



**Caracas**  
**Marzo, 2022**



## **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
<b>FACEBOOK</b>	<b>Población:</b> 625.750 personas*	<b>Población:</b> 32.550.000 personas	<b>Seguidores al cierre de Marzo: 31.9k</b>  <b>Cuentas alcanzadas en el periodo (Marzo): 23.9k</b>
	<b>Fuente:</b> Personas que han interactuado con la Pagina Facebook P.A.N. España en el mes de Marzo	<b>País donde viven:</b> España	
	<b>País donde viven:</b> España	<b>Edad:</b> 18 -65 años	
	<b>Edad :</b> 18 -65 años		
<b>INSTAGRAM</b>	<b>Población:</b> 814.100 personas*	<b>Población:</b> 38.500.000 personas	<b>Seguidores al cierre de Marzo: 92.20k</b>  <b>Cuentas alcanzadas en el periodo (Marzo): 270K</b>
	<b>Fuente:</b> Personas que han interactuado con la cuenta IG P.A.N. España en el mes de Marzo	<b>País donde viven:</b> España	
	<b>País donde viven:</b> España	<b>Edad:</b> 18 -65 años	
	<b>Edad :</b> 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
<b>1. SOCIO DEMOGRAPHICS</b>	<b>EDAD:</b>	El <b>60%</b> entre 25 y 44 años.	El <b>73%</b> entre 25 y 54 años.
	<b>SEXO:</b>	<b>87 %</b> son Mujeres.	<b>66 %</b> son Mujeres.
	<b>CIUDAD:</b>	Viven principalmente en: <b>Madrid (29,9%); Barcelona (6,5%)</b> y <b>Tenerife (3,3%)</b>	Viven principalmente en: <b>Madrid (30,8%); Barcelona (4,7%)</b> y <b>Valencia (2,5%)</b>
<b>2. MEDIA</b>		FACEBOOK	INSTAGRAM
	<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y APPS DE INTERÉS:</b>	<b>Time-Magazine (52,9%)</b> <b>Instagram (39,1%)</b> <b>Vogue-Magazine (38,2%)</b>	<b>Time-Magazine (55,7%)</b> <b>Instagram (39,5%)</b> <b>Facebook (37,7%)</b>
<b>3. LIFE STYLE &amp; BEHAVIOR</b>		FACEBOOK	INSTAGRAM
	<b>HOBBIES DE INTERÉS:</b>	<b>Ir de compras (70,7%)</b> <b>Música (68,4%)</b> <b>Compras Online (67,1%)</b>	<b>Ir de compras (69,9%)</b> <b>Música (68,%)</b> <b>Compras Online (66,7%)</b>
	<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:</b>	<b>Bebidas alcohólicas(47,5%)</b> <b>Cerveza(40,8%)</b> <b>Chocolates(40,2,%)</b>	<b>Bebidas alcohólicas(46,9%)</b> <b>Cerveza(40,8%)</b> <b>Chocolates(38,6%)</b>
	<b>DEPORTES Y ACTIVIDADES DE BIENESTAR:</b>	<b>Physical Fitness (47,8%)</b> <b>Spa (41,4%);</b> <b>Futbol (67,0%),</b> <b>Basketball(38,9%)</b>	<b>Physical Fitness (44,9%)</b> <b>Personal exercise (41,0%);</b> <b>Futbol (68,2%),</b> <b>Basketball(40,5%)</b>
	<b>VIAJE A ( PAÍSES FAVORITOS)</b>	<b>España (68,6%)</b> <b>Canada (43,9%)</b> <b>Mexico (33,0%)</b>	<b>España (68,6%)</b> <b>Canada (43,8%)</b> <b>Mexico (33,4%)</b>

## OVERVIEW TARGET AUDIENCE

		FACEBOOK	INSTAGRAM
<b>4. BRANDS</b>	<b>MARCAS DE PRODUCTOS DE INTERÉS:</b>	H&M (39,4%) Gucci (38,0%) Prada (36,8%)	H&M (38,1%) Gucci (37,4%) Prada (36,1%)
	<b>MARCAS DE SERVICIOS DE INTERÉS:</b>	Discover Card (45,1%) Iberia-airline (41,2%) Amazon.com (39,0%)	Discover Card (43,9%) Iberia-airline (41,4%) Amazon.com (39,4%)
	<b>MARCAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE INTERÉS:</b>	Mentos (31,3%) Nestlé (16,5%) Pepsi (16,0%)	Mentos (31,0%) Nespresso(15,2%) Seaco (14,0%)
	<b>MARCAS DE RETAILS DE INTERÉS:</b>	Amazon.com (39,0%) C&A (35,5%) Alibaba.com (34,2%)	Amazon.com (39,4%) C&A (36,0%) Alibaba.com (35,4%)
<b>5. PEOPLE</b>	<b>CHEFS:</b>	Karlos Arguiñano (4,9%) Jaime Oliver (3,0%) Martin Berasategui(2,7%)	Karlos Arguiñano (4,8%) Jaime Oliver (3,2%) Martin Berasategui (2,8%)
	<b>SOCIAL MEDIA INFLUENCERS</b>	Dulceida (25,8%) Zayn Malik (0,5%) Lovely Pepa (0,4%)	Dulceida (21,5%) Zayn Malik (0,4%) Lovely Pepa (0,2%)



# 1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

## AGE BREAKDOWN

### FACEBOOK

Name			
18-24	9.6 %	16.1 %	
25-34	33.0 %	25.7 %	
35-44	27.2 %	21.6 %	
45-54	15.0 %	18.3 %	
55-64	9.3 %	11.3 %	
65+	5.9 %	7.0 %	

### INSTAGRAM

Name			
18-24	7.1 %	16.1 %	
25-34	23.8 %	25.7 %	
35-44	23.1 %	21.6 %	
45-54	26.1 %	18.3 %	
55-64	12.6 %	11.3 %	
65+	7.4 %	7.0 %	

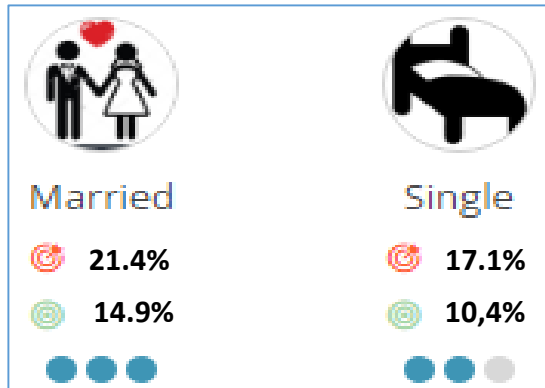
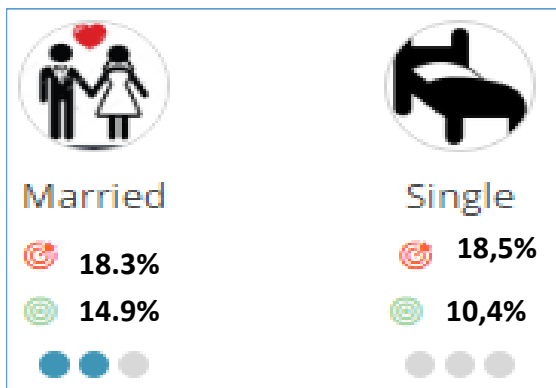
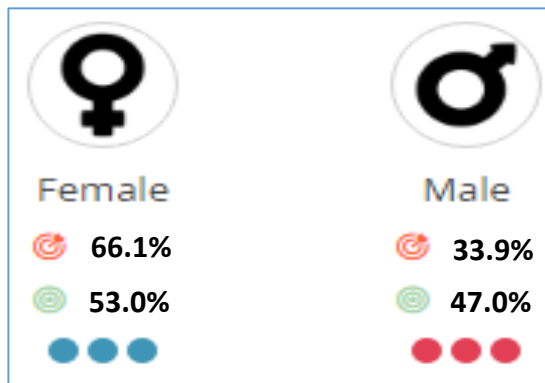
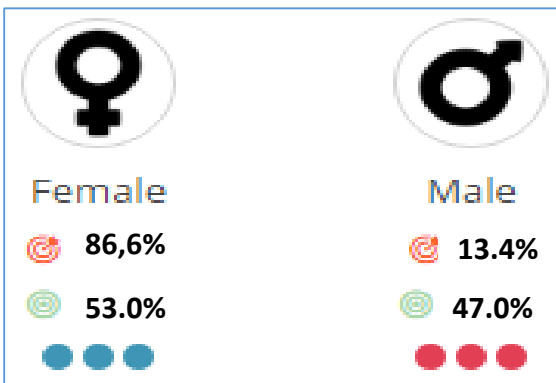
- La audiencia target que interactuar con la plataforma P.A.N. España FB se mantiene en rango de edad de 35 a 54 años; (60,2 % ) ; mientras que en IG el 73% está en un rango mas amplio ( 24 a 54 años.)



### 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



# 1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

## EDUCATION STATUS

### FACEBOOK

Name			
Alum	36.8 %	28.5 %	
Unspecified	30.0 %	47.0 %	
High school grad	16.4 %	14.9 %	
Some college	5.1 %	3.1 %	
Undergrad	4.3 %	1.8 %	

### INSTAGRAM

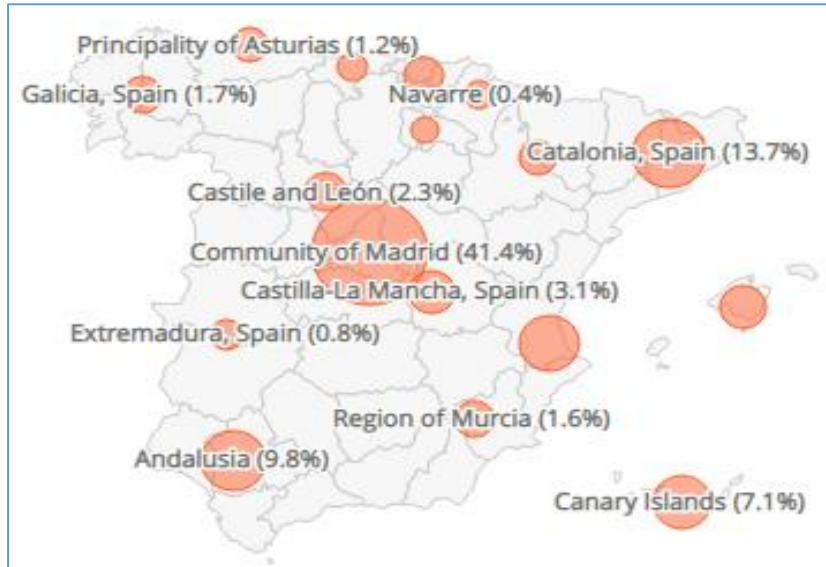
Name			
Alum	37.5 %	28.5 %	
Unspecified	30.9 %	47.0 %	
High school grad	16.8 %	14.9 %	
Some college	4.4 %	3.1 %	
Some high school	3.4 %	2.8 %	



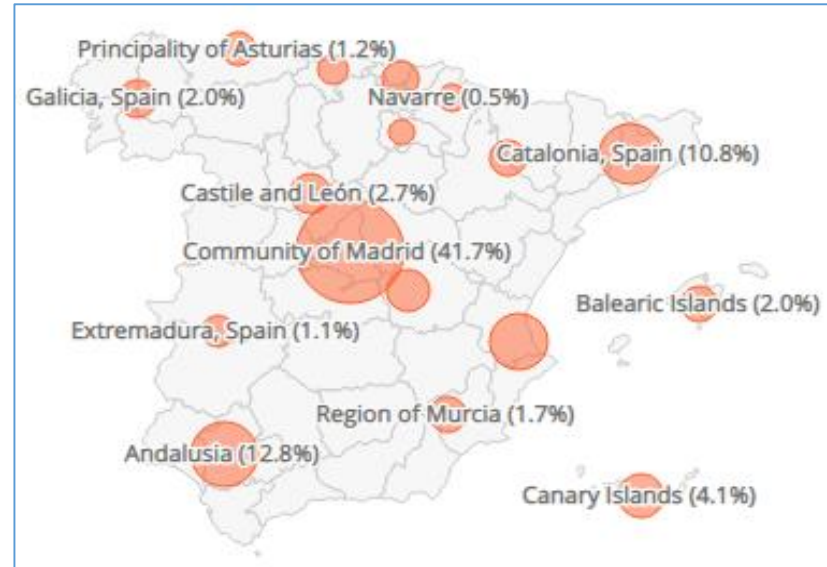
# 1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

## REGIONS IN WHICH YOUR AUDIENCE LIVE

### FACEBOOK



### INSTAGRAM



Name			
Community of Madrid	41.4 %	15.7 %	
Catalonia, Spain	13.7 %	18.0 %	
Andalusia	9.8 %	19.0 %	
Comunidad Valenciana, Spain	7.9 %	10.3 %	
Canary Islands	7.1 %	4.8 %	

Name			
Community of Madrid	41.7 %	15.7 %	
Andalusia	12.8 %	19.0 %	
Catalonia, Spain	10.8 %	18.0 %	
Comunidad Valenciana, Spain	8.7 %	10.3 %	
Canary Islands	4.1 %	4.8 %	



