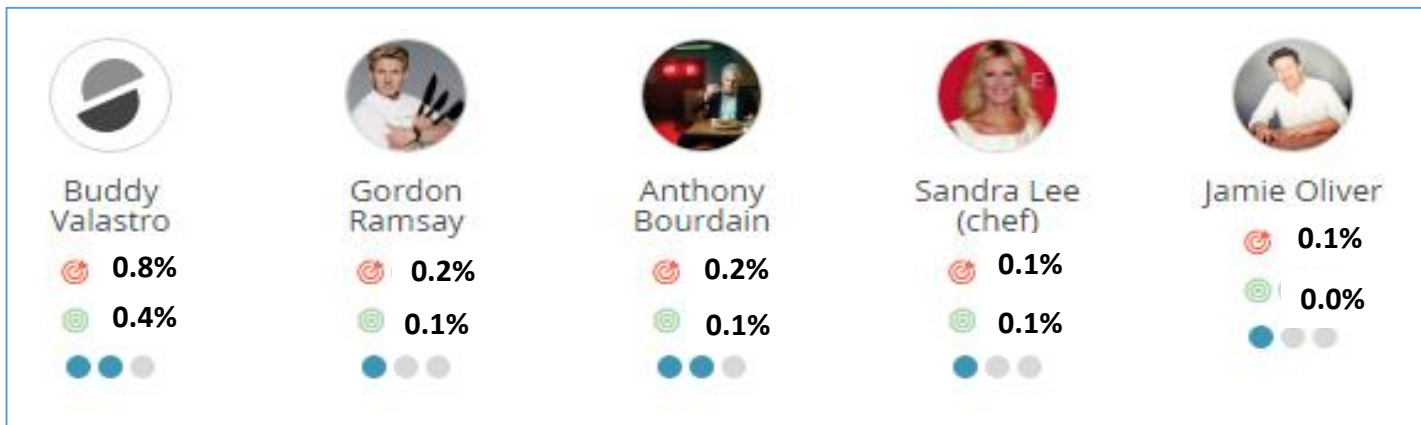
INSTAGRAM



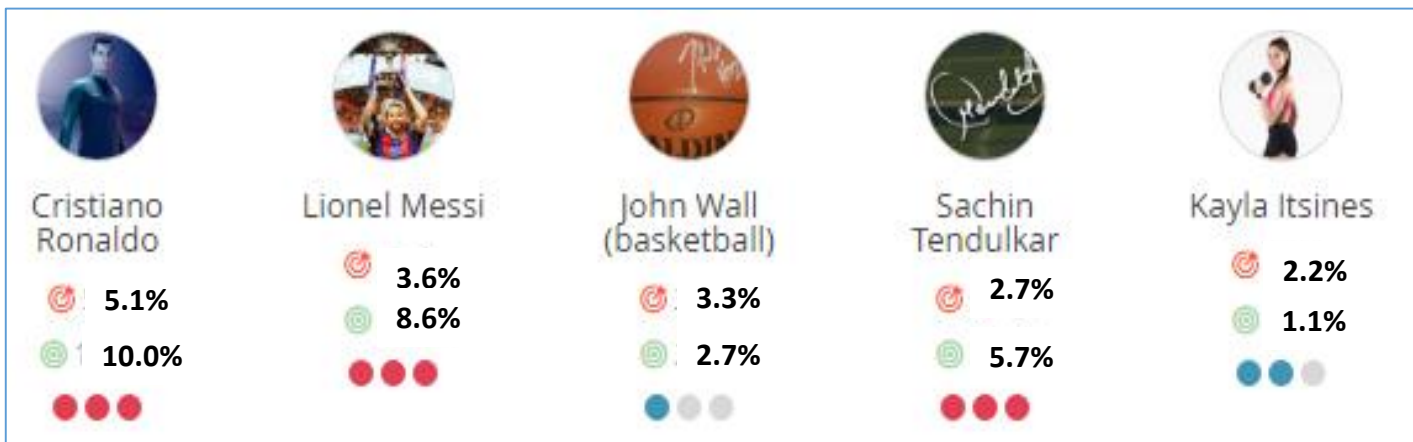
5. CULINARY CHEFS



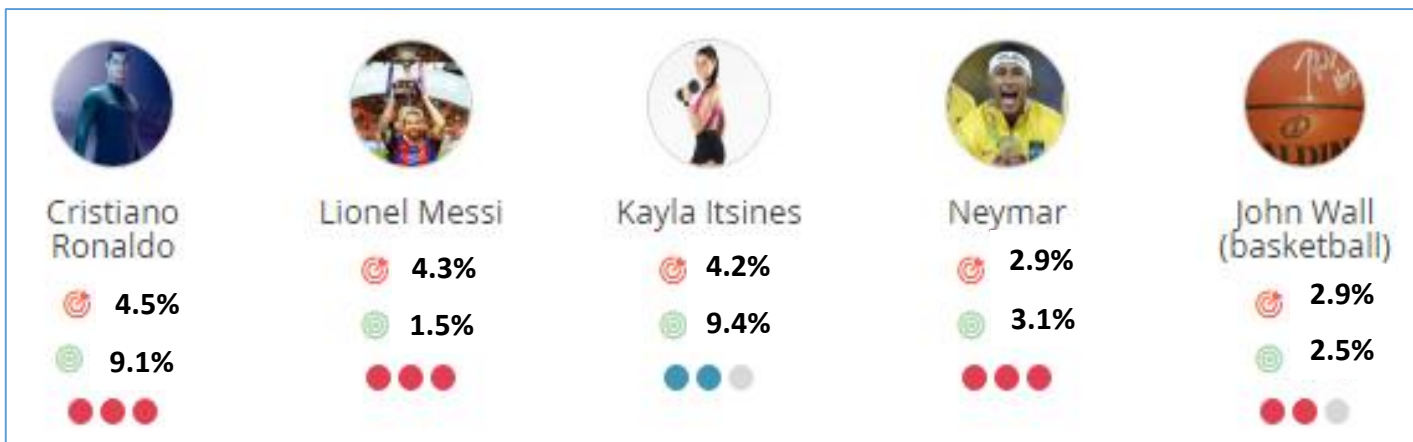
FACEBOOK



INSTAGRAM



FACEBOOK



INSTAGRAM



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

**Caracas
Mayo, 2021**