



Caracas
Abril, 2021



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

**Caracas
Abril, 2021**

REFERENCE AUDIENCE

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

TARGET AUDIENCE

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



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 %) Meditacióc (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

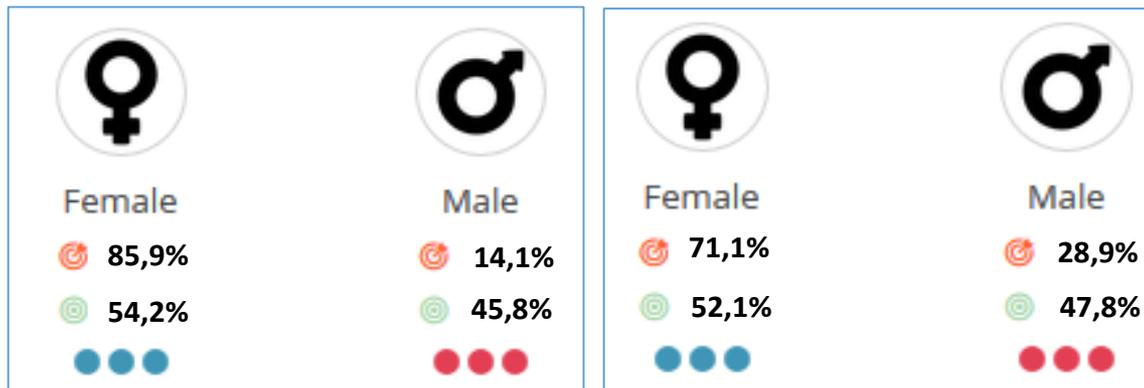
Name			
18-24	9.6 %	15.9 %	● ● ●
25-34	37.8 %	26.2 %	● ● ●
35-44	24.4 %	18.9 %	● ● ●
45-54	14.4 %	15.0 %	● ● ●
55-64	7.6 %	12.4 %	● ● ●
65+	6.2 %	11.6 %	● ● ●

- 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 %).

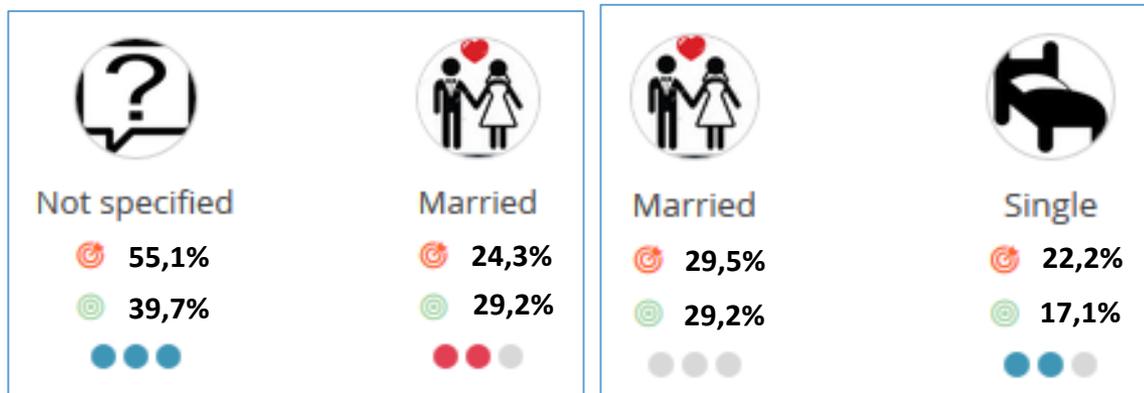
FACEBOOK

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 %	

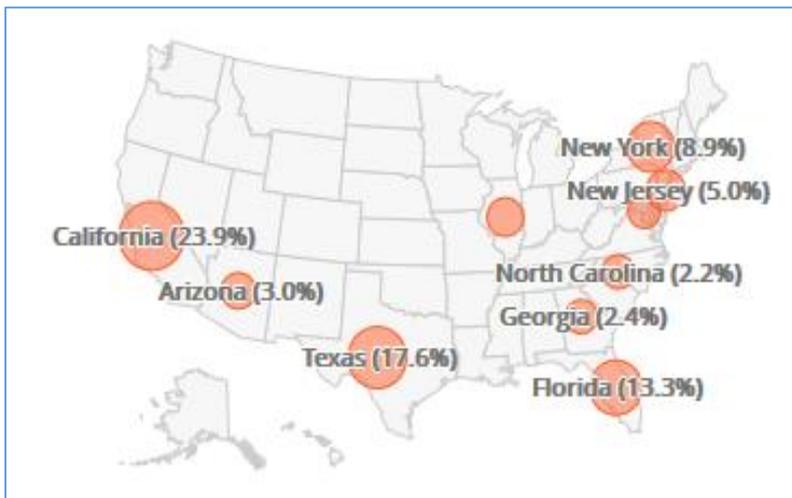
- En Instagram, el 38,5% de las personas que interactúan con P.A.N. US tienen un status de alumno, mientras que por Facebook, la interacción tiende a ser de personas sin status educativo específico.