# 1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

## TOP CITIES WHERE YOUR TARGET AUDIENCE LIVE

### FACEBOOK

Name			
Madrid, Spain	29.9 %	10.0 %	● ● ●
Barcelona, Spain	6.5 %	5.2 %	● ● ●
Tenerife	3.3 %	2.2 %	● ● ●
Valencia	2.3 %	2.5 %	● ● ●
Carabanchel Bajo, Madrid, Spain	2.2 %	0.6 %	● ● ●

### INSTAGRAM

Name			
Madrid, Spain	30.8 %	10.0 %	● ● ●
Barcelona, Spain	4.7 %	5.2 %	● ● ●
Valencia	2.5 %	2.5 %	● ● ●
Puente De Vallecas, Madrid, Spain	2.3 %	0.6 %	● ● ●
Carabanchel Bajo, Madrid, Spain	2.2 %	0.6 %	● ● ●

- **Madrid, Barcelona, Tenerife 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)	52.9 %	40.1 %	
Instagram	39.1 %	24.1 %	
Vogue (magazine)	38.2 %	37.5 %	
Facebook	37.5 %	27.0 %	
Telecinco	31.9 %	28.9 %	
Sky News	30.4 %	31.2 %	
El Mundo (Spain)	28.8 %	19.8 %	
La Vanguardia	25.9 %	20.1 %	
El País	22.7 %	16.4 %	
El Mueble	20.0 %	22.0 %	

### INSTAGRAM









Name			
Time (magazine)	55.7 %	40.1 %	
Instagram	39.5 %	24.1 %	
Facebook	37.7 %	27.0 %	
Vogue (magazine)	37.0 %	37.5 %	
Telecinco	31.7 %	28.9 %	
El Mundo (Spain)	31.0 %	19.8 %	
Sky News	29.5 %	31.2 %	
La Vanguardia	29.4 %	20.1 %	
El País	26.8 %	16.4 %	
El Mueble	19.9 %	22.0 %	

### TOP MAGAZINES BY REACH

#### FACEBOOK

Name			
 Time (magazine)	52.9 %	40.1 %	●●●
 Vogue (magazine)	38.2 %	37.5 %	●●●
 El Mueble	20.0 %	22.0 %	●●●
 Revista HOLA	17.8 %	16.4 %	●●●
 ¡Holal	17.6 %	13.1 %	●●●

#### INSTAGRAM

Name			
 Time (magazine)	55.7 %	40.1 %	●●●
 Vogue (magazine)	37.0 %	37.5 %	●●●
 El Mueble	19.9 %	22.0 %	●●●
 Revista HOLA	17.4 %	16.4 %	●●●
 ¡Holal	16.4 %	13.1 %	●●●

- **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 50%, el medio impreso sigue siendo importante como por ejemplo **Time –(Magazine)**.

### TOP NEWSPAPERS BY REACH

#### FACEBOOK














Name			
El Mundo (Spain)	28.8 %	19.8 %	
La Vanguardia	25.9 %	20.1 %	
El País	22.7 %	16.4 %	
El Confidencial	15.4 %	14.4 %	
Sport (Spanish newspaper)	15.3 %	14.0 %	

#### INSTAGRAM

Name			
El Mundo (Spain)	31.0 %	19.8 %	
La Vanguardia	29.4 %	20.1 %	
El País	26.8 %	16.4 %	
El Confidencial	17.7 %	14.4 %	
Sport (Spanish newspaper)	15.5 %	14.0 %	

### TOP RADIO CHANNELS BY REACH

#### FACEBOOK

Name			
 Cadena SER	16.7 %	14.0 %	
 Cadena COPE	10.0 %	10.3 %	
 Onda Cero	4.6 %	3.4 %	
 Cadena Dial	2.7 %	2.0 %	
 Los 40 Principales	2.6 %	2.1 %	

#### INSTAGRAM

Name			
 Cadena SER	18.2 %	14.0 %	
 Cadena COPE	11.9 %	10.3 %	
 Onda Cero	5.2 %	3.4 %	
 Cadena Dial	2.3 %	2.0 %	
 Los 40 Principales	1.7 %	2.1 %	



### TOP TV CHANNELS BY REACH

#### FACEBOOK














Name			
Telecinco	31.9 %	28.9 %	
Sky News	30.4 %	31.2 %	
LaSexta	18.0 %	21.4 %	
Antena 3 (Spain)	17.8 %	11.7 %	
Arte	13.3 %	9.8 %	

#### INSTAGRAM














Name			
Telecinco	31.7 %	28.9 %	
Sky News	29.5 %	31.2 %	
LaSexta	17.0 %	21.4 %	
Antena 3 (Spain)	16.7 %	11.7 %	
Arte	13.5 %	9.8 %	

### TOP SOCIAL NETWORKS BY REACH

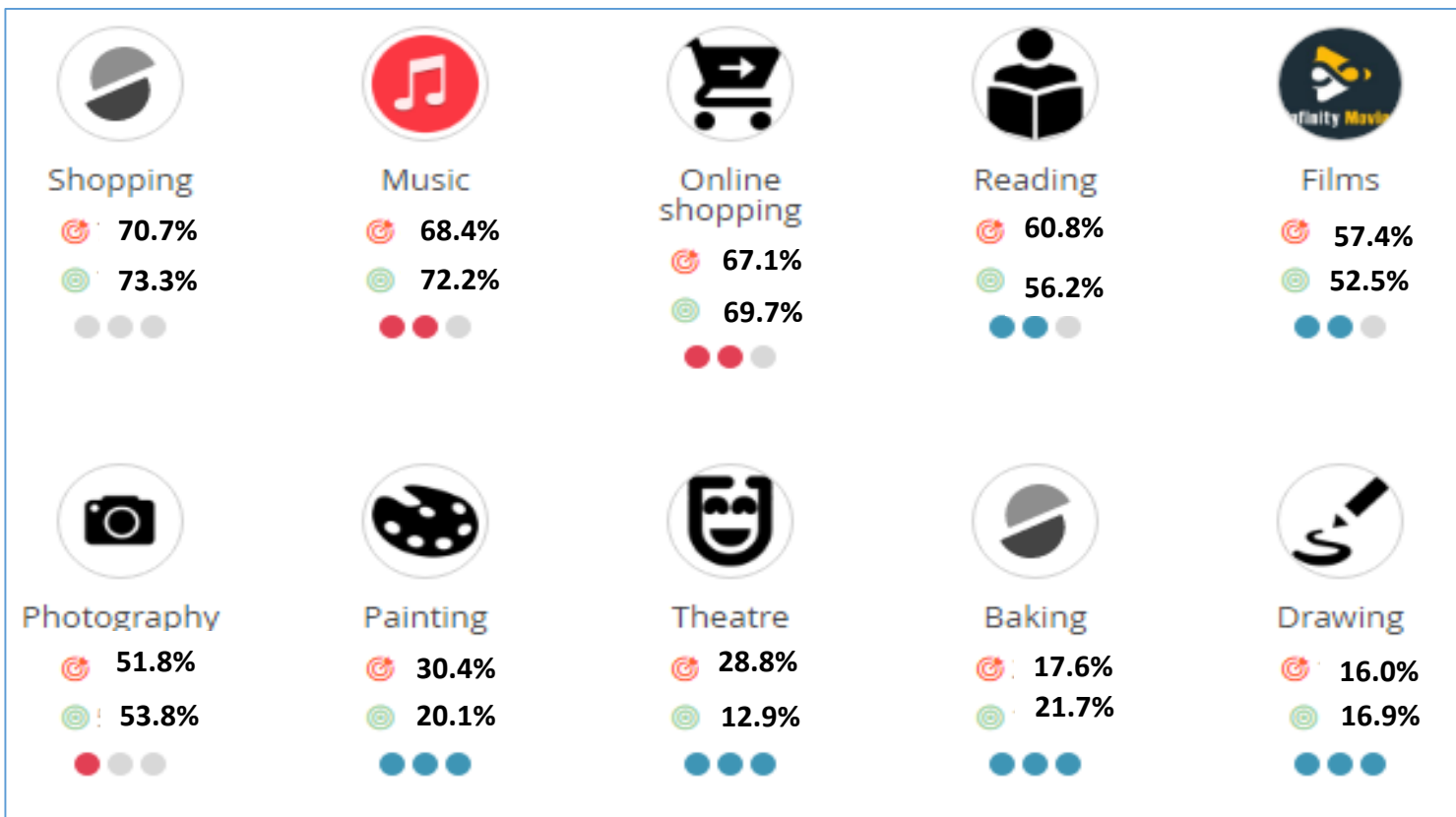
#### FACEBOOK

Name			
 Instagram	39.1 %	24.1 %	
 Facebook	37.5 %	27.0 %	
 Pinterest	17.0 %	8.4 %	
 Tik Tok	16.7 %	8.3 %	
 Twitter	10.2 %	5.2 %	

#### INSTAGRAM

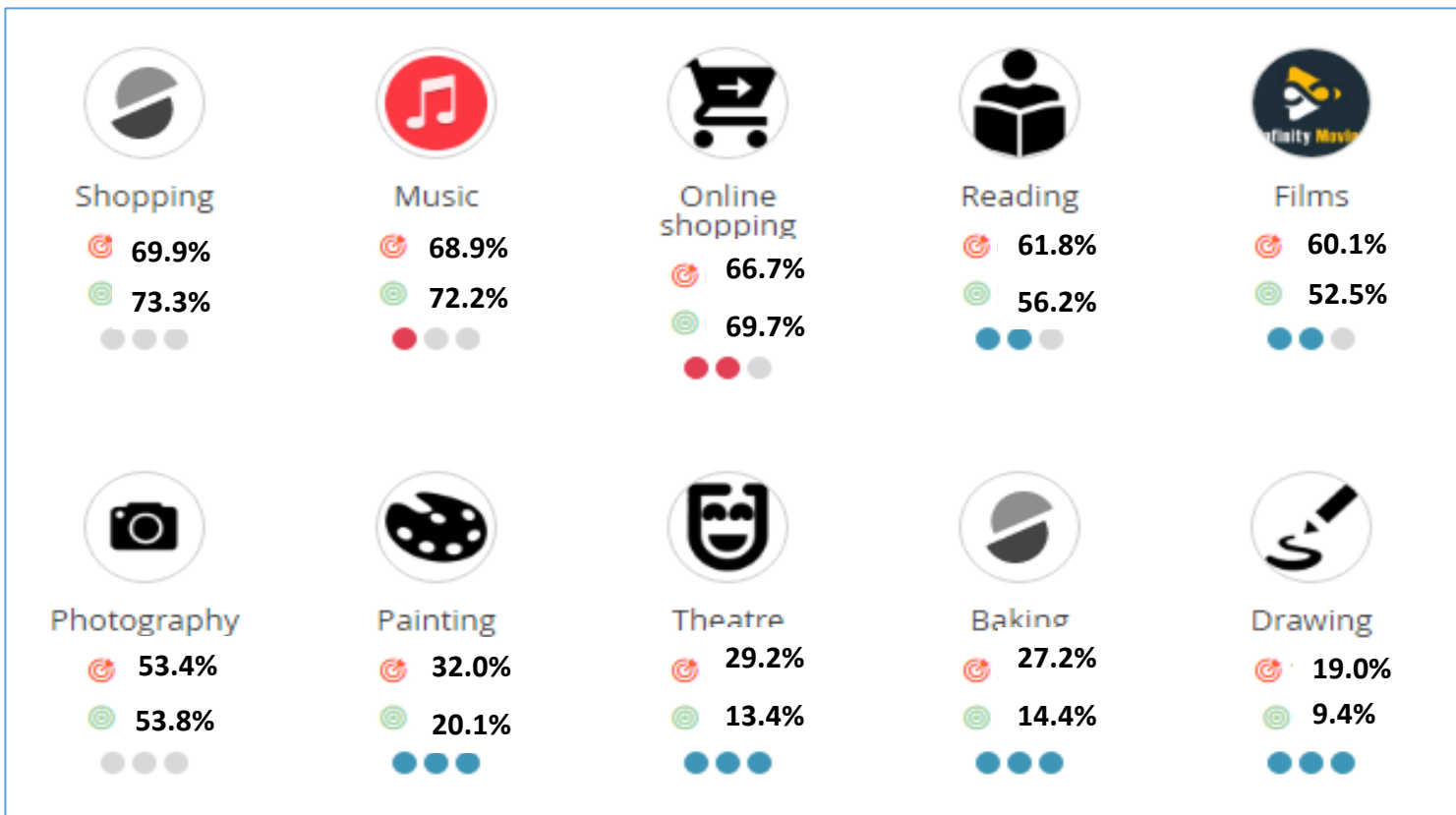
Name			
 Instagram	39.5 %	24.1 %	
 Facebook	37.7 %	27.0 %	
 YouTube	18.9 %	13.7 %	
 Pinterest	15.6 %	8.4 %	
 Tik Tok	15.0 %	8.3 %	

### FACEBOOK



- **La compra tanto presencial** es la actividad que mas predomina en el target audiencia 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	47.5 %	40.7 %	● ● ●
Beer	40.8 %	32.0 %	● ● ●
Chocolate	40.2 %	33.3 %	● ● ●
Wine	36.8 %	24.1 %	● ● ●
Coffee	32.6 %	17.1 %	● ● ●
Distilled drinks	30.8 %	16.1 %	● ● ●
Barbecue	30.1 %	14.0 %	● ● ●
Italian cuisine	24.9 %	13.1 %	● ● ●
Diners	21.8 %	9.1 %	● ● ●
Hamburger	21.4 %	10.8 %	● ● ●

#### INSTAGRAM














Name			
Alcoholic drink	46.9 %	40.7 %	● ● ●
Beer	40.8 %	32.0 %	● ● ●
Chocolate	38.6 %	33.3 %	● ● ●
Wine	37.3 %	24.1 %	● ● ●
Coffee	31.7 %	17.1 %	● ● ●
Barbecue	30.4 %	14.0 %	● ● ●
Distilled drinks	30.2 %	16.1 %	● ● ●
Italian cuisine	25.2 %	13.1 %	● ● ●
Diners	21.7 %	9.1 %	● ● ●
Hamburger	19.7 %	10.8 %	● ● ●

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














### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

#### MOVIE GENRES

#### FACEBOOK

Name			
 Thriller films	24.8 %	13.7 %	
 Documentary films	23.7 %	14.4 %	
 Science fiction films	22.5 %	12.3 %	
 Horror films	22.3 %	10.8 %	
 Drama films	21.3 %	18.1 %	

#### INSTAGRAM

Name			
 Thriller films	27.8 %	13.7 %	
 Documentary films	26.5 %	14.4 %	
 Science fiction films	25.0 %	12.3 %	
 Drama films	22.9 %	18.1 %	
 Horror films	22.2 %	10.8 %	



### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

#### MOVIES

#### FACEBOOK

Name			
Frozen (2013 film)	14.6 %	10.0 %	
Harry Potter (film series)	13.8 %	13.1 %	
Star Wars	12.0 %	10.6 %	
The Avengers (2012 film)	8.6 %	11.1 %	
The Lion King	8.3 %	6.6 %	

#### INSTAGRAM

Name			
Frozen (2013 film)	12.7 %	10.0 %	
Star Wars	12.3 %	10.6 %	
Harry Potter (film series)	10.7 %	13.1 %	
The Avengers (2012 film)	7.9 %	11.1 %	
Spider-Man (2002 film)	6.8 %	10.3 %	

### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

**SERIES**

#### FACEBOOK

Name			
Friends	36.2 %	20.3 %	
Touch	24.6 %	13.1 %	
Lost (série TV)	23.0 %	15.4 %	
Girls (TV series)	17.3 %	11.4 %	
House (TV series)	17.3 %	9.7 %	

#### INSTAGRAM














Name			
Friends	35.4 %	20.3 %	
Touch	25.8 %	13.1 %	
Lost (série TV)	22.9 %	15.4 %	
House (TV series)	16.2 %	9.7 %	
Girls (TV series)	15.7 %	11.4 %	















### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

#### LITERATURE

#### FACEBOOK

Name			
 Horror fiction	21.2 %	21.4 %	
 Detective fiction	20.7 %	21.0 %	
 Manga	17.9 %	8.6 %	
 Romance novels	14.1 %	5.1 %	
 Mystery fiction	9.0 %	4.0 %	

#### INSTAGRAM

Name			
 Horror fiction	19.2 %	21.4 %	
 Manga	19.1 %	8.6 %	
 Detective fiction	18.2 %	21.0 %	
 Romance novels	12.9 %	5.1 %	
 Mystery fiction	9.8 %	4.0 %	



### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

#### MUSIC GENRES THAT YOUR AUDIENCE LIKES

##### FACEBOOK

Name			
Electronic music	36.9 %	25.3 %	
Rhythm and blues music	34.9 %	21.5 %	
Heavy metal music	31.9 %	19.8 %	
Blues music	30.9 %	17.4 %	
Salsa music	29.1 %	33.3 %	














##### INSTAGRAM

Name			
Electronic music	37.4 %	25.3 %	
Rhythm and blues music	35.3 %	21.5 %	
Heavy metal music	33.7 %	19.8 %	
Blues music	31.9 %	17.4 %	
Jazz music	29.3 %	14.3 %	














### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

#### POLITICAL & SOCIAL ISSUES

#### FACEBOOK

Name			
 Culture	39.3 %	30.1 %	
 WWF	32.0 %	33.0 %	
 Religion	27.8 %	13.4 %	
 Sustainability	26.5 %	14.4 %	
 Greenpeace	26.2 %	24.4 %	

#### INSTAGRAM

Name			
 Culture	39.1 %	30.1 %	
 WWF	31.1 %	33.0 %	
 Sustainability	28.6 %	14.4 %	
 Religion	28.4 %	13.4 %	
 Greenpeace	23.6 %	24.4 %	

### 3. LIFESTYLE & BEHAVIOR( HOBBIES & ACTIVITIES)

#### HOME & GARDEN














##### FACEBOOK

Name			
Interior design	33.5 %	30.1 %	
Furniture	31.2 %	20.0 %	
Gardening	25.5 %	24.1 %	
Do it yourself (DIY)	24.6 %	20.4 %	
DIY	22.4 %	25.5 %	














##### INSTAGRAM

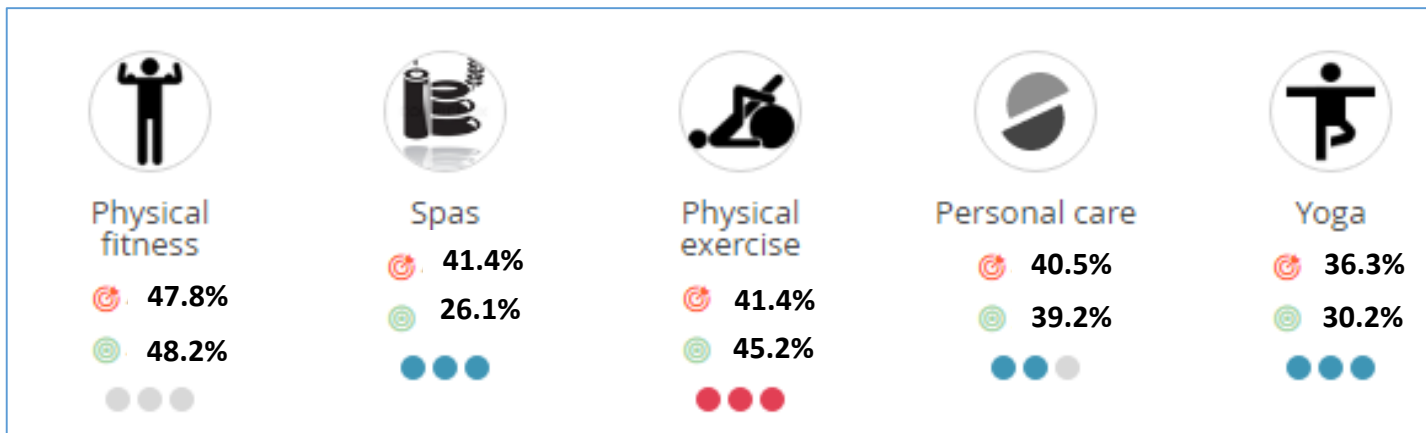
Name			
Interior design	35.4 %	30.1 %	
Furniture	33.2 %	20.0 %	
Gardening	29.8 %	24.1 %	
Do it yourself (DIY)	29.5 %	20.4 %	
DIY	29.1 %	25.5 %	

### FACEBOOK

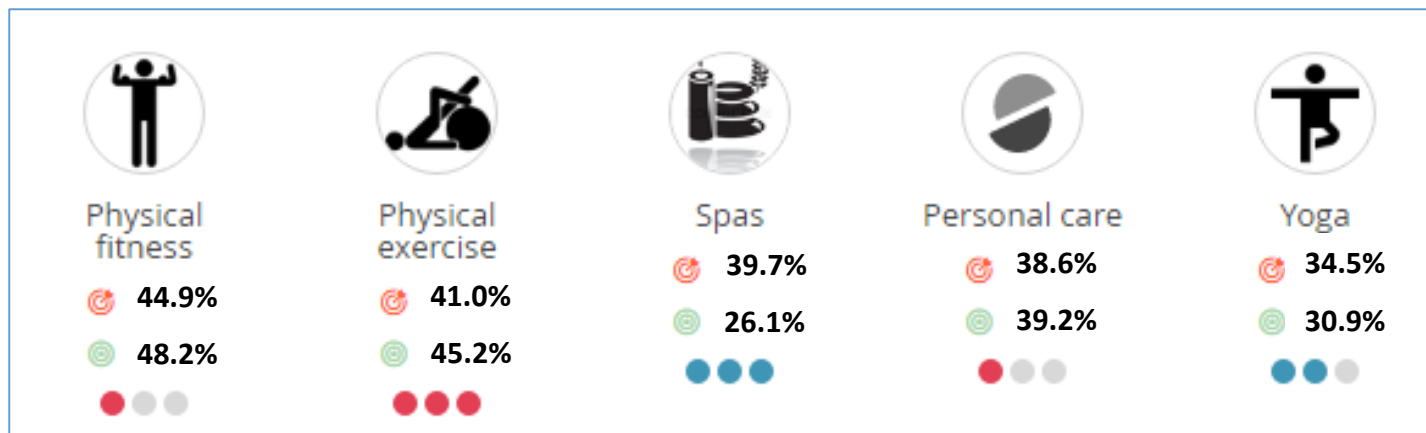
Name			
 Dogs	34.9 %	29.3 %	
 Cats	31.3 %	24.1 %	
 Birds	20.2 %	10.3 %	
 Horses	15.7 %	9.1 %	
 Puppy	9.4 %	10.9 %	

### INSTAGRAM

Name			
 Dogs	35.2 %	29.3 %	
 Cats	31.8 %	24.1 %	
 Birds	20.8 %	10.3 %	
 Horses	16.6 %	9.1 %	
 Rabbits	9.2 %	6.0 %	

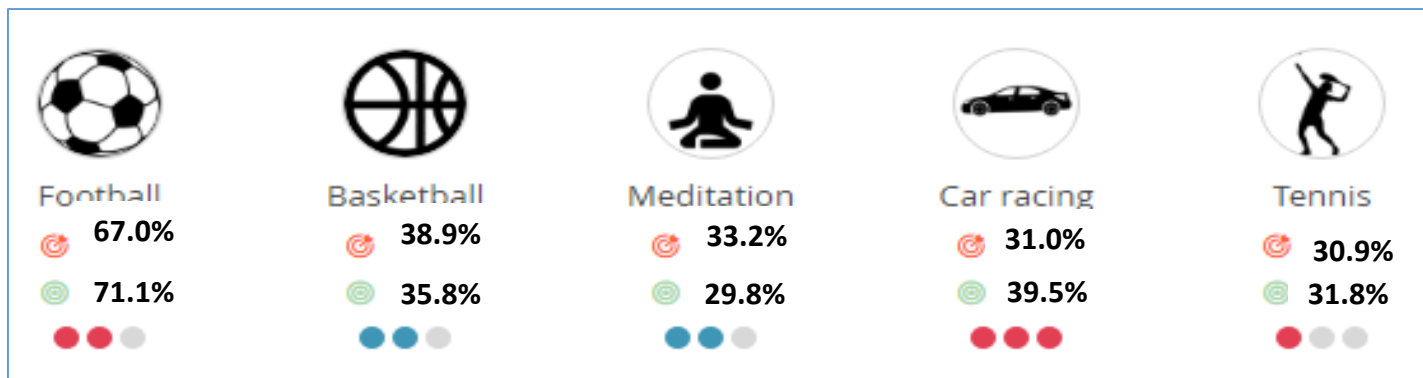


FACEBOOK

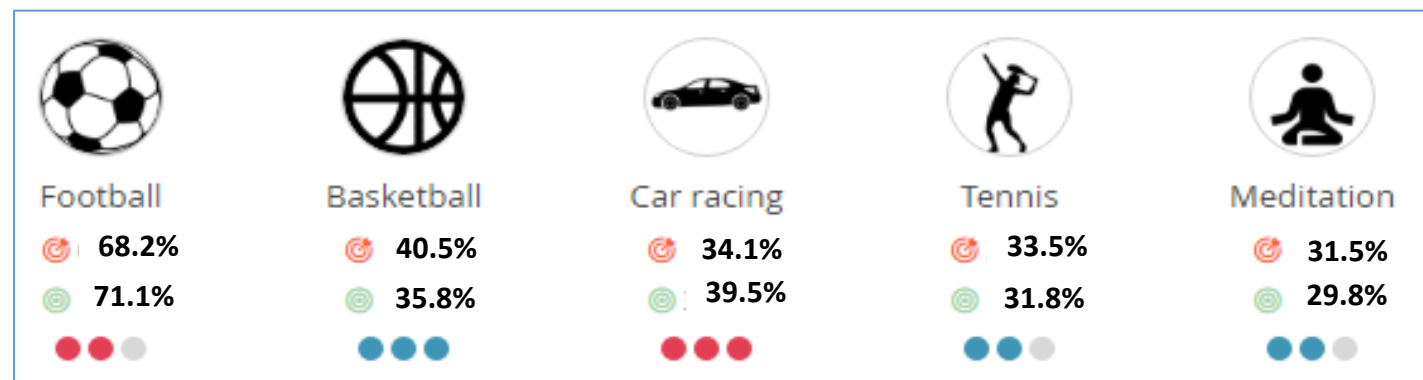


INSTAGRAM

- **Ejercicios físicos, Fitness y Spa** 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.