1- SOCIO DEMOGRAPHICS CHARACTERISTICS

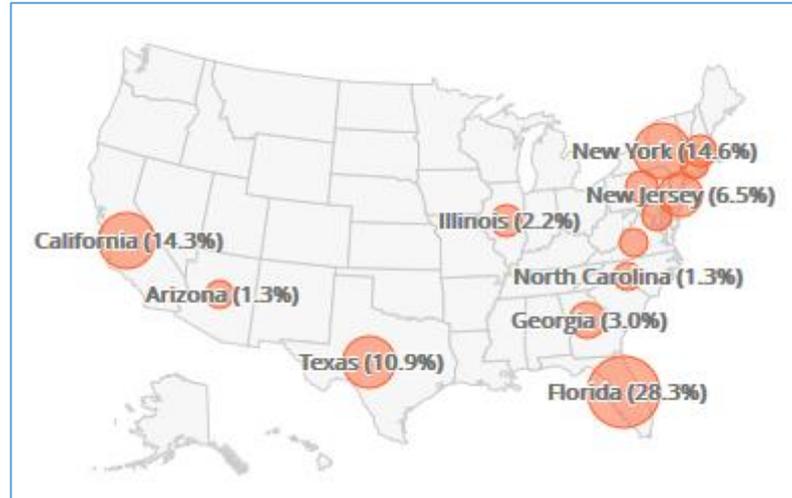
REGIONS IN WHICH YOUR AUDIENCE LIVE

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 %	



2. MEDIA

TOP SOCIAL NETWORKS BY REACH

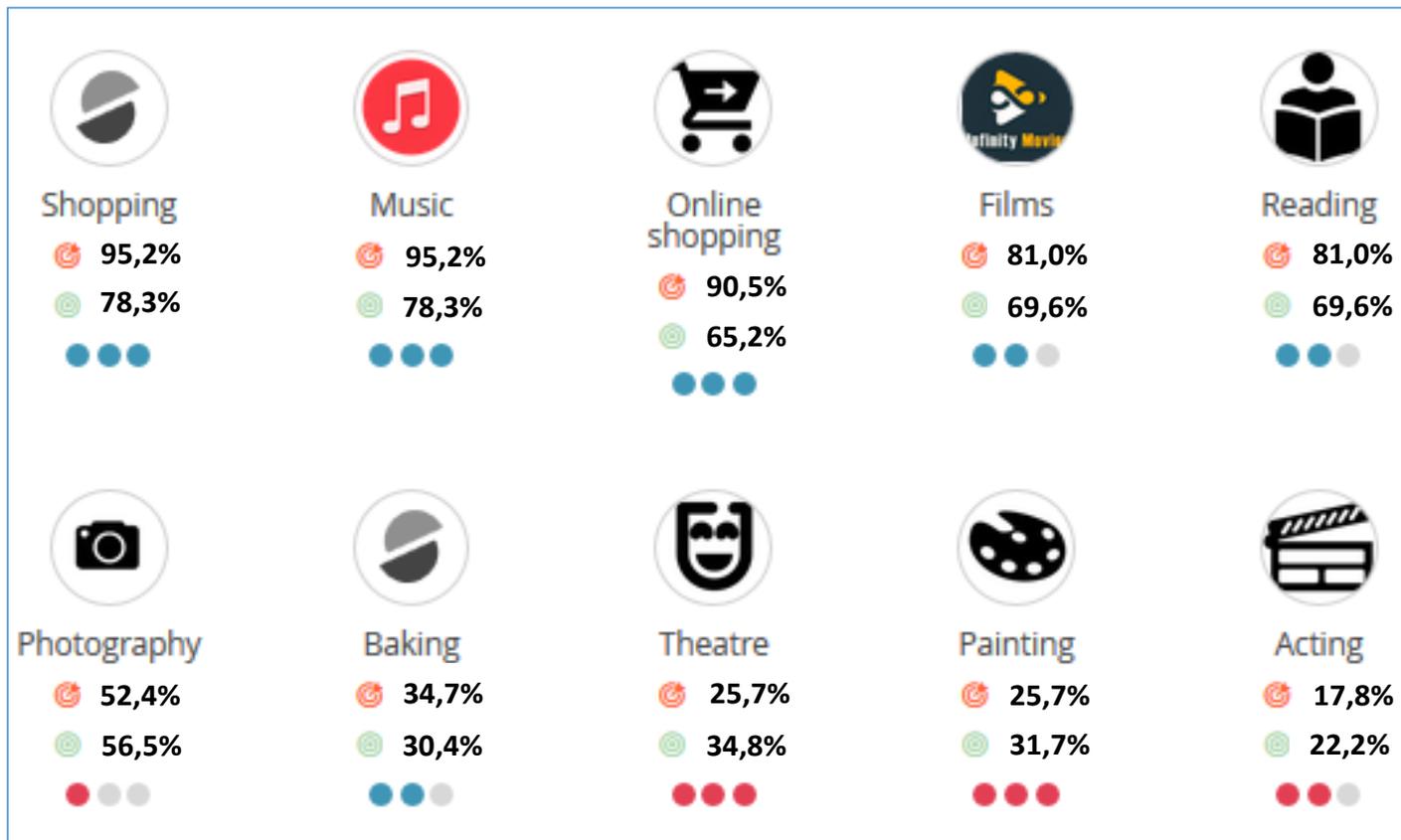
FACEBOOK

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

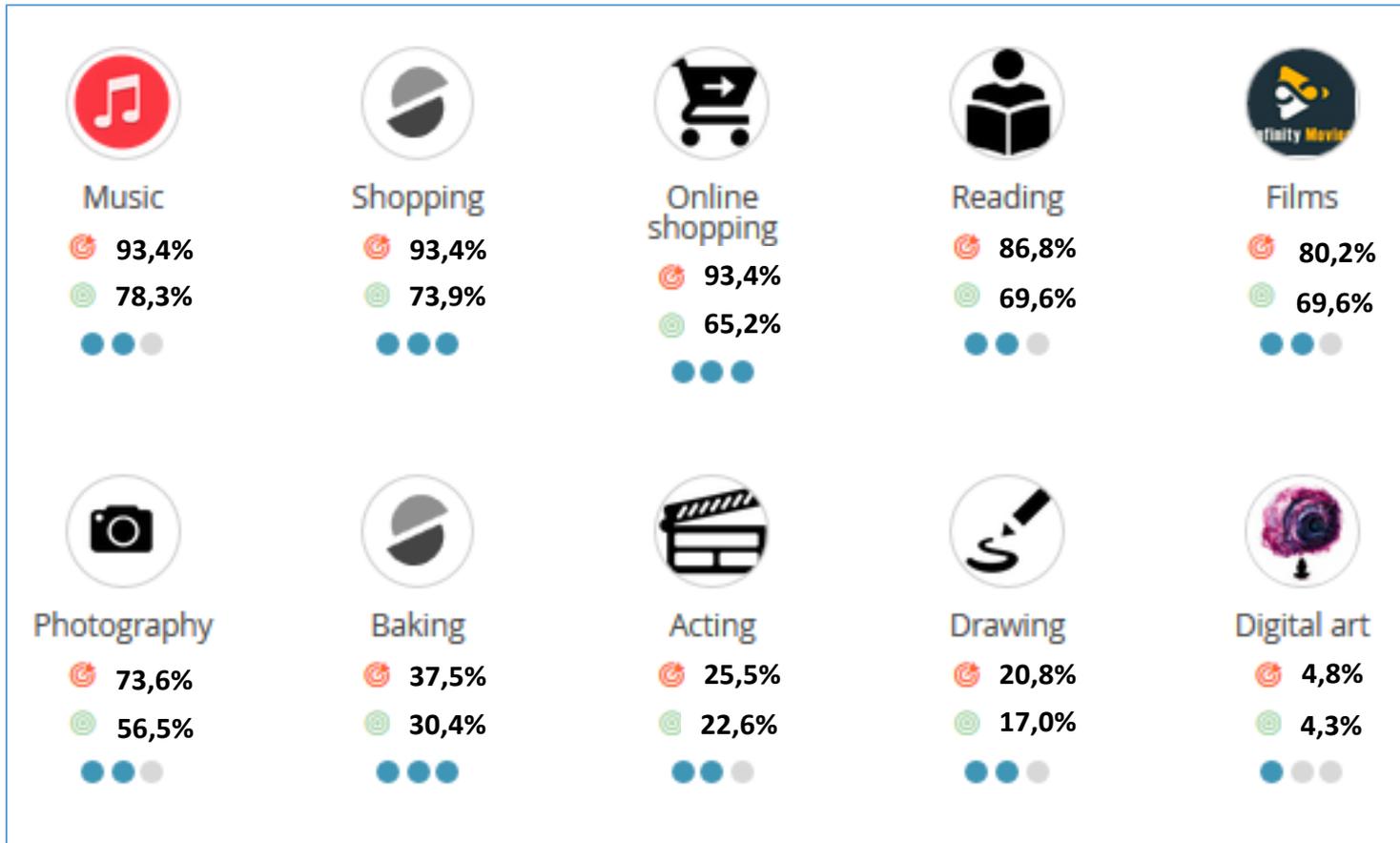
Name			
Facebook	67.1 %	60.9 %	
Instagram	53.9 %	41.3 %	
YouTube	30.4 %	33.0 %	
Tik Tok	20.8 %	16.5 %	
Twitter	16.9 %	23.9 %	

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

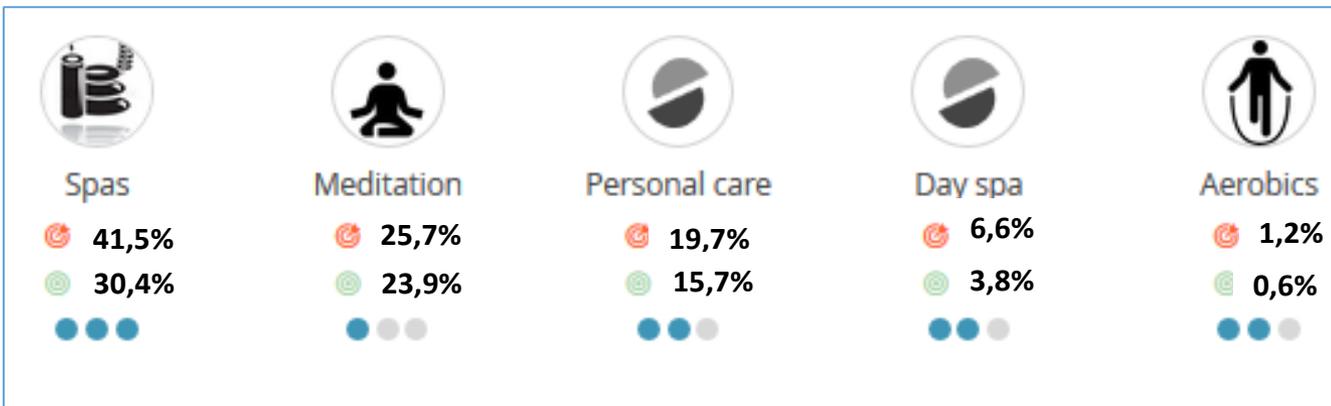
FACEBOOK

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 %	

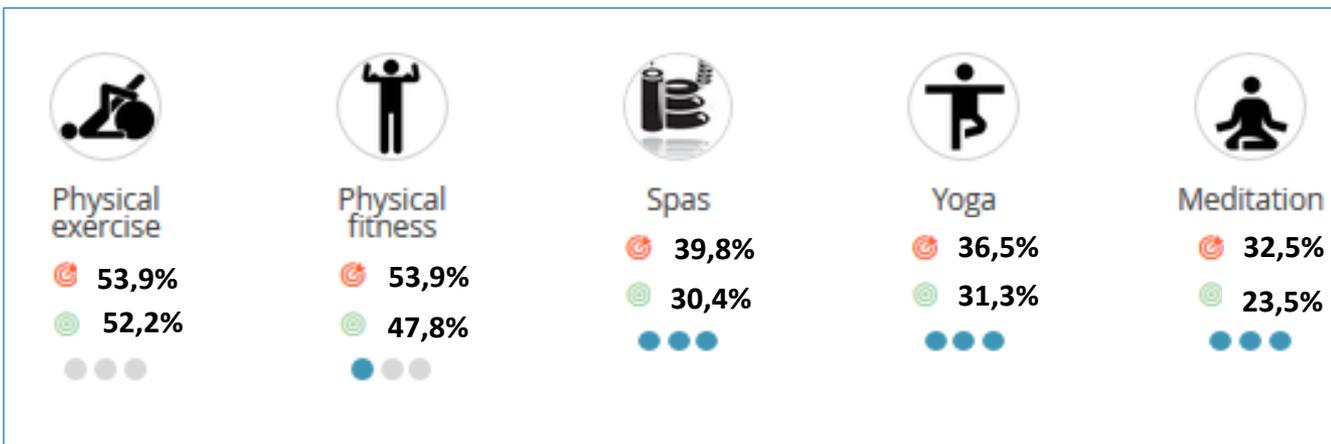
INSTAGRAM

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

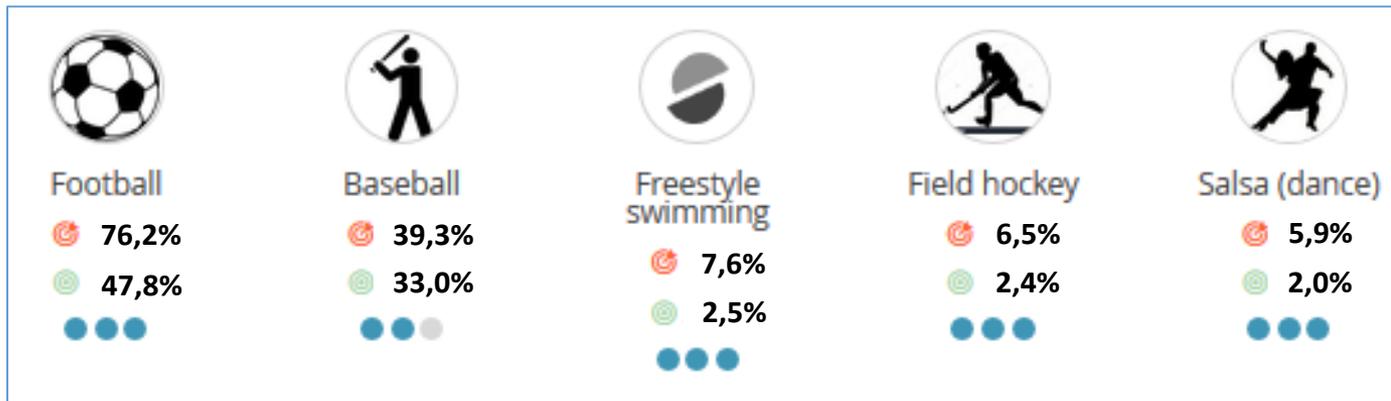


INSTAGRAM

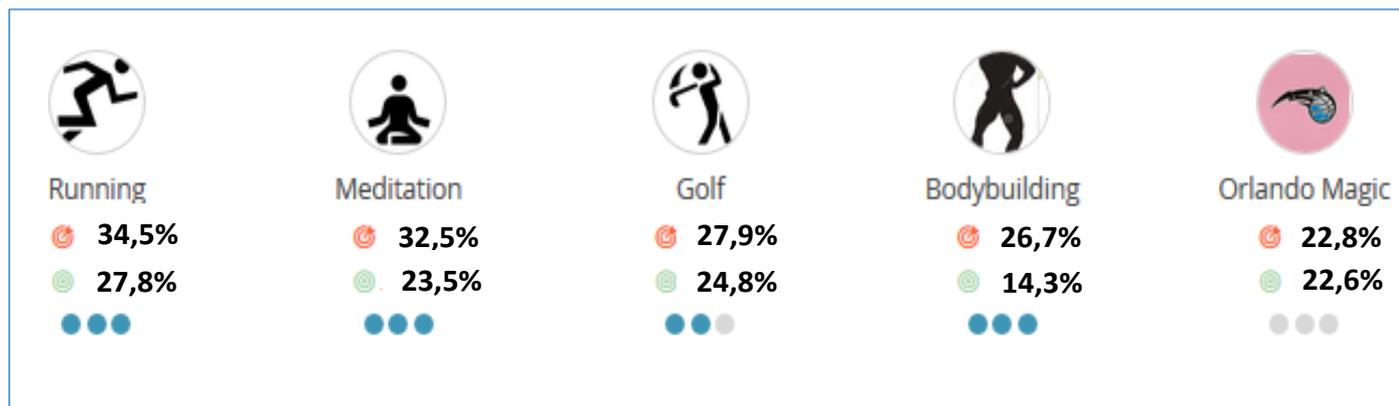
- Visitar el Spa** es una actividad que las audiencias de Facebook y de Instagram que interactúan con P.A.N. US realizan con mayor intensidad que la audiencia de referencia. Destaca la Meditación y el Yoga en los Instagramers que interactúan con P.A.N. US.