FACEBOOK

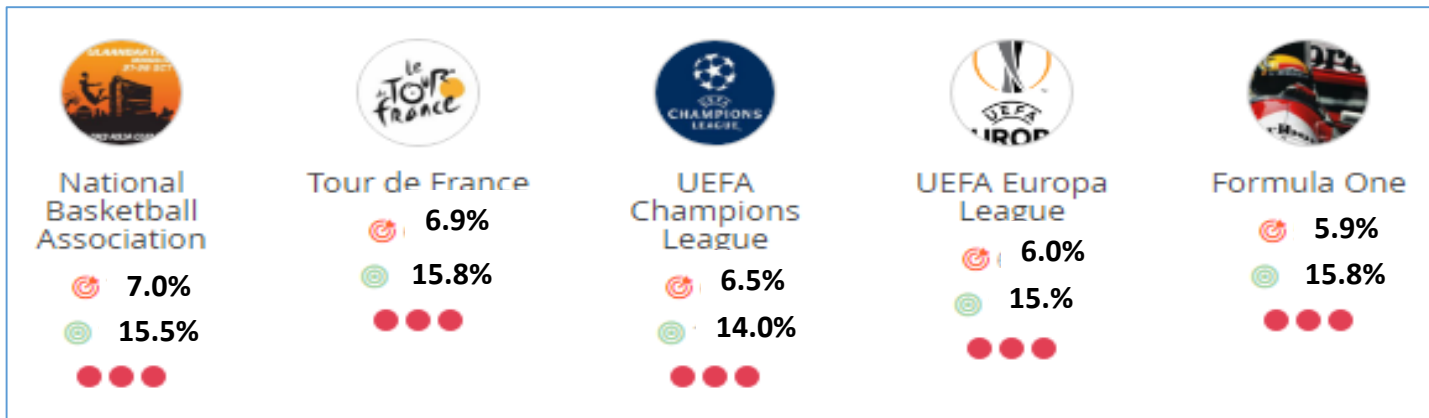


INSTAGRAM

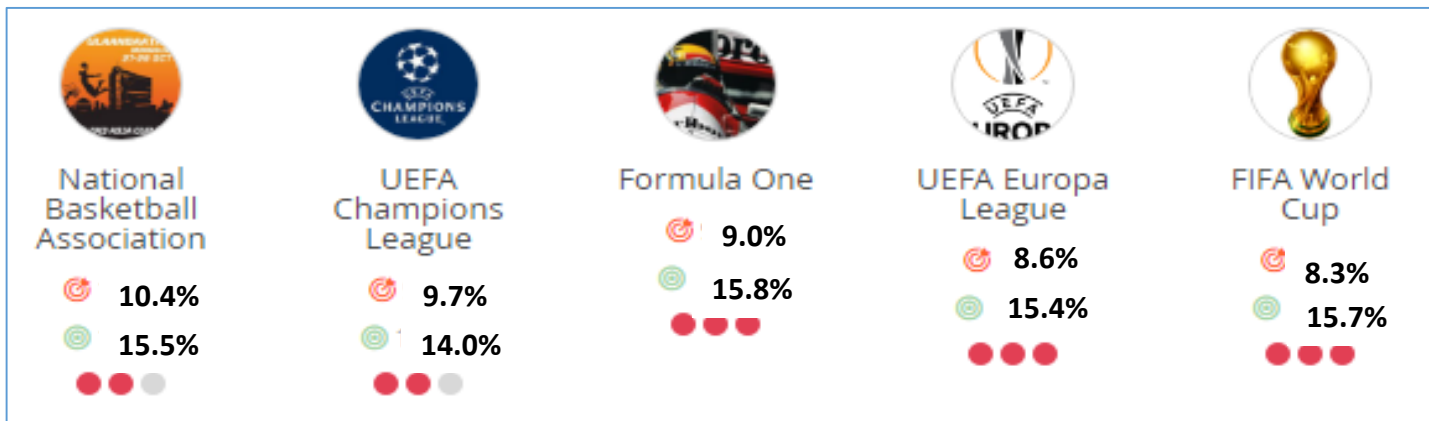
- **EL Football y el Basketball** siguen siendo los deportes por cuales se interesa las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. España en FB e IG. Siendo la **Liga nacional de Basketball** el principal evento en el que se muestran interesados, seguido de la **UEFA Champions League**

## DOES YOUR AUDIENCE HAVE FAVORITE SPORT EVENTS?

FACEBOOK

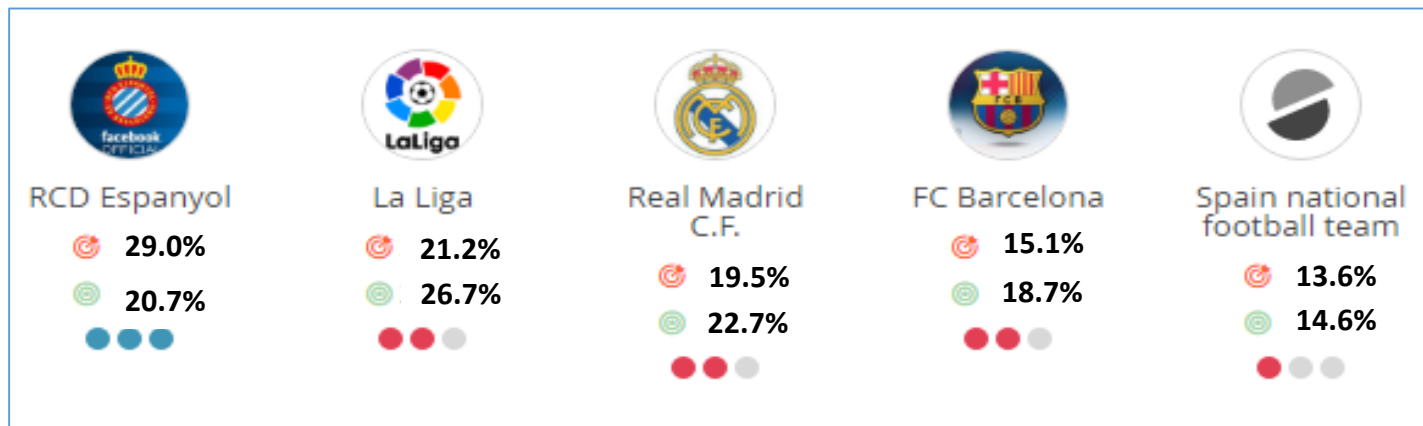


INSTAGRAM

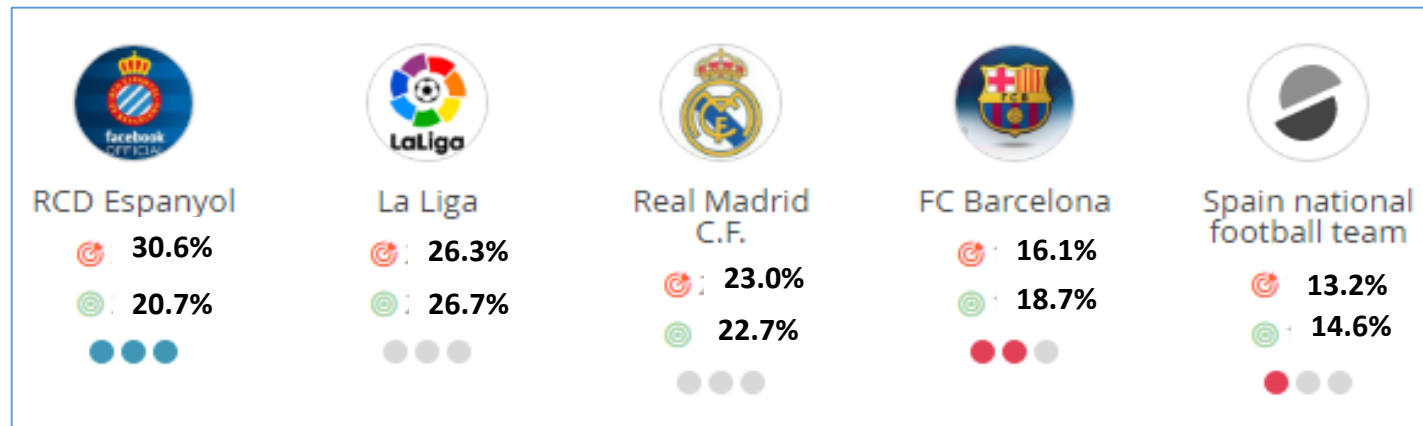




## FOOTBALL/SOCCER BY REACH

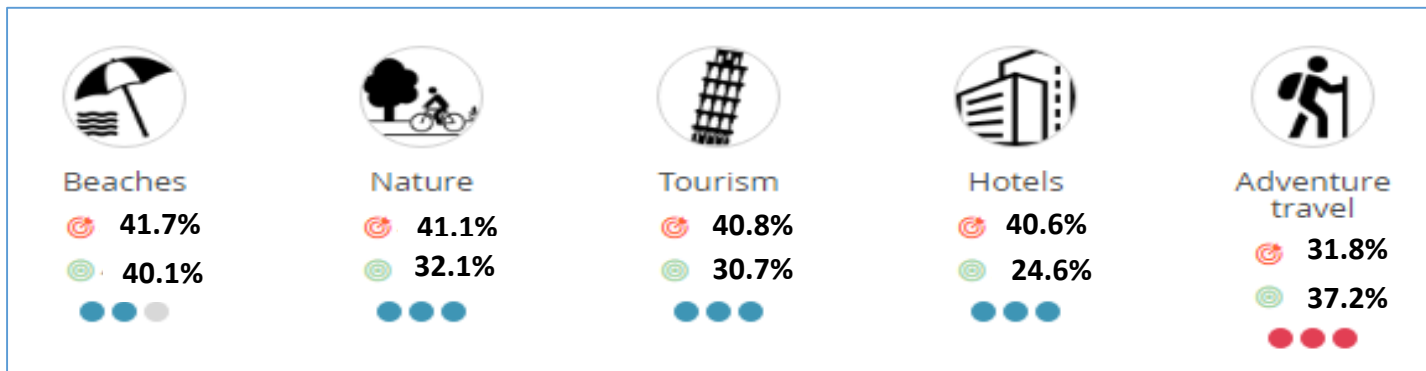


FACEBOOK

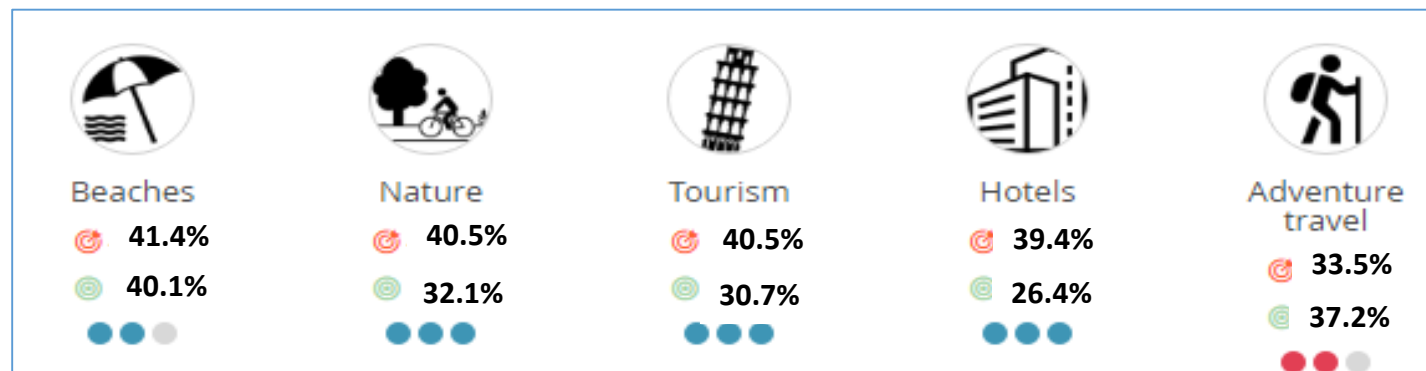


INSTAGRAM

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

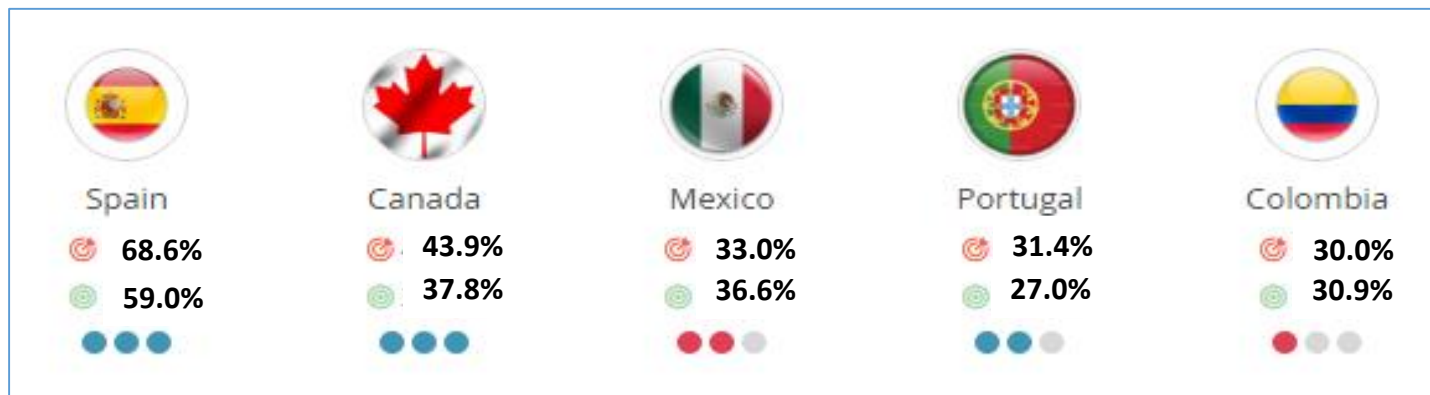


FACEBOOK

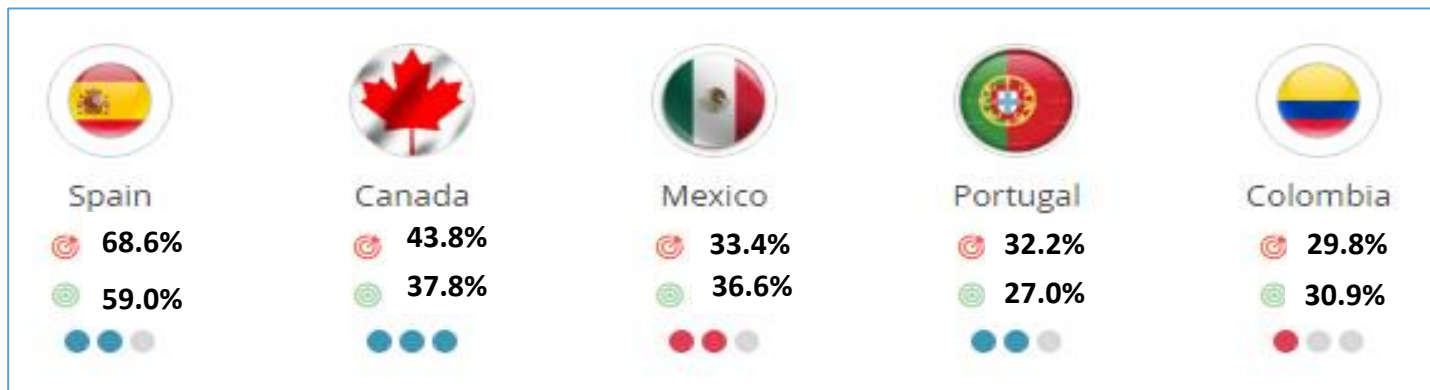


INSTAGRAM

#### FAVORITE COUNTRIES



FACEBOOK
















INSTAGRAM














- Mientras que **España, Canadá y México** son países favoritos para viajar de las personas que interactúan con las plataformas P.A.N. España FB e IG.

## FAVORITE CITIES

### FACEBOOK

Name			
 Madrid	42.3 %	35.3 %	
 Barcelona	39.5 %	38.6 %	
 Lima	32.3 %	33.8 %	
 Berlin	30.4 %	20.1 %	
 Valencia	24.0 %	13.7 %	














### INSTAGRAM

Name			
 Madrid	42.3 %	35.3 %	
 Barcelona	39.8 %	38.6 %	
 Lima	30.5 %	33.8 %	
 Berlin	30.0 %	20.1 %	
 Valencia	22.8 %	13.7 %	














- **Madrid, Barcelona y Lima** 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			
H&M	39.4 %	37.8 %	
Gucci	38.0 %	37.0 %	
Prada	36.8 %	34.4 %	
Chanel	36.4 %	34.4 %	
Primark	36.3 %	34.1 %	
Dolce & Gabbana	36.0 %	34.4 %	
Zalando	35.4 %	30.1 %	
Balenciaga	34.7 %	33.2 %	
Urban Outfitters	34.4 %	33.5 %	
Chantelle (lingerie)	34.1 %	32.7 %	














### INSTAGRAM

Name			
H&M	38.1 %	37.8 %	
Gucci	37.4 %	37.0 %	
Prada	36.2 %	34.4 %	
Dolce & Gabbana	36.1 %	34.4 %	
Chanel	35.9 %	34.4 %	
Balenciaga	35.3 %	33.2 %	
Toyota	34.6 %	37.8 %	
Primark	34.4 %	34.1 %	
Zalando	33.6 %	30.1 %	
Volkswagen	33.5 %	38.4 %	














- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. FB se inclina a interesarse por compañías de Fashion & lifestyle (**H&M, Gucci y Prada**) y ya no por cuidado personal como **Nivea y Eucerin**.

## MOST INTERESTING SERVICE BRANDS BY REACH

### FACEBOOK

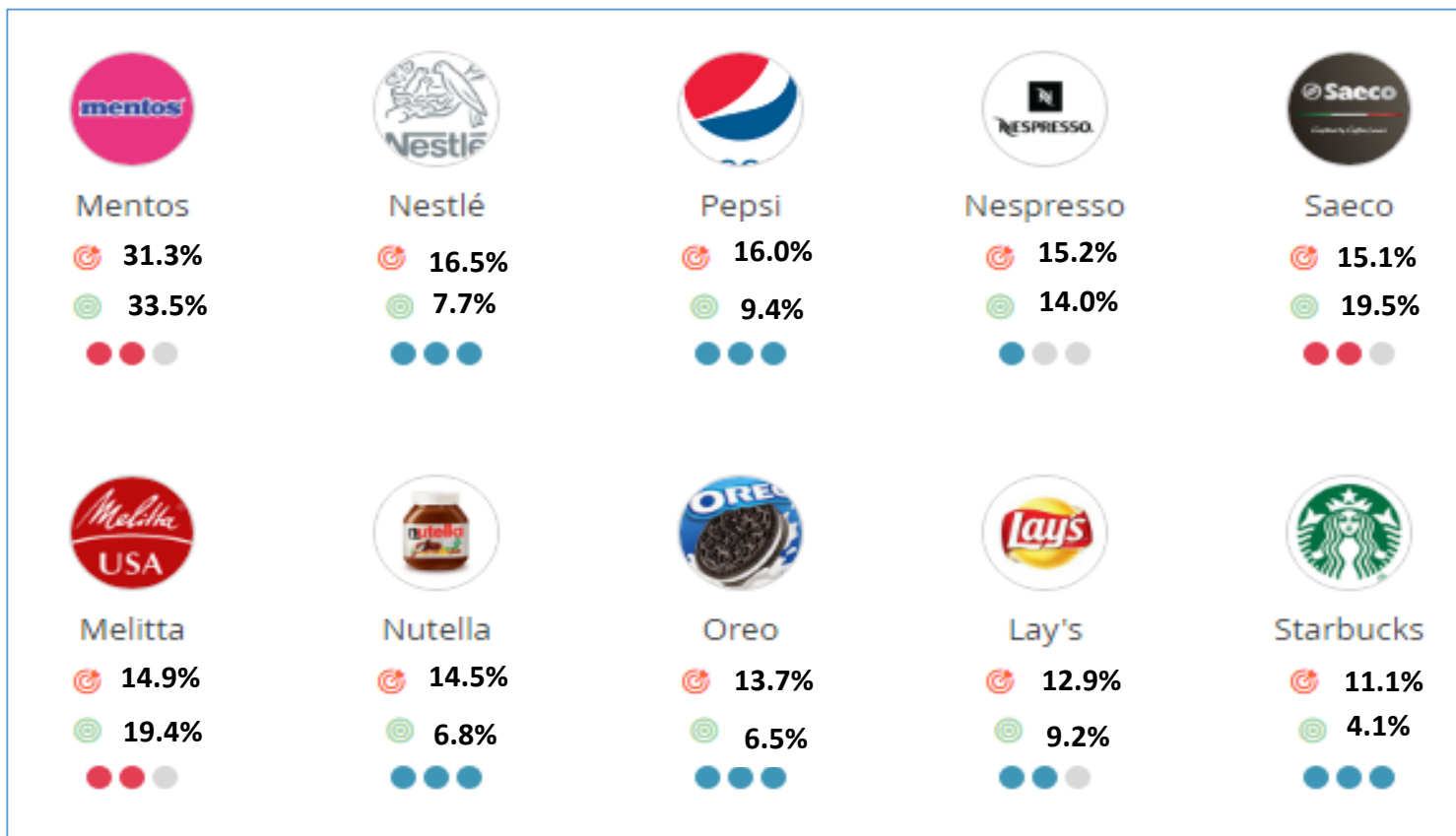
Name			
Discover Card	45.1 %	38.4 %	
Iberia (airline)	41.2 %	33.3 %	
Amazon.com	39.0 %	31.0 %	
WhatsApp	36.0 %	23.5 %	
C&A	35.5 %	35.6 %	
Alibaba.com	34.2 %	29.5 %	
Waze	30.9 %	34.7 %	
Lidl	30.3 %	21.4 %	
JD Sports	30.3 %	34.4 %	
Netflix	29.6 %	20.0 %	

### INSTAGRAM

Name			
Discover Card	43.9 %	38.4 %	
Iberia (airline)	41.4 %	33.3 %	
Amazon.com	39.4 %	31.0 %	
C&A	36.0 %	35.6 %	
WhatsApp	35.4 %	23.5 %	
Alibaba.com	35.4 %	29.5 %	
Waze	32.5 %	34.7 %	
Netflix	30.7 %	20.0 %	
JD Sports	30.2 %	34.4 %	
Lidl	29.9 %	21.4 %	

## THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

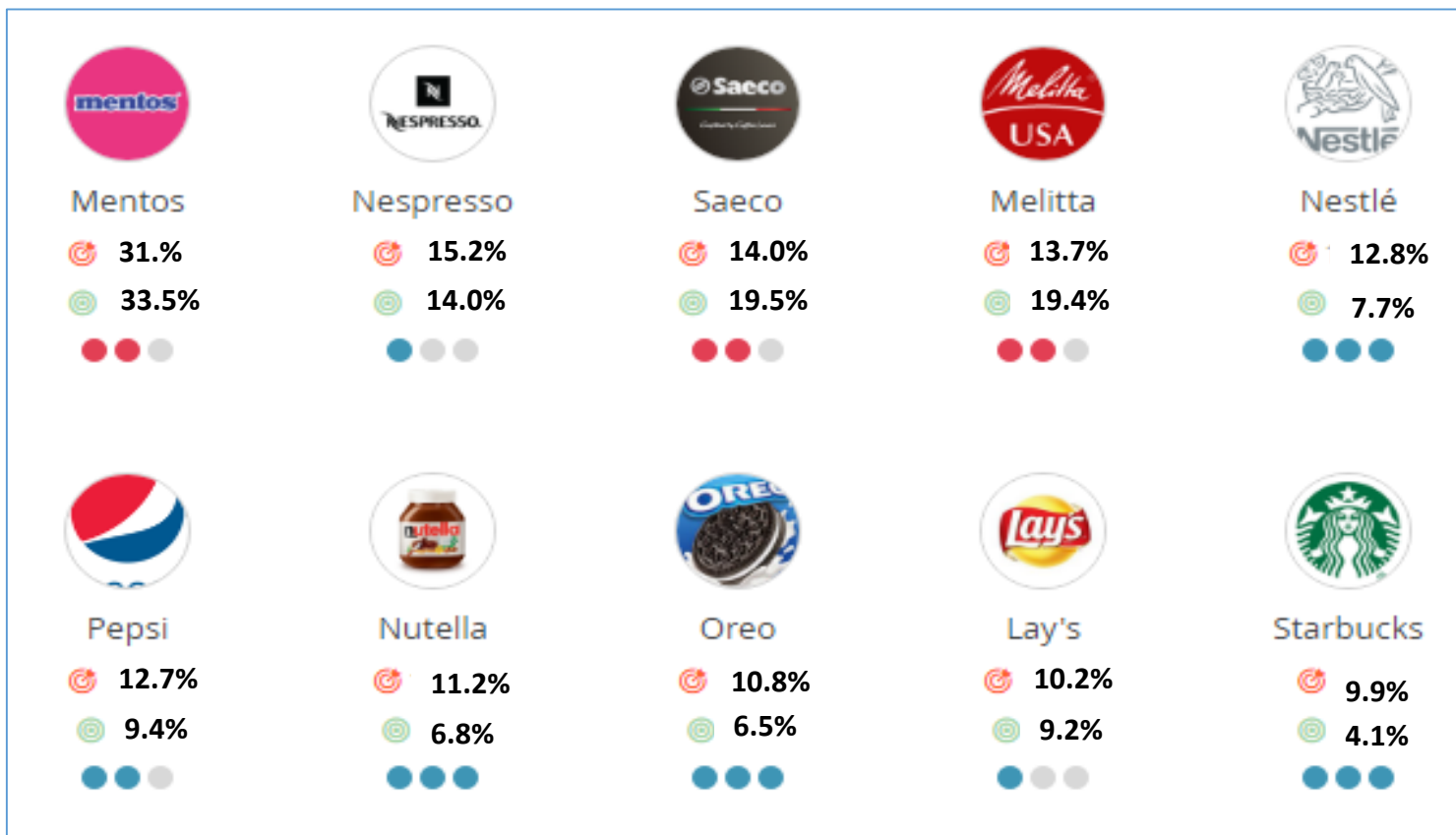
### FACEBOOK



- Las personas que interactúan con la plataforma P.A.N. FB ya no tienden a interesarse por compañías de comida para mascotas ( **Royal Canin, Mars. Incorporated** ) ; sino que al igual que la personas que interactúan con la plataforma en IG, se interesan en marcas de productos indulgentes ( **Mentos, Nestlé Pepsi y Nespresso** )