3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (SPORT)

SPORT THAT YOUR AUDIENCE IS INTERESTED IN



FACEBOOK



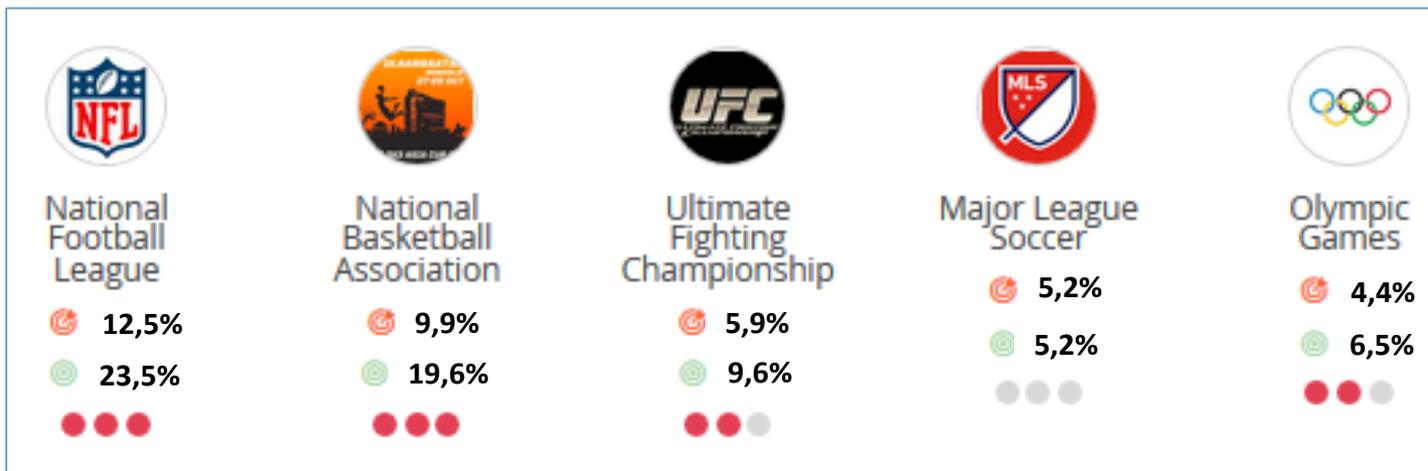
INSTAGRAM

- 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.

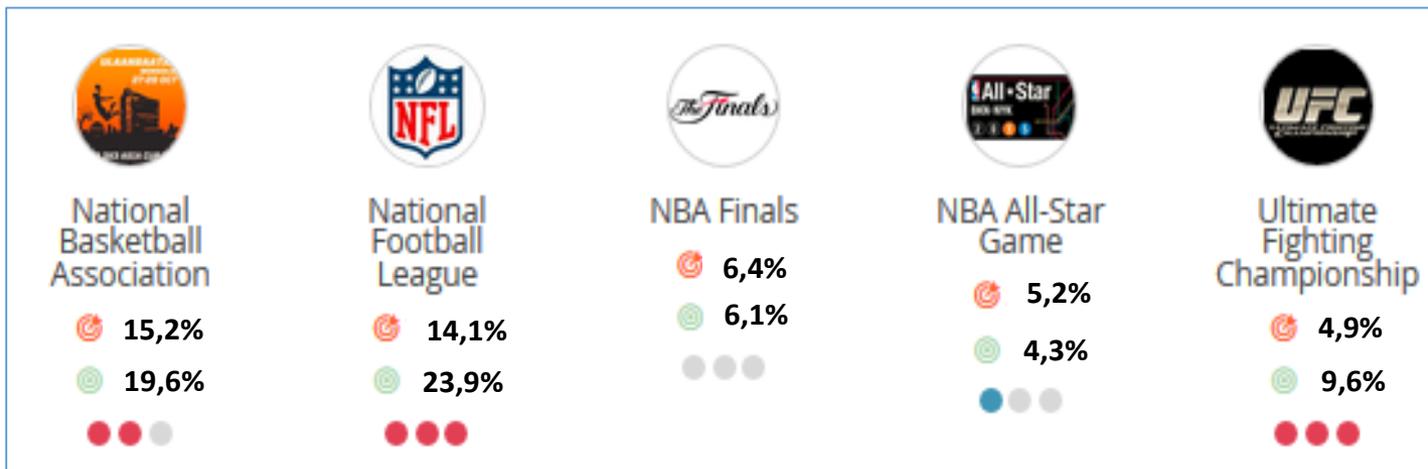
3. LIFESTYLE & BEHAVIOR (SPORT)

DOES YOUR AUDIENCE HAVE FAVORITE SPORT EVENTS?