## THE FOOD & DRINKS THAT YOUR AUDIENCE PREFERS

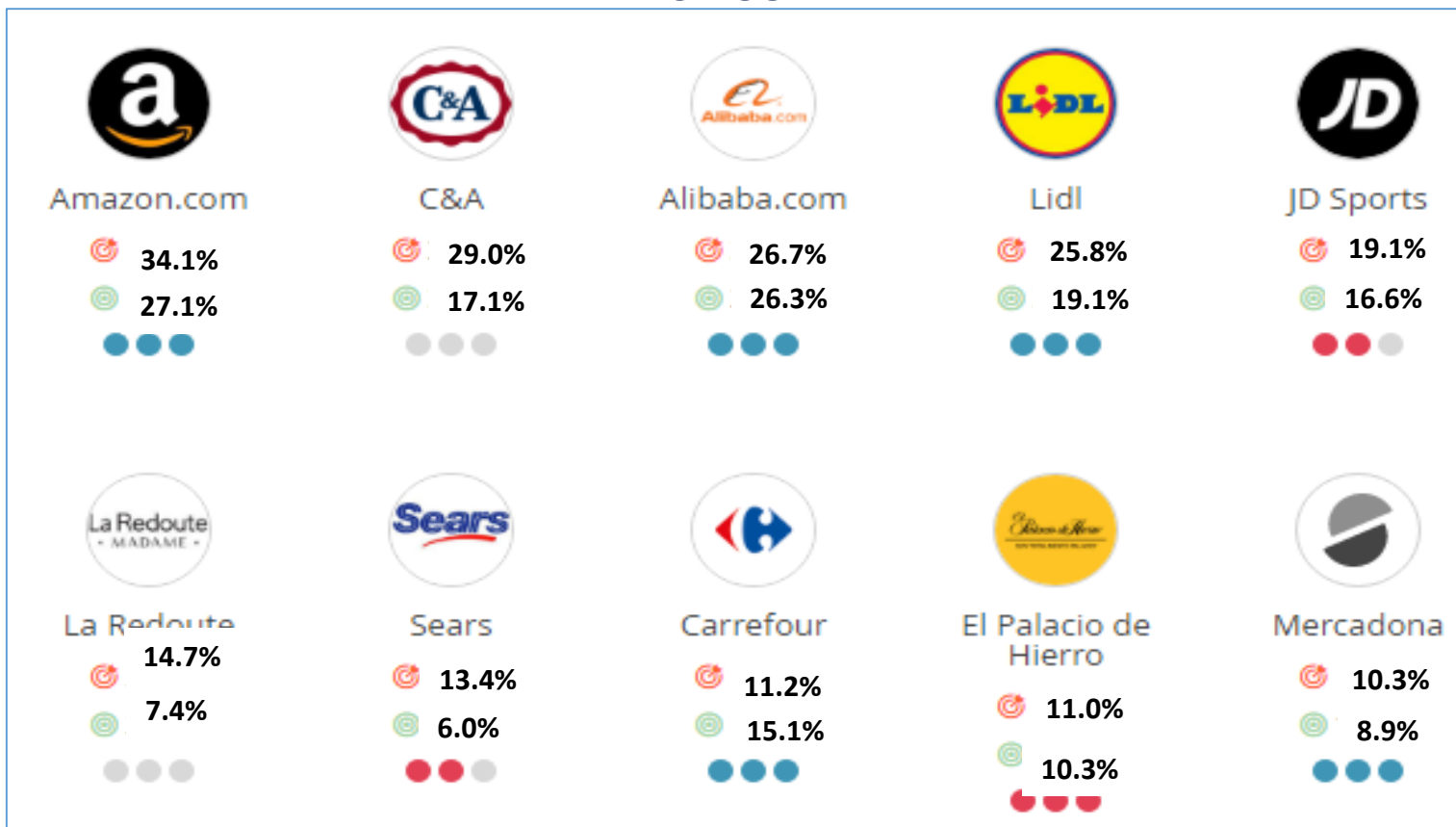
### INSTAGRAM





## STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

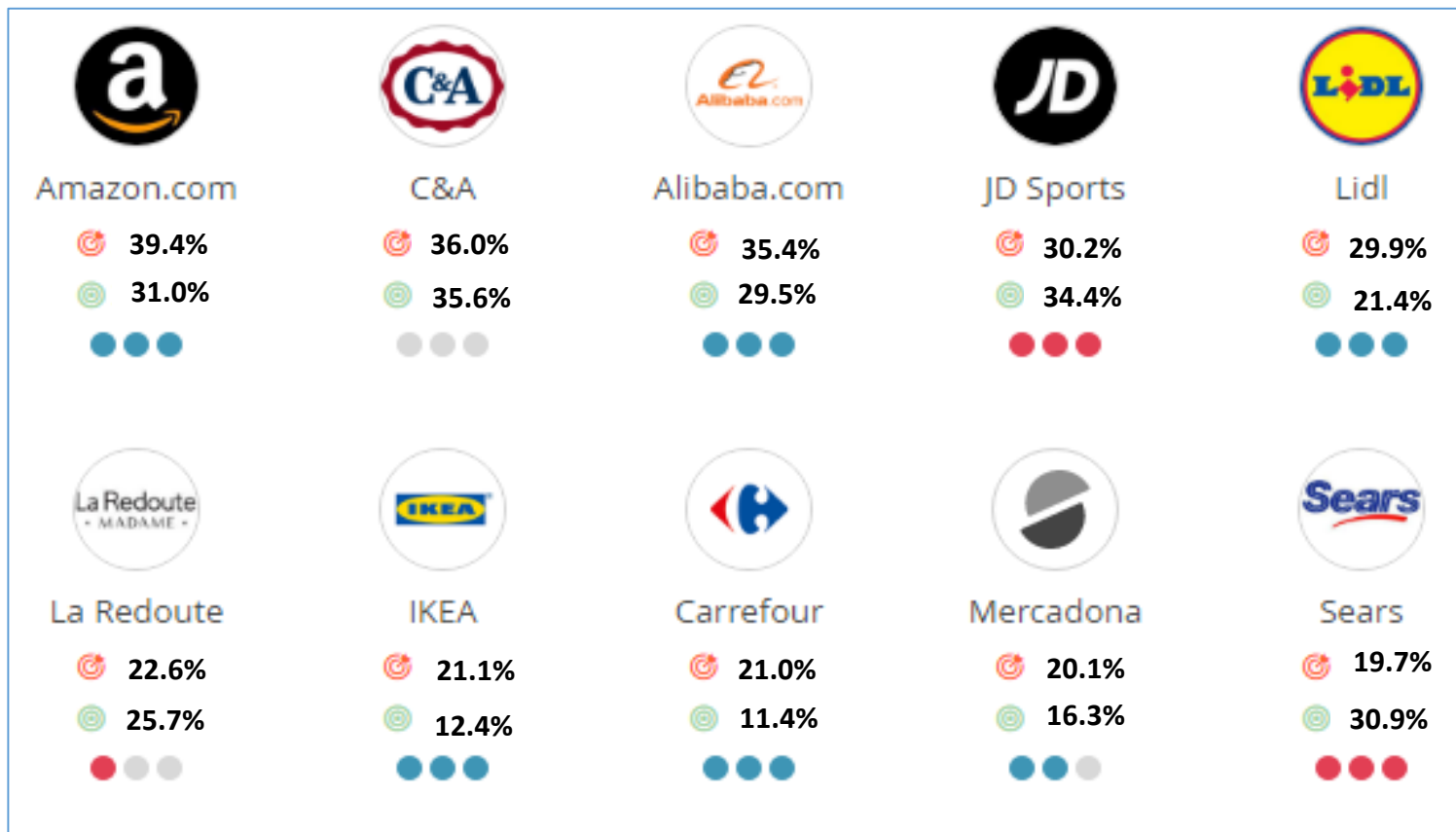
### FACEBOOK



- **Amazon.com , C&A 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 e IG

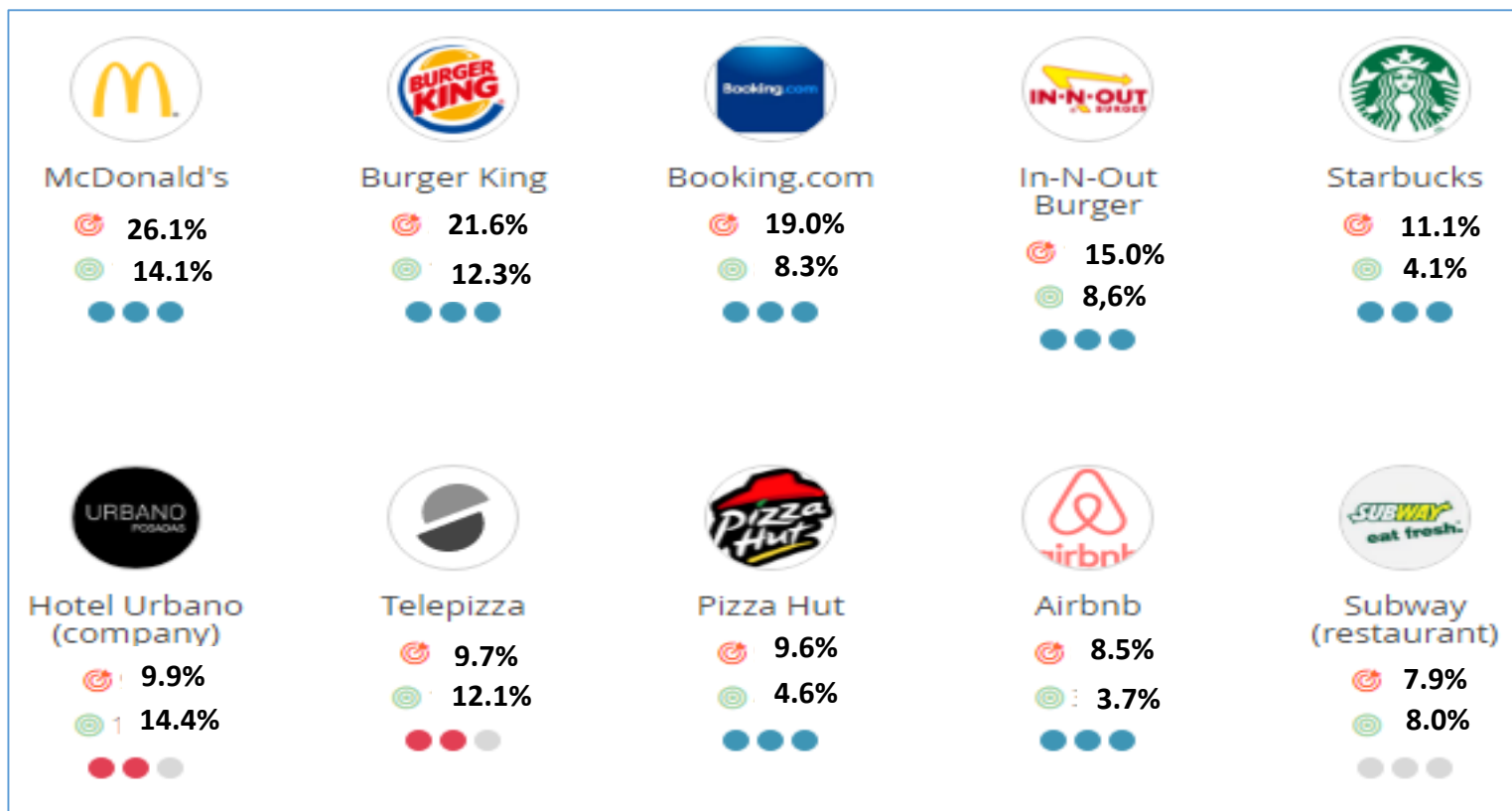
## STRONGEST INTEREST IN THE FOLLOWING RETAILERS

### INSTAGRAM



## INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

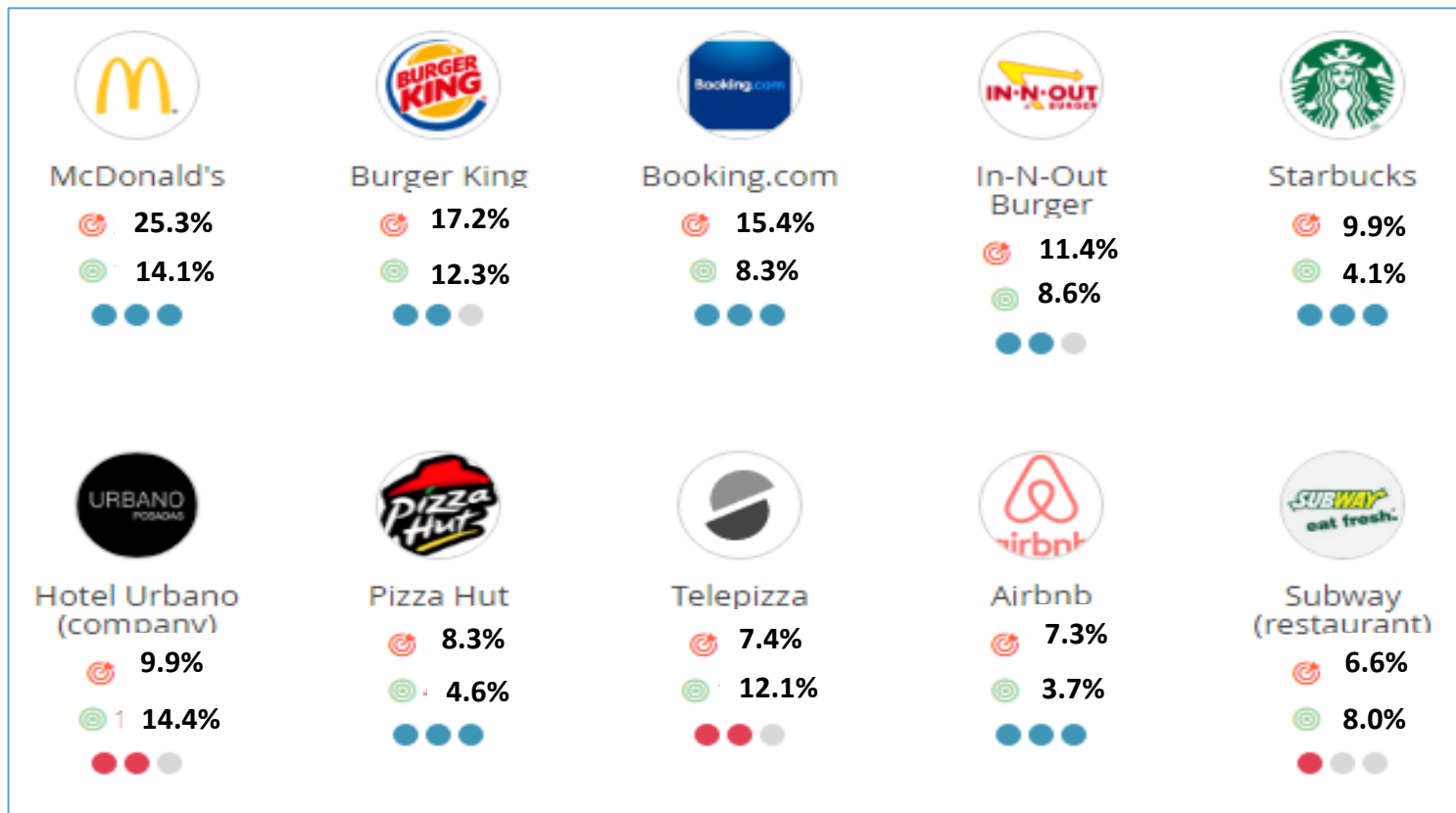
### FACEBOOK



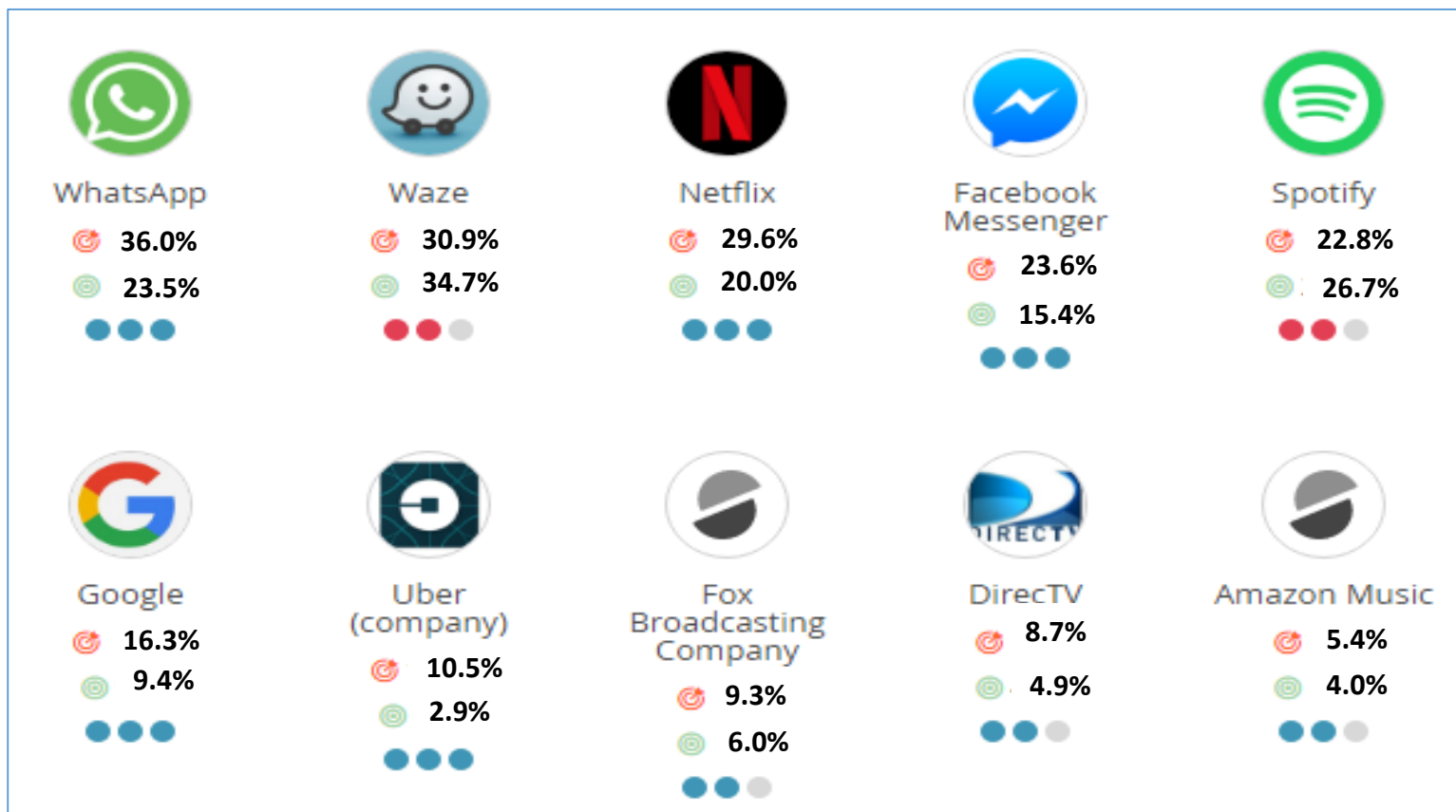
- Marcas de establecimiento de comida rápida como **McDonald's**, **Burger King**, **In-N-Out Burger** o son consideradas por las personas interactúan con las plataforma P.A.N en FB como las de mayor hospitalidad.

## INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

### INSTAGRAM

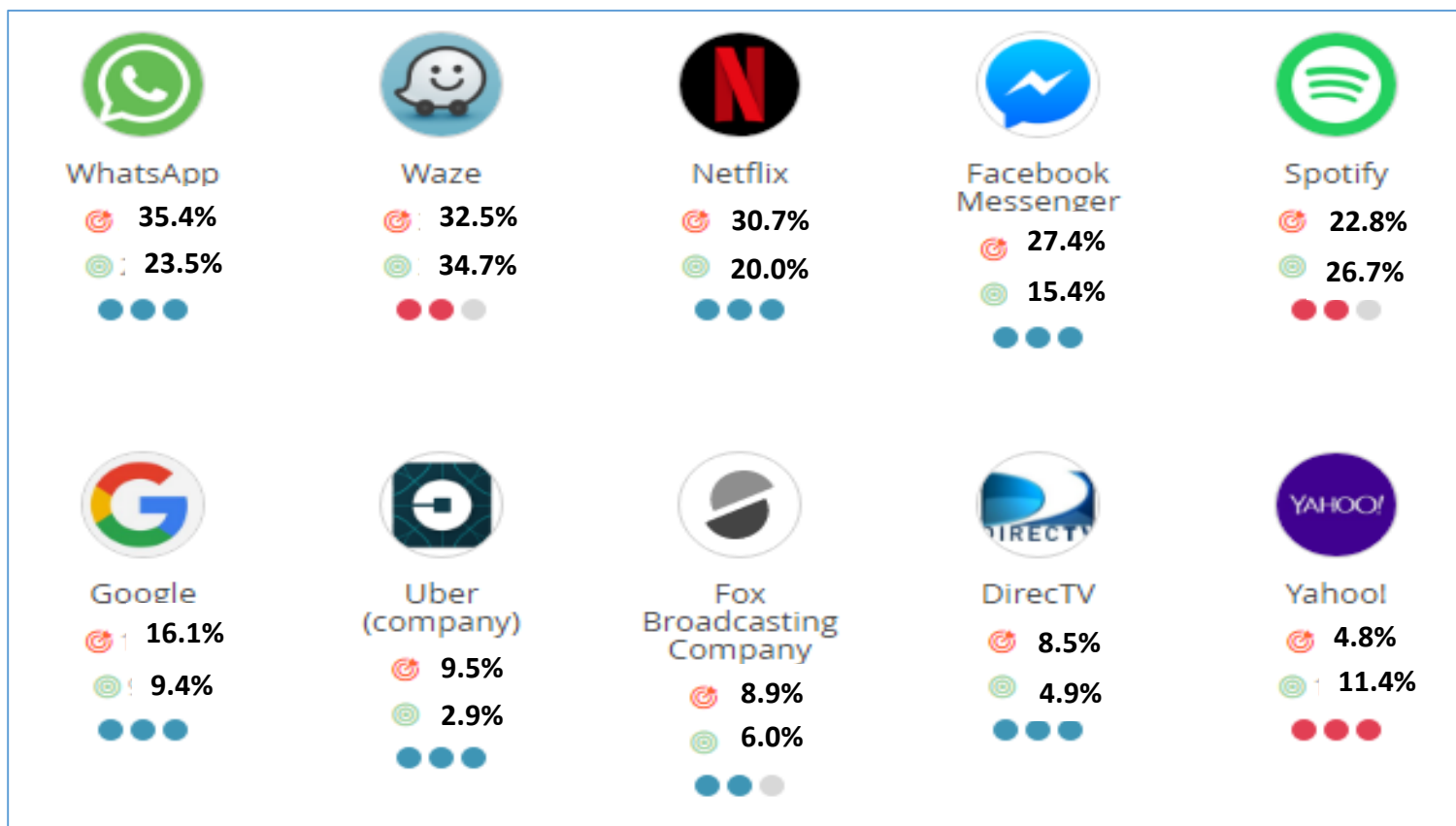


### FACEBOOK

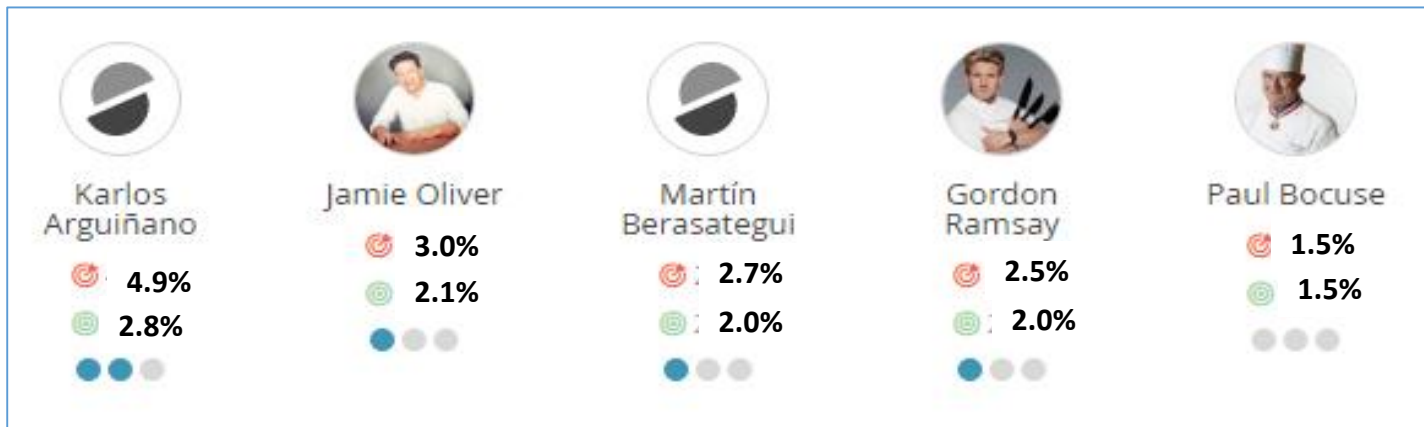


- **WhatsApp, Waze y Netflix** son las principales APPS que son consideradas por las personas que interactúan con las plataforma P.A.N en FB e IG.