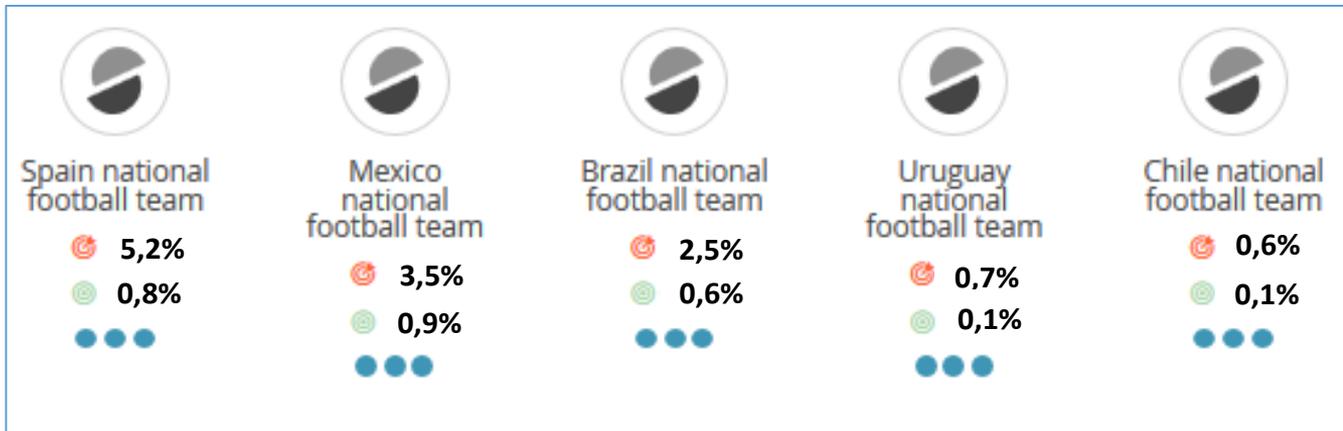
FACEBOOK



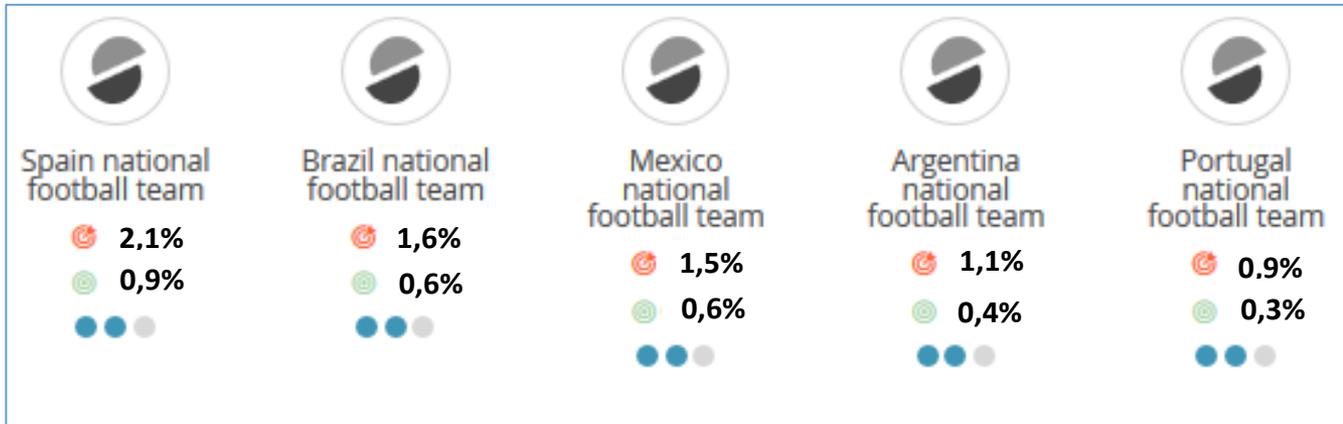
INSTAGRAM



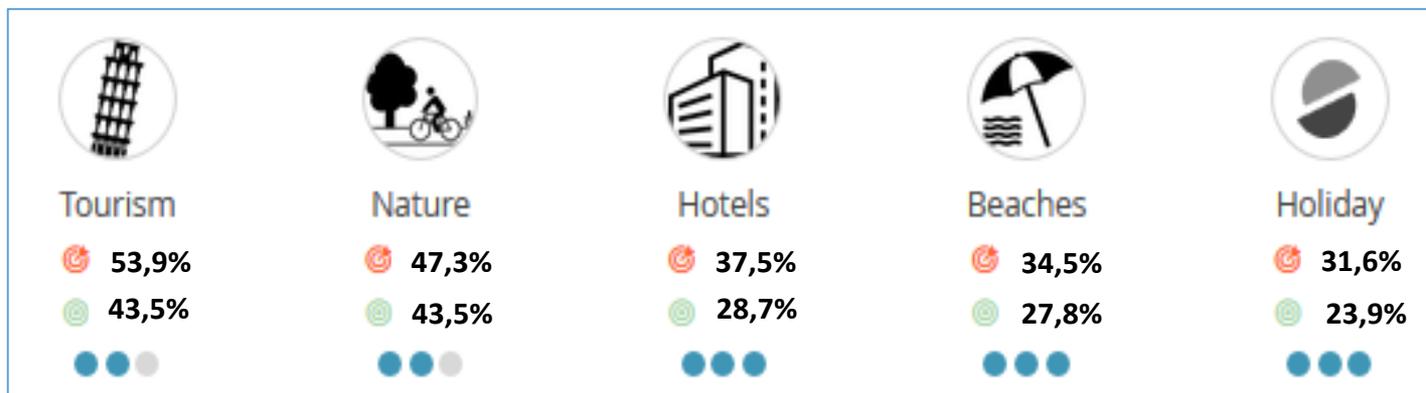
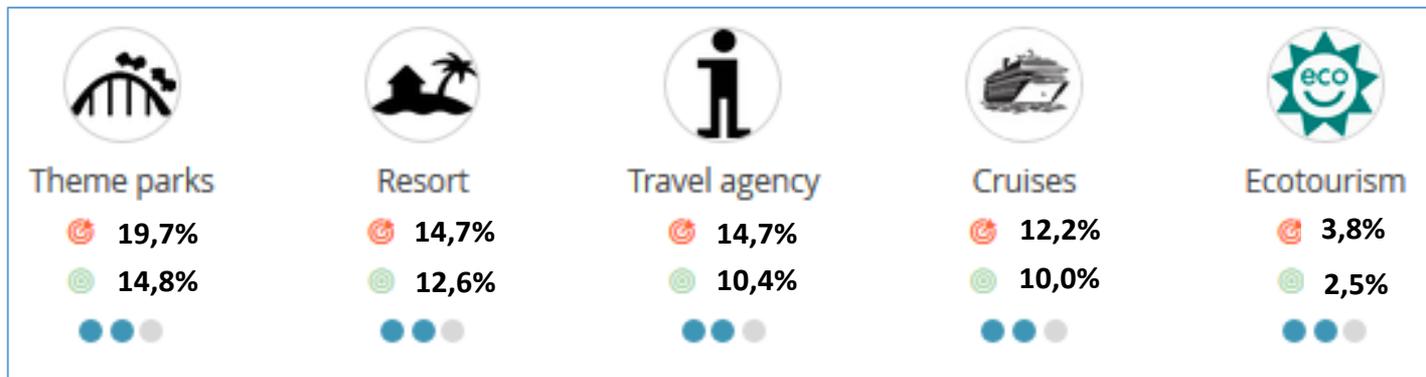
FOOTBALL/SOCCER BY REACH



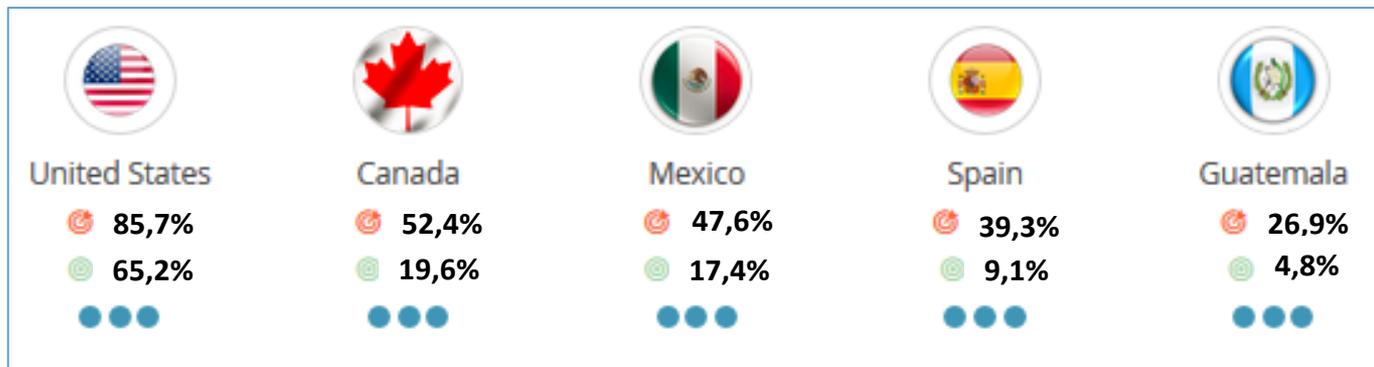
FACEBOOK



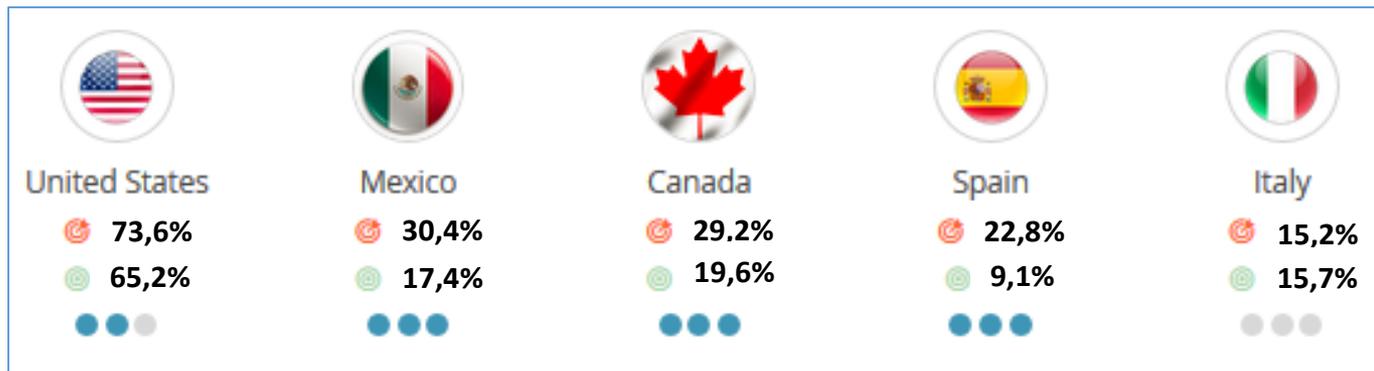
INSTAGRAM



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

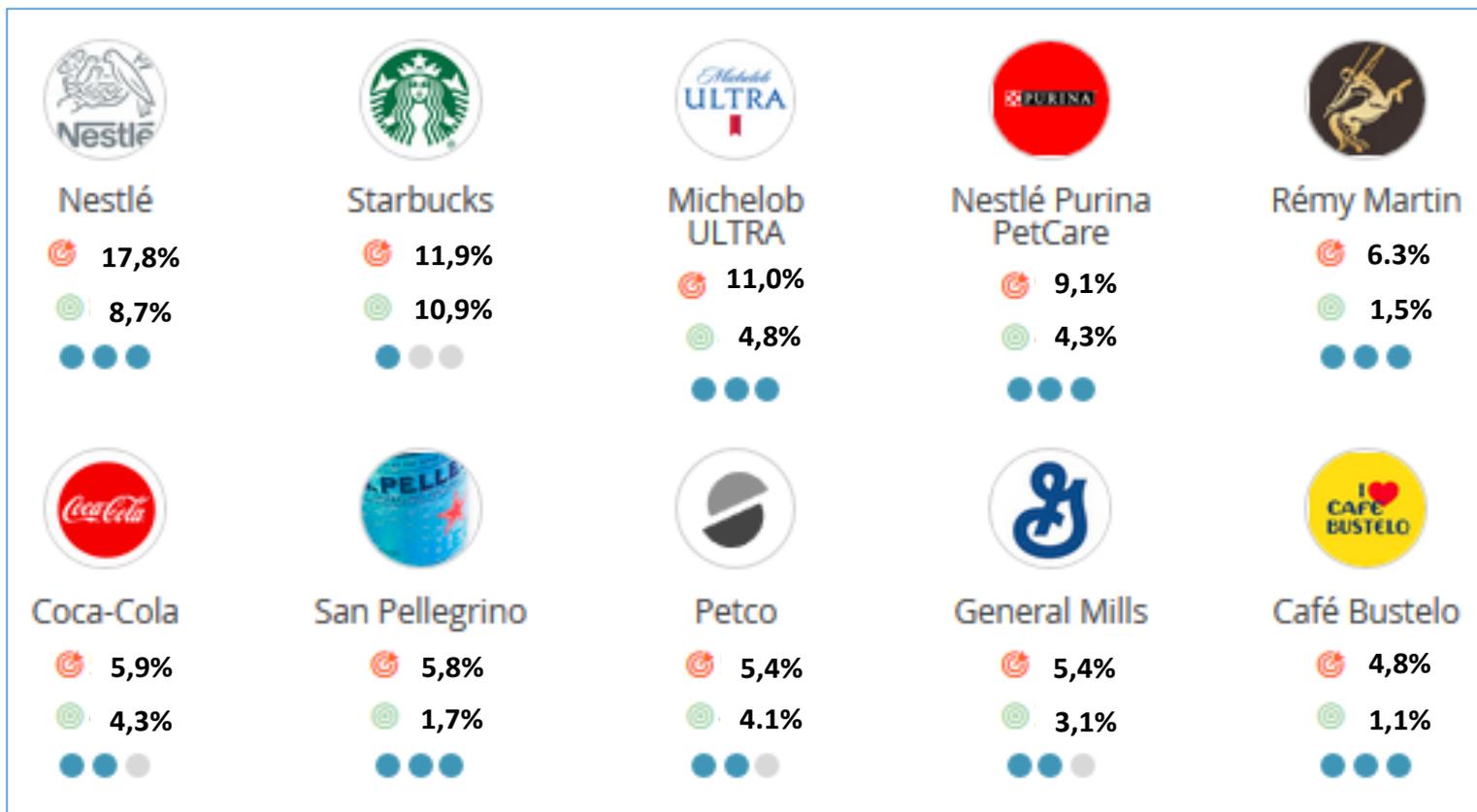
INSTAGRAM

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

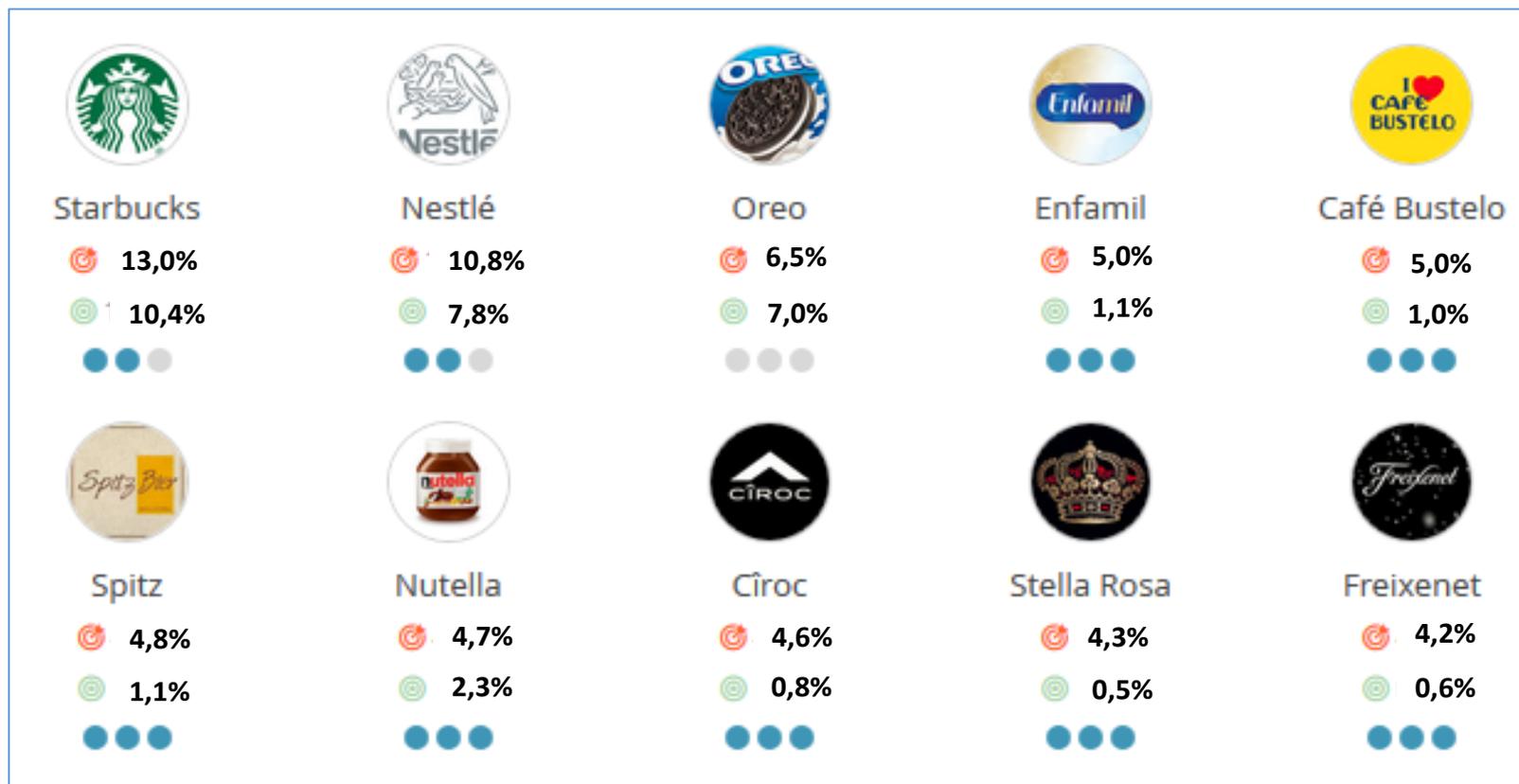
FACEBOOK



- 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

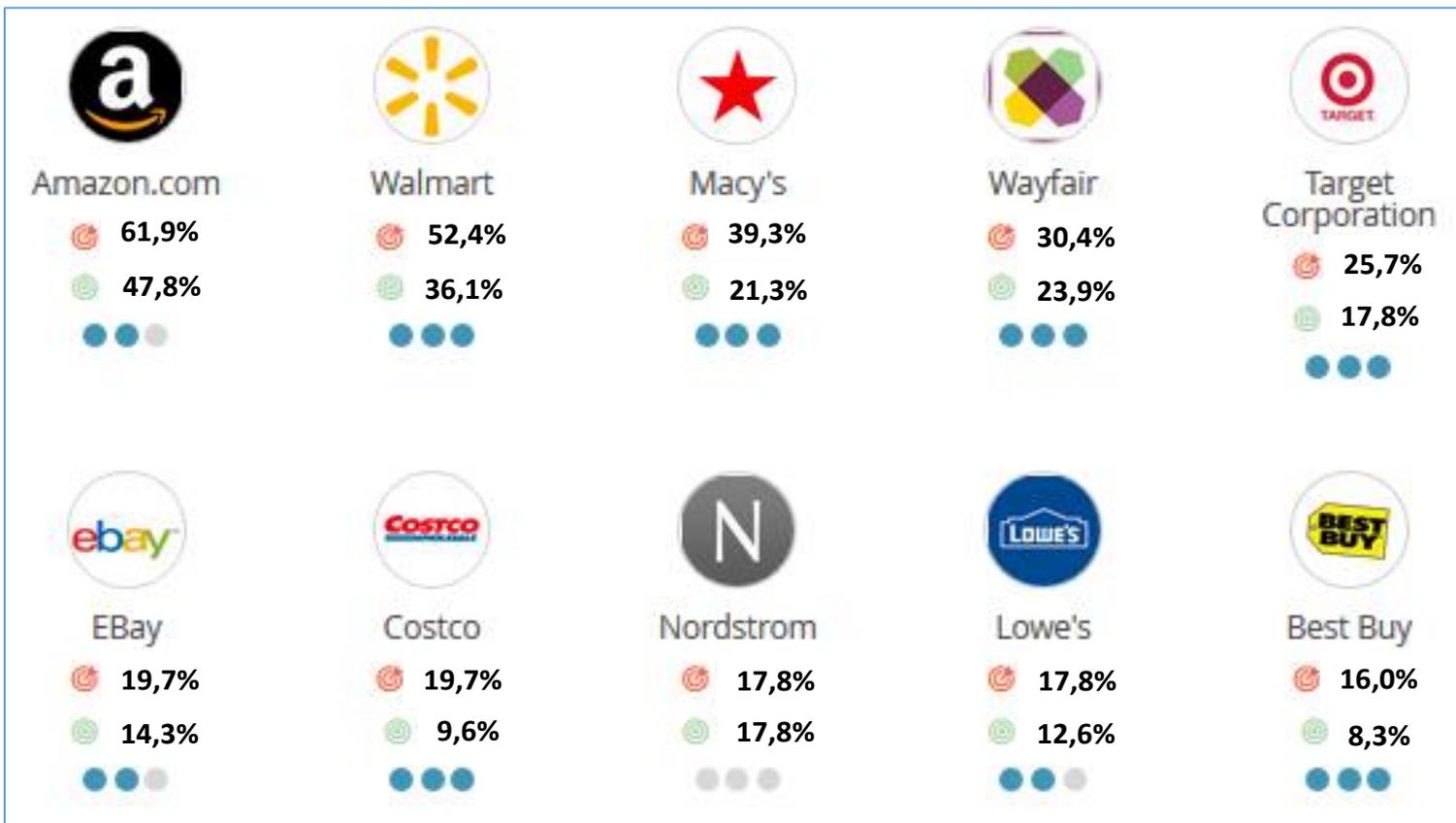