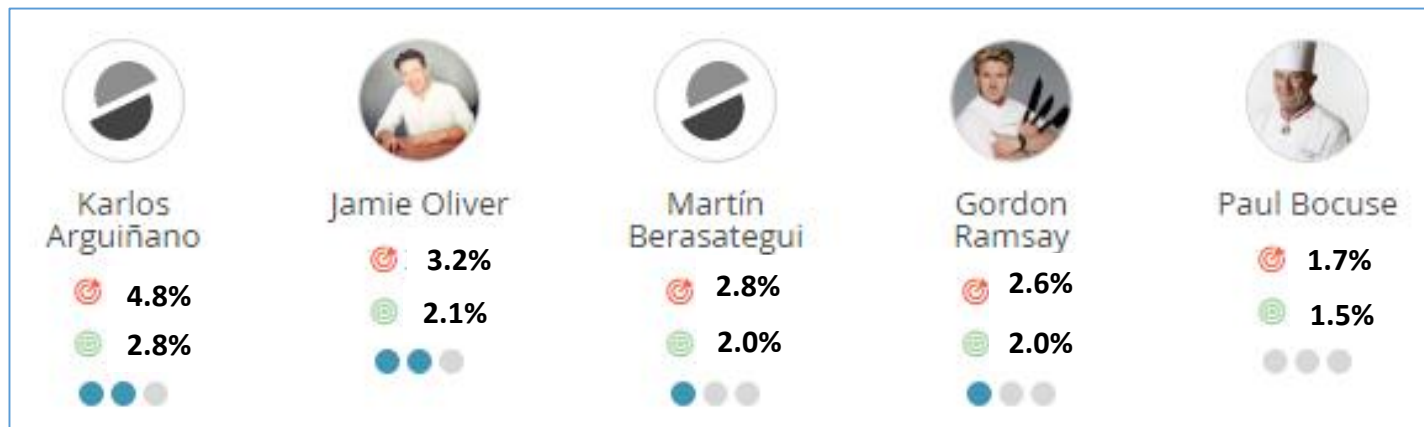
### INSTAGRAM



## 5. CULINARY CHEFS

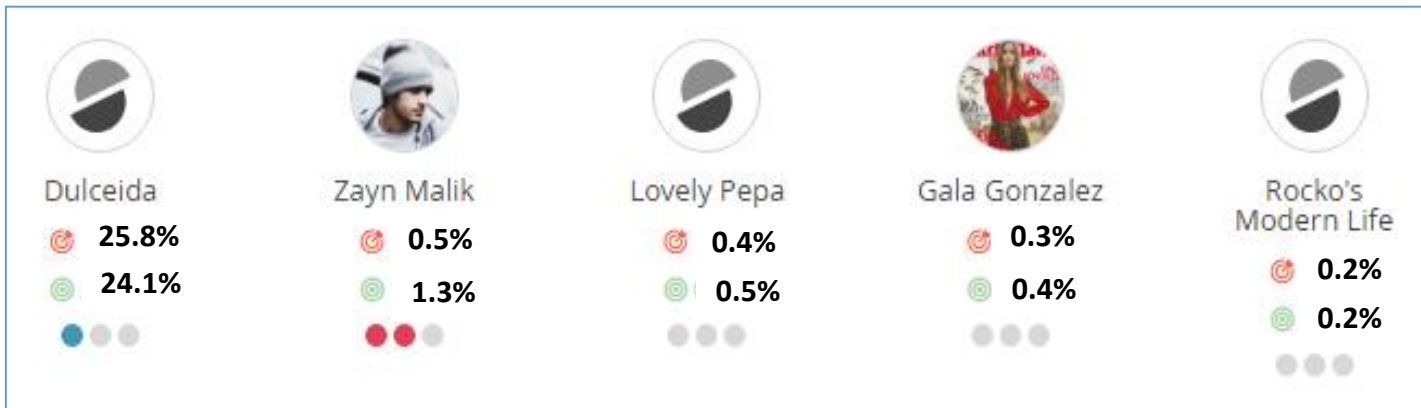


FACEBOOK

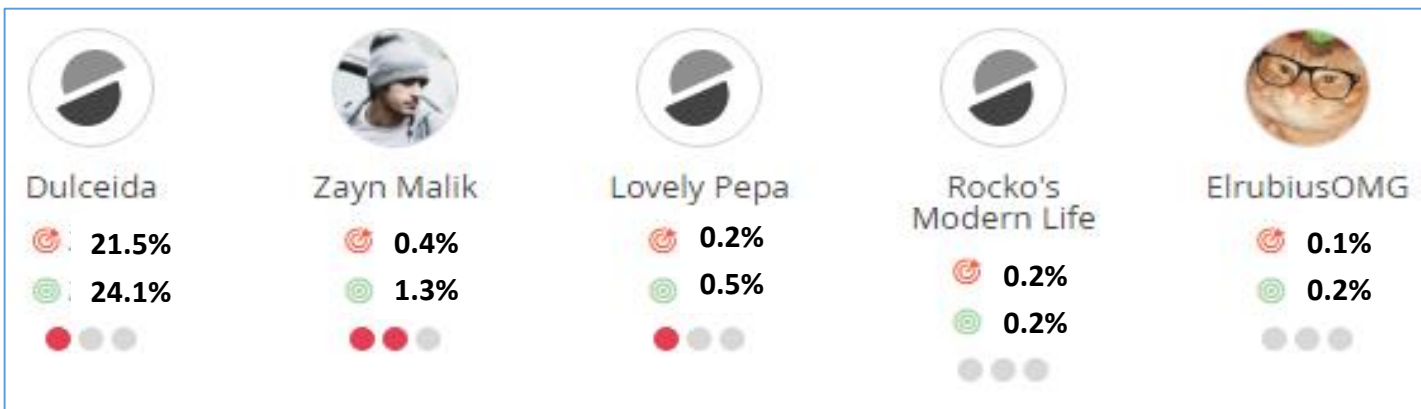


INSTAGRAM

## 5. SOCIAL MEDIA INFLUENCER

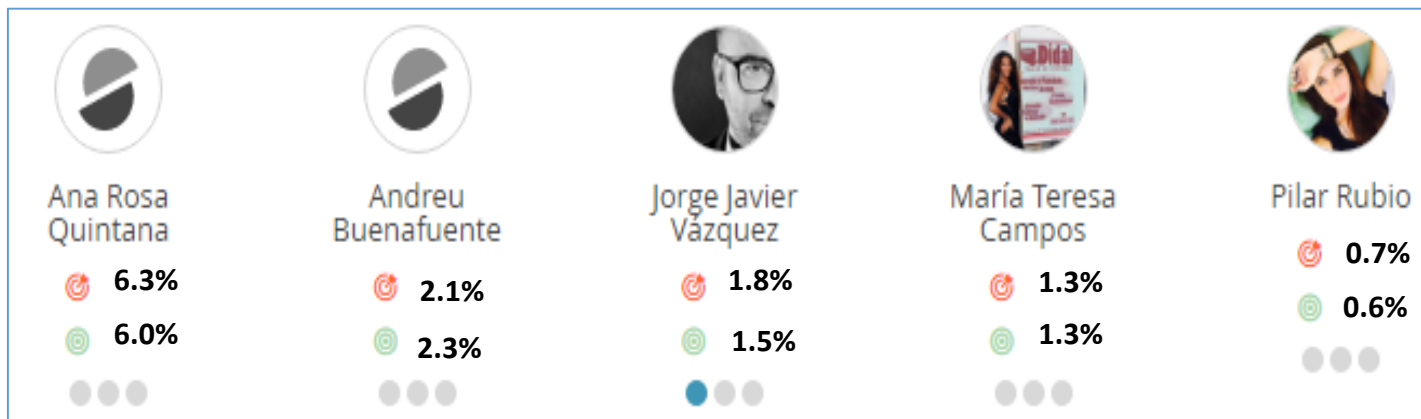


FACEBOOK

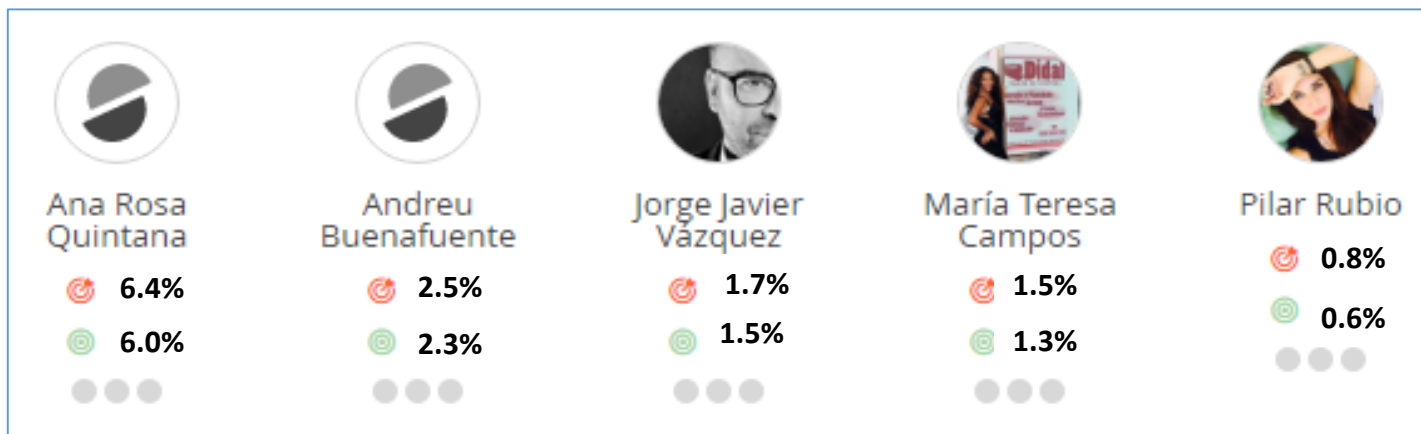


INSTAGRAM

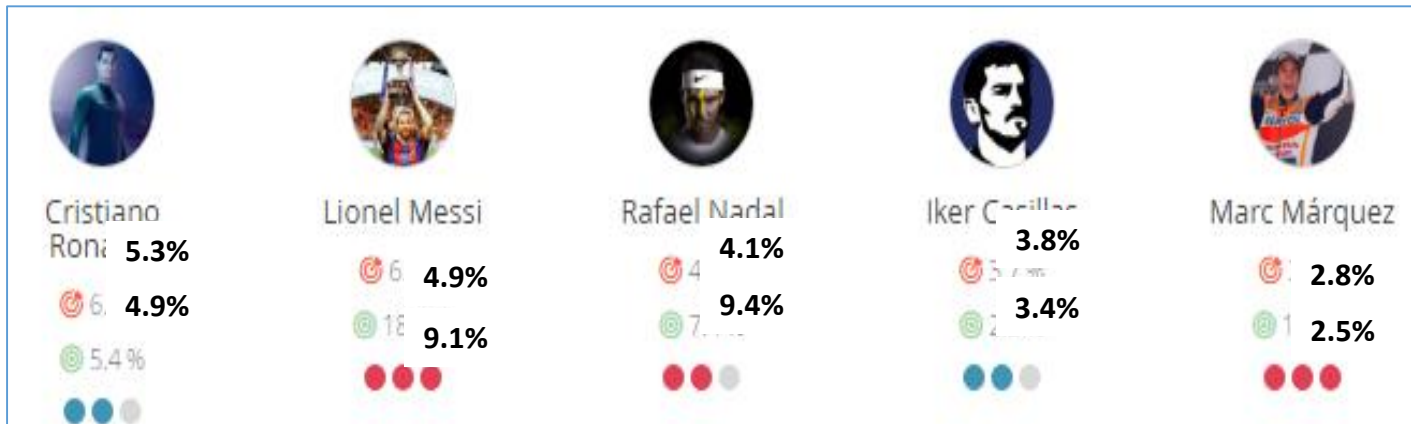




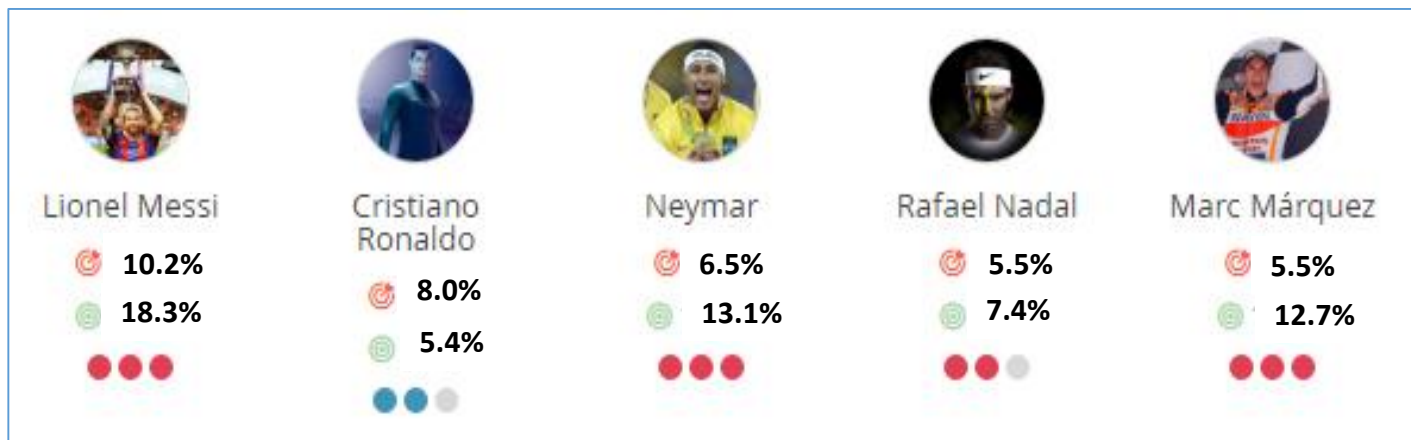
FACEBOOK



INSTAGRAM



FACEBOOK



INSTAGRAM



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

**Caracas  
Marzo, 2022**