INSTAGRAM



- 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

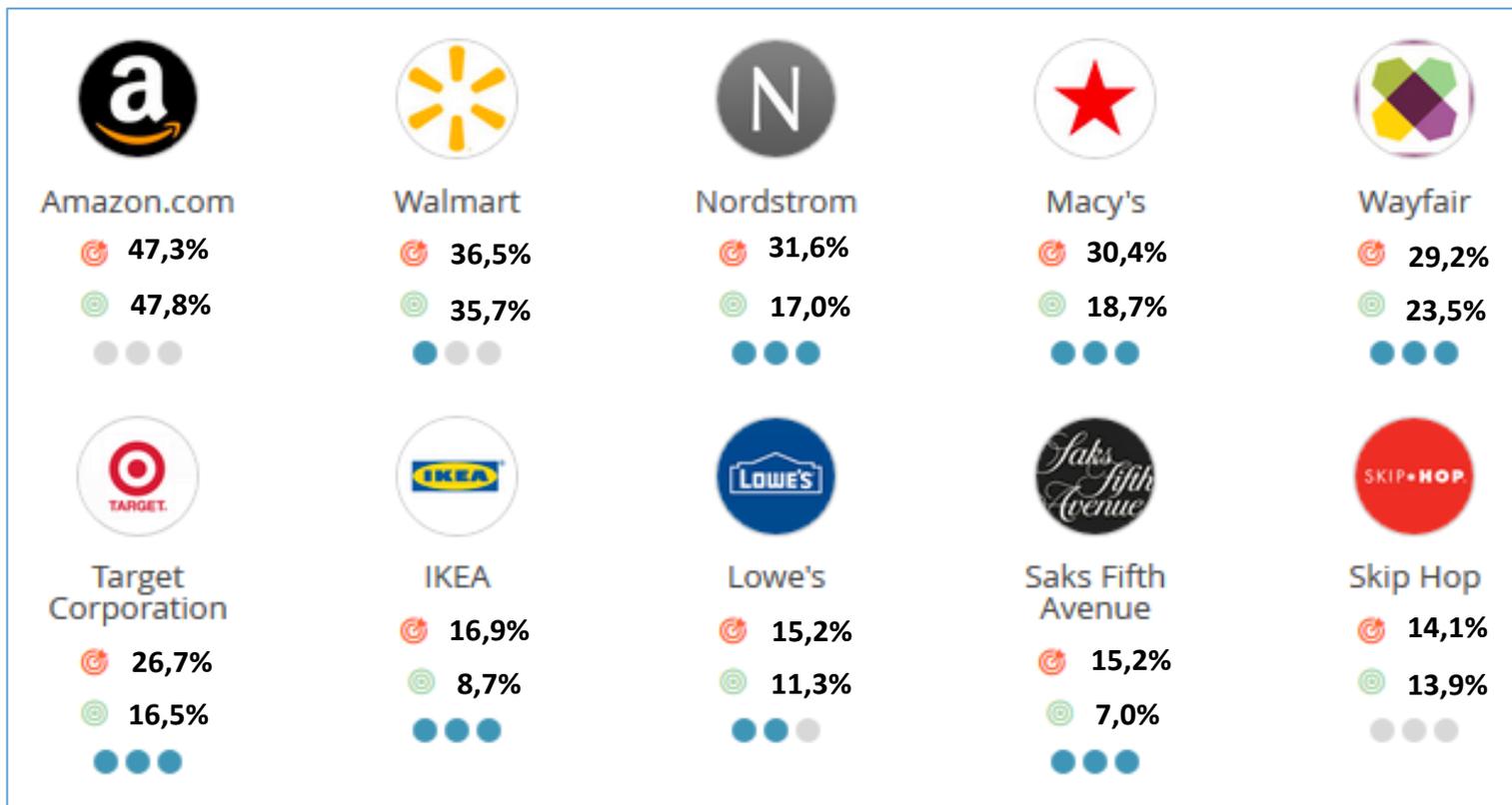
FACEBOOK



- **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

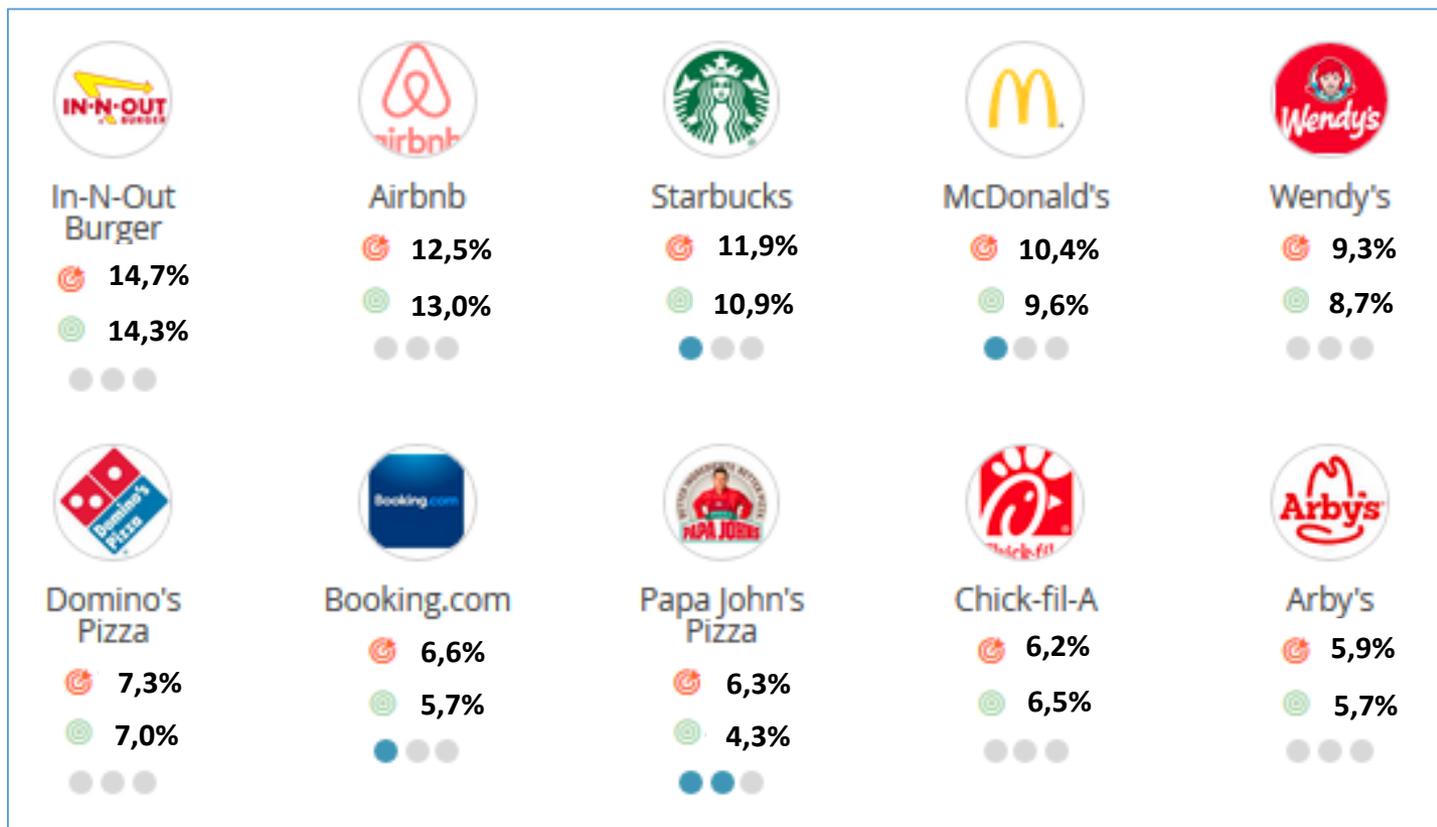
INSTAGRAM



- **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.

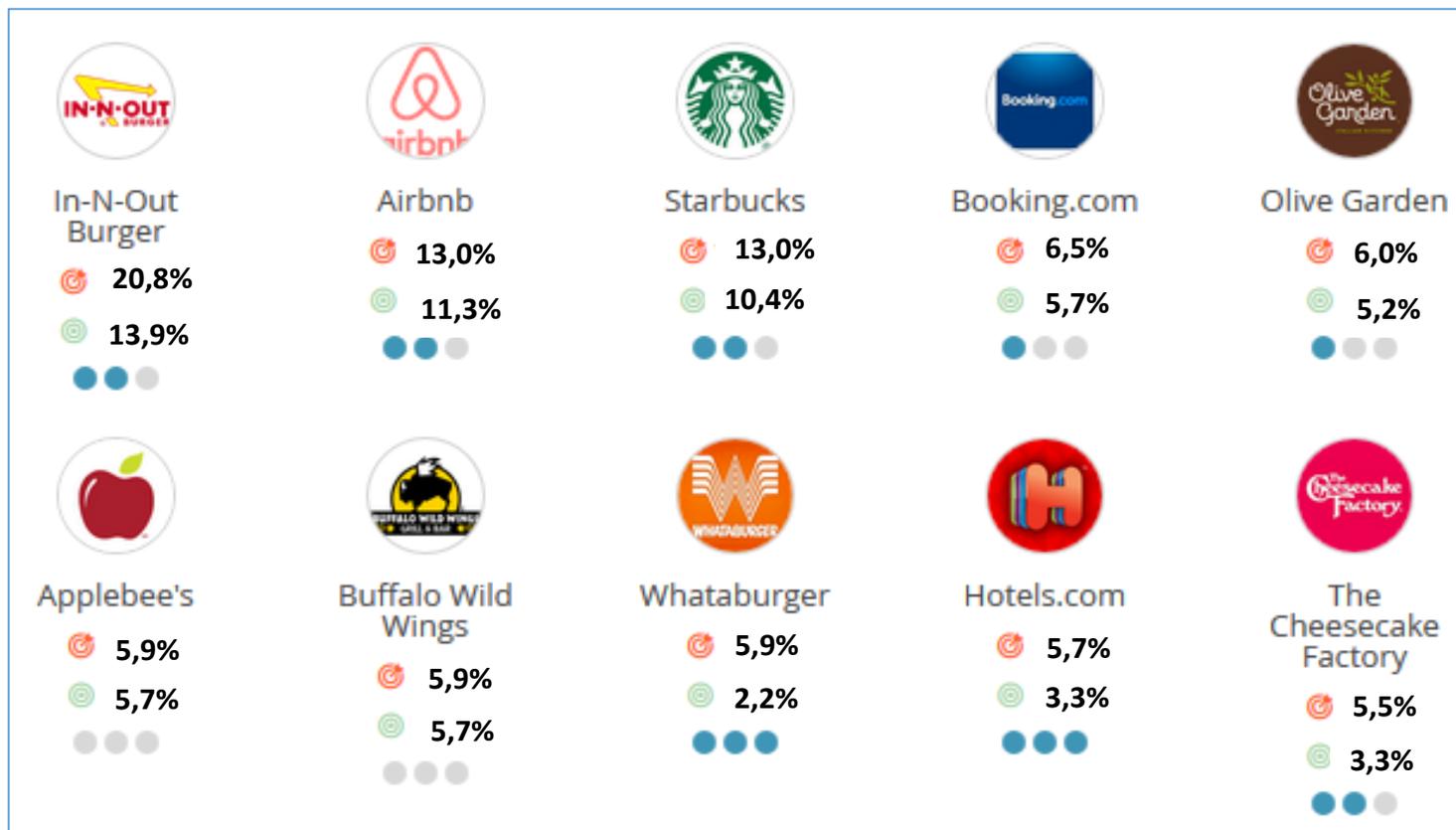
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

FACEBOOK



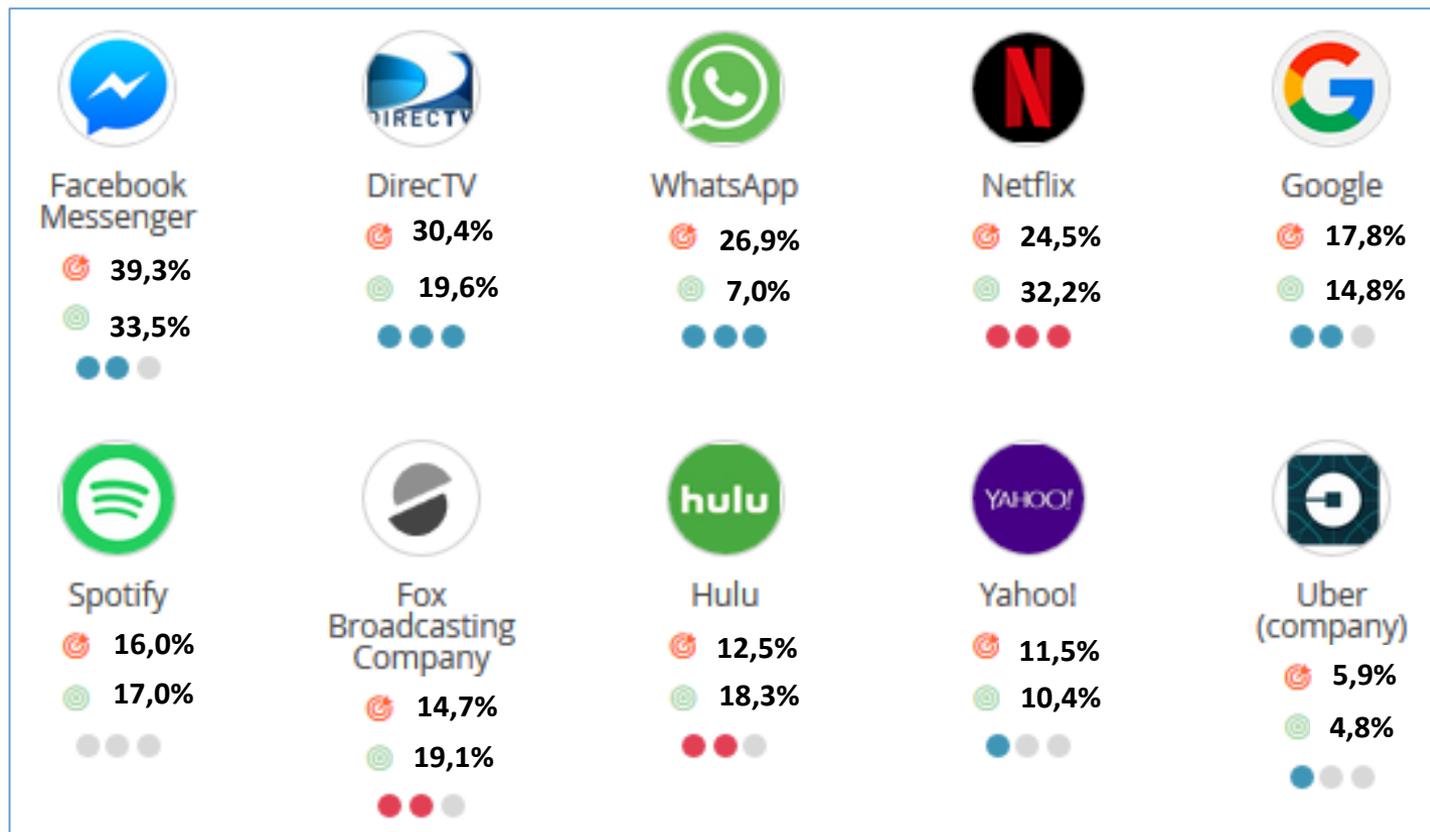
INSIGHTS AROUND HOSPITALITY BRANDS

INSTAGRAM



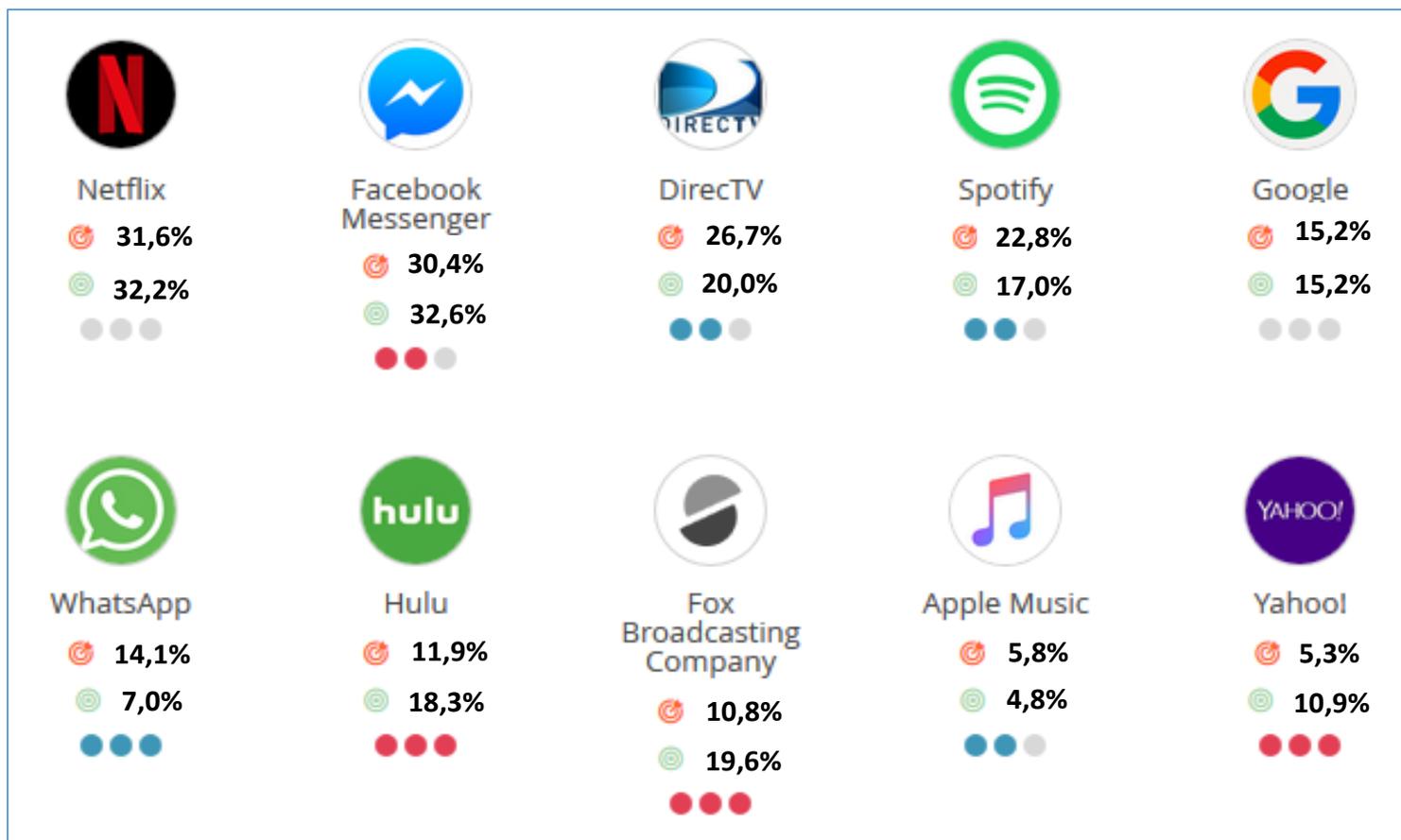
- Marcas de establecimientos de comida rápida e e-commerce como **In-N-Out Burger** . **Airbnb**, **Starbucks** son consideradas por las personas que interactúan con la plataforma P.A.N US en IG como las de mayor hospitalidad.

FACEBOOK

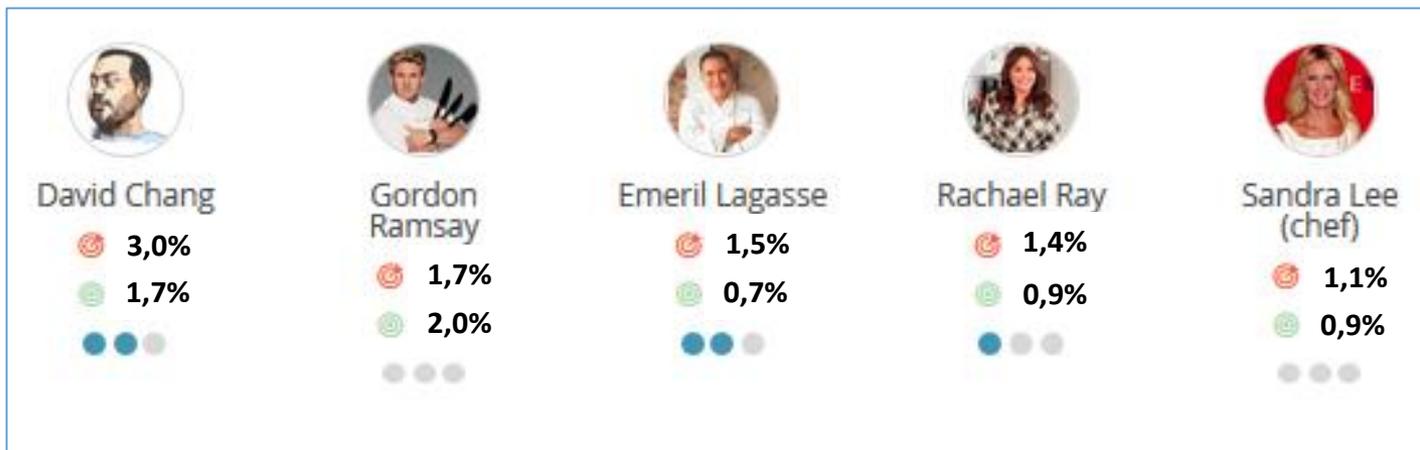


- **Facebook Messenger, Directv y Whatsapp** son las principales APPS que son consideradas por las personas que interactúan con las plataforma P.A.N US en FB

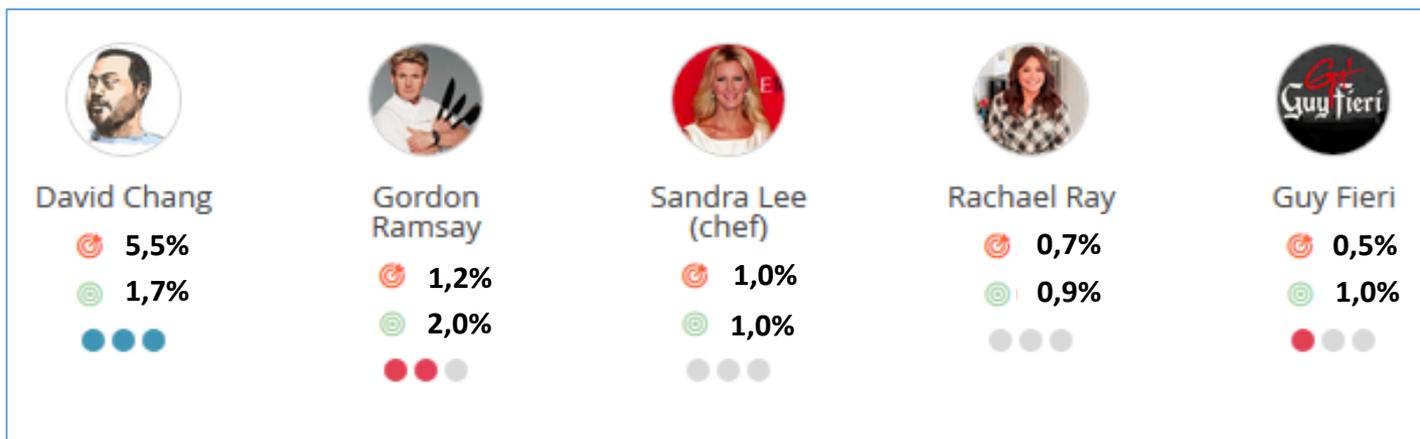
INSTAGRAM



5. CULINARY CHEFS

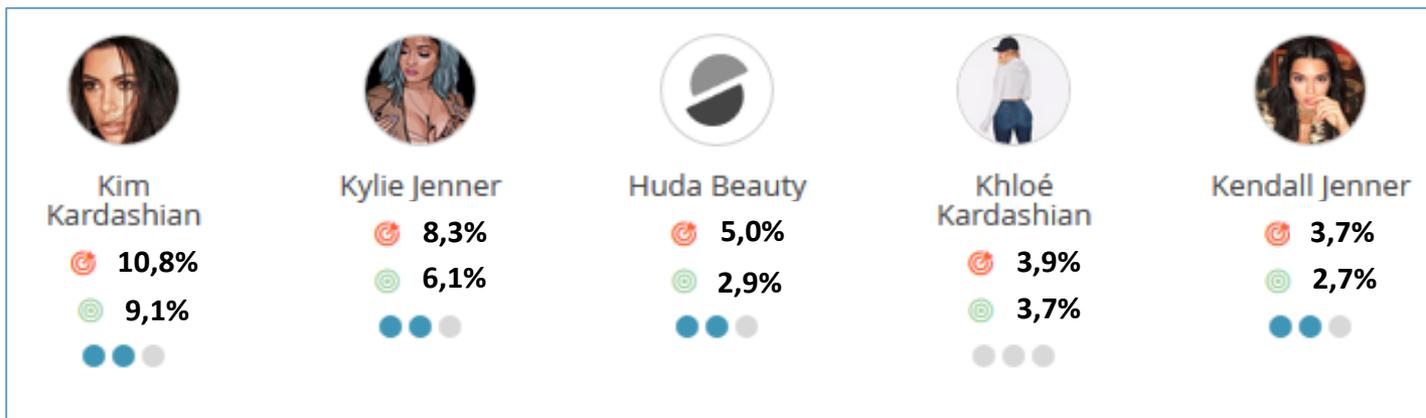
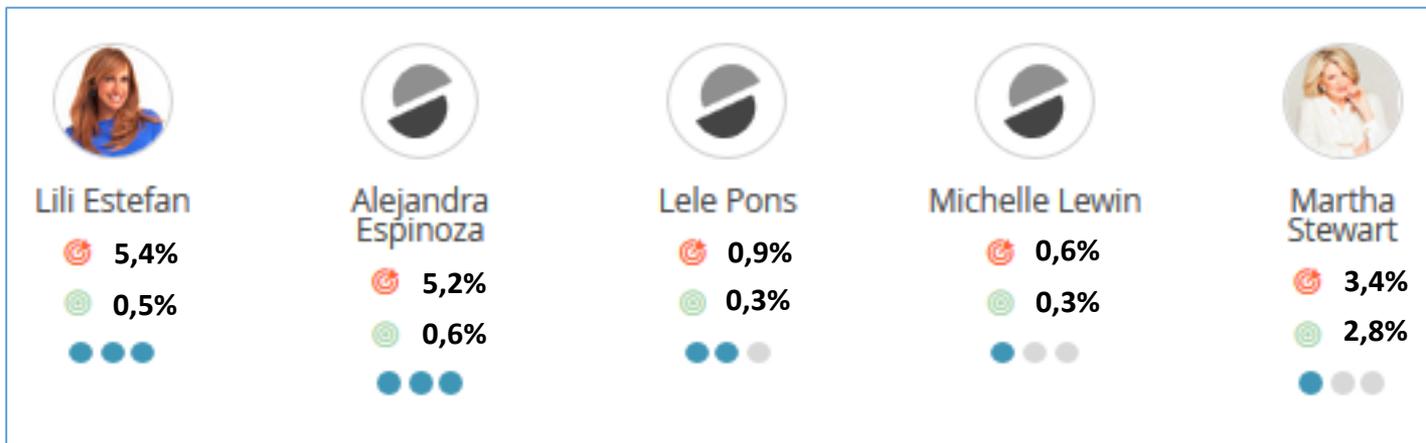


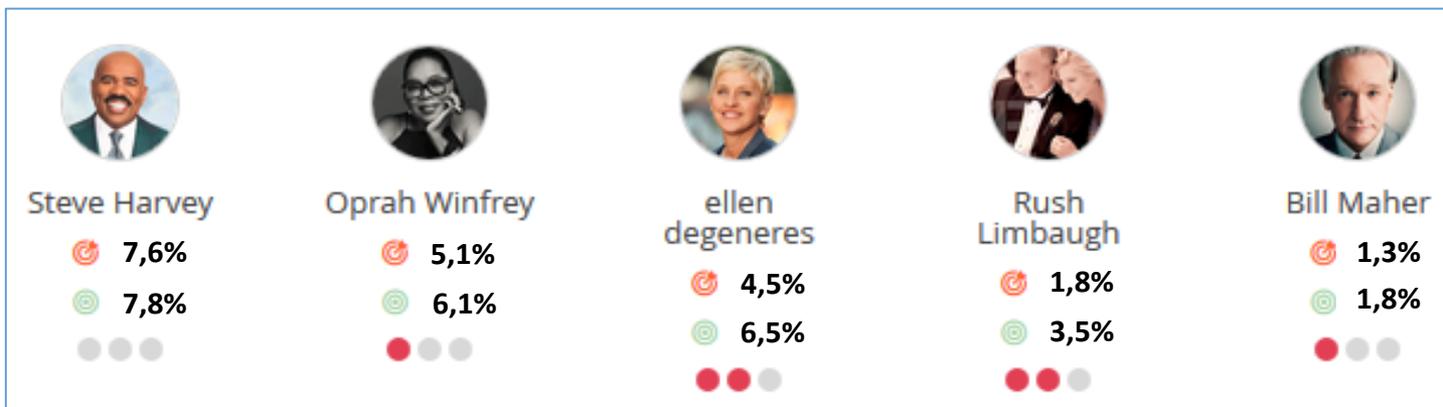
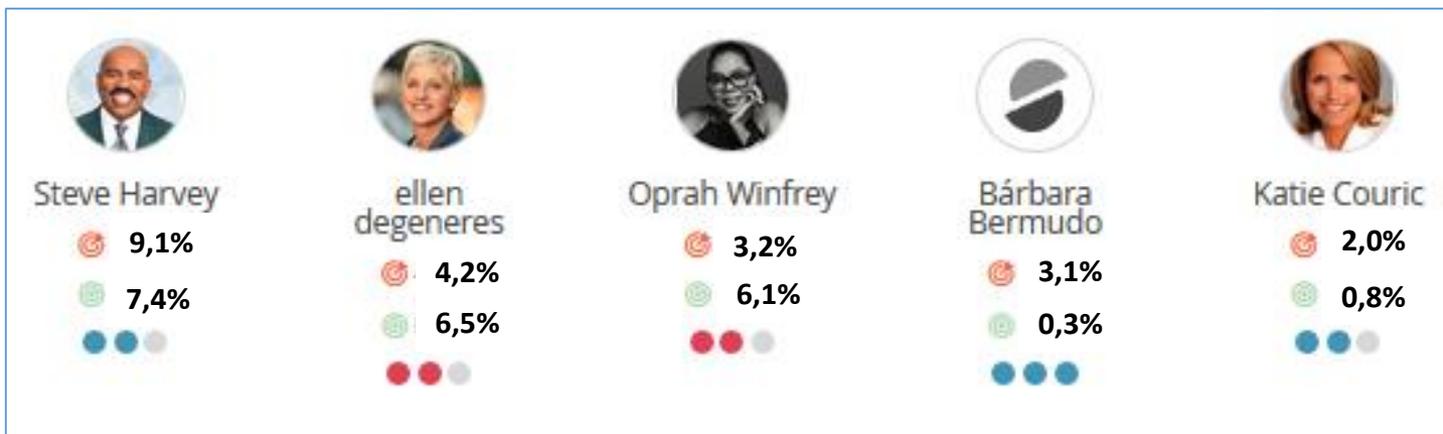
FACEBOOK

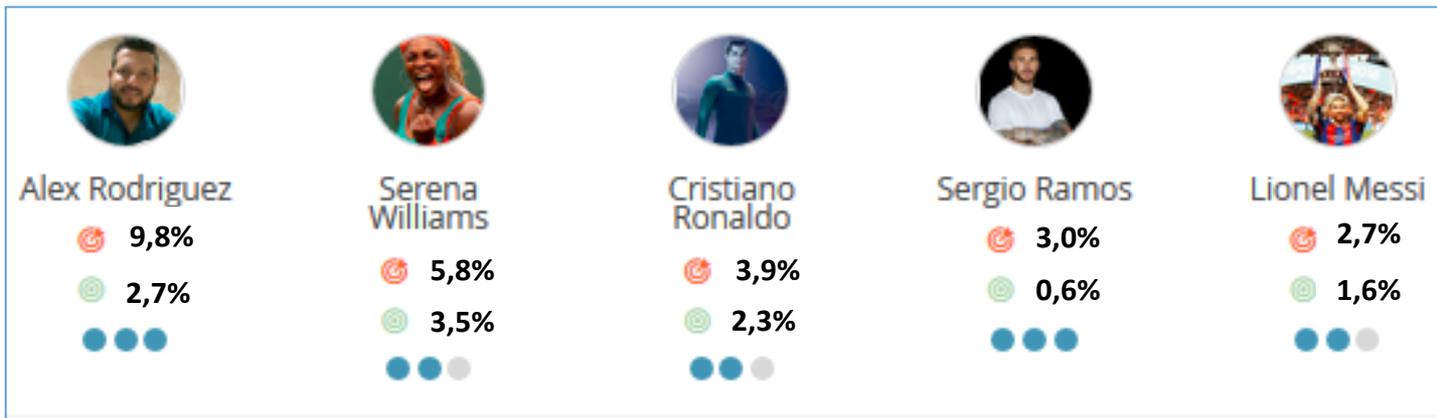


INSTAGRAM

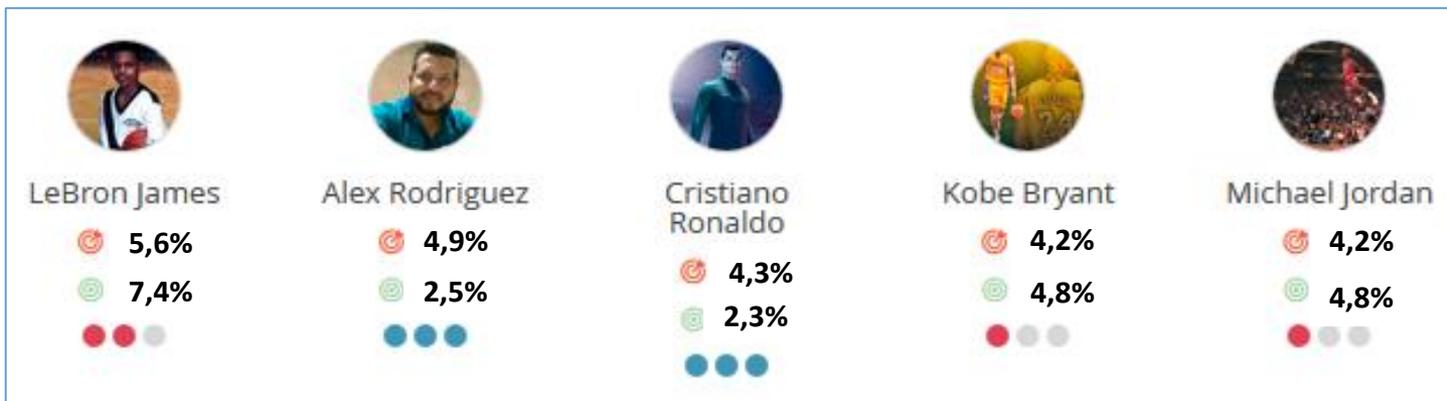
5. SOCIAL MEDIA INFLUENCER







FACEBOOK



INSTAGRAM



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

**Caracas
Abril, 2021**