



DIGITAL TOP

EDICIÓN FEBRERO 2021

PRESENTADO POR PHOCUS



OUTLINE

- TOP SITIOS MÁS VISITADOS EN PANAMÁ. LISTA DEL 1 AL 50
- PALABRAS Y VIDEOS MÁS BUSCADOS EN PANAMÁ
- TOP 10 CANCIONES MÁS SONADAS EN SPOTIFY EN EL MUNDO
- TOP SERIES Y PELÍCULAS DE NETFLIX EN PANAMÁ
- GOOGLE TRENDS: LOTERÍA
- TOP APPS DEL MOMENTO: CUATRO APPS DE ALTO CRECIMIENTO
- TECH COMPANY DEL MES: CHEGG.COM
- INFLUENCER DEL MES: @ROLLIN'WITHTHEROUXS
- TWITCH: LA PLATAFORMA DEL MOMENTO
- OLD SPICE TIENE BARBERÍA
- VEVO LANZA PUBLICIDAD EMOCIONAL
- ACTOS ALEATORIOS DE AMABILIDAD POR TIKTOK



HOME SEARCH SETTINGS

NEW RELEASES ON VEVO



YUNGBLUD
The Making of Weir! ...



Felix Jaehn Feat. Gas...
SICKO (Felix Jaehn Re...



Trap Beckham
Everything Nasty



Inhaler
Falling In

MUSIC FOR YOUR MOODS



TOP SITIOS MÁS VISITADOS EN PANAMÁ

LISTA DEL 1 AL 50



Los primeros cinco sitios más visitados en nuestro país siguen siendo los sospechosos de siempre: **Google (#1)**, **YouTube (#2)**, **Amazon (#3)**, **Facebook (#4)** y **Banco General (#5)**. Nuestro comentario con respecto a este quinteto es que la presencia de un banco en el top cinco es bastante inusual en el resto del mundo (aunque en Venezuela ocurre algo similar, tal vez por razones distintas).

Los cambios interesantes en Panamá ocurrieron entre los sitios 40 y 50. **TikTok (#41)**, por ejemplo, aparece por primera vez en nuestro ranking. Esto anuncia claramente que la red social dejó de ser cosa de Centennials y se ha convertido en el país en lo que en inglés se denomina **“mainstream” (algo así como corriente o parte de la cultura dominante)**.

El reintegro de los estudiantes universitarios también se nota pues en la posición **#44 aparece Instructure, una plataforma de educación online** que está empezando a volverse muy popular en Panamá. Si la presencia de Shoppify, como ya hemos comentado en otras ediciones, **nos indica la consolidación del e-Commerce**, la importante posición de Instructure, nos indica lo mismo de la educación virtual.

PALABRAS MÁS BUSCADAS EN PANAMÁ



1. FELIZ DÍA DEL AMOR Y LA AMISTAD

2. S.D. HUESCA CONTRA REAL MADRID

3. BARCELONA CONTRA PSG

4. MUNDIAL DE CLUBES

5. IMÁGENES SAN VALENTÍN

6. FELIZ SAN VALENTÍN

7. VALE DIGITAL VERIFÍCATE

8. OX

9. CALENDARIO VALE DIGITAL FEBRERO 2021

10. BETIS VS BARCELONA

Febrero es el mes del amor y según las búsquedas, mes del amor al fútbol también. En nuestro Top 10 de palabras más buscadas durante este mes podemos observar dos cosas. Primero, que el **día del amor y la amistad** no pasó desapercibido, ya que tres de las posiciones están ocupadas por el tema. En segundo lugar, y aún más claro, es el amor y la pasión de los panameños por el fútbol. **Un total de cuatro posiciones son ocupadas por partidos de este deporte** y como es costumbre **los equipos del Barcelona y Real Madrid lideran las búsquedas.**

Otras palabras que fueron populares durante el mes de febrero fueron los **vales digitales** y la palabra **"OX" que en español significa buey, animal que representa este nuevo año chino.**

VIDEOS MÁS BUSCADOS EN PANAMÁ



1. SECH 911

2. JAIME MURRELL

3. MIX CARNAVALES 2021

4. PREMIOS LO NUESTRO 2021

5. 911 SECH LETRA

6. CAMELO

7. TOM Y JERRY

8. ATLAS

9. LOCATION KAROL G

10. SUPERLIBRO

El Top 10 de videos más buscados en febrero lo encabeza el talento nacional **Sech** con su video **911**. Otro video de esta misma canción ocupa también la quinta posición dentro del listado.

Aunque los carnavales fueran cancelados oficialmente, los panameños no dejaron pasar la oportunidad de celebrar en sus casas haciendo del video **Mix de Carnavales 2021** un éxito en la tabla de posiciones. Observamos también cómo los panameños mostraron interés en **Premios Lo Nuestro 2021** que se llevaron a cabo el 18 de febrero en la Ciudad de Miami. Los más premiados de la noche fueron **Bad Bunny con 7 premios y Camilo con 5**.

Otras apariciones interesantes corresponden al **cantante de música cristiana Jaime Murrell (#2)** quien falleció el 4 de febrero, el **gamer Atlas (#8)** con su canal de streaming **y Superlibro**, un canal de YouTube que explica la biblia con videos animados para los más pequeños.

ÉXITOS GLOBALES TOP 10



1. DRIVERS LICENSE - OLIVIA RODRIGO

2. Save Your Tears - The Weekend

3. Blinding Lights - The Weekend

4. DÁKITI - Bad Bunny, Jhay Cortez

5. Calling My Phone - Lil Tjay, 6LACK

6. Astronaut In The Ocean - Masked Wolf

7. Bandido - Myke Towers, Juhn

8. Mood - 24kGoldn ft. Iann Dior

9. Without You - The Kid LAROI

10. The Business - Tiësto

DESTACADO ESTE MES EN EL MUNDO

En la posición número 1 a nivel mundial nos encontramos con **Drivers License de Olivia Rodrigo**, por segundo mes consecutivo. En Panamá, esta canción ocupa la **posición #40**.

En la posición **#2 Save Your Tears** y en la **#3 Blinding Lights** encontramos a **The Weekend**, quien luego de su presentación en el Super Bowl, vio un incremento del 42% en sus reproducciones a nivel mundial. **En Panamá estas dos canciones ocupan la posición #27 y #36 respectivamente.**

Dentro del Top 10 mundial vemos el regreso triunfal de la música electrónica de la mano de **Tiësto con The Business**, canción de su último álbum que lanzará este año.

TOP SERIES/PELÍCULAS DEL MOMENTO EN PANAMÁ (25.2.2021)



1 I CARE A LOT

I Care A Lot cuenta la historia de una mujer que de forma deshonesta, consigue convertirse en la guardiana legal de personas de edad mayor, sólo para terminar robándoles su cuenta bancaria. Después de haberse salido con la suya varias veces, escoge una víctima con conexiones peligrosas, metiéndose en un mundo de problemas.

2 100 DÍAS PARA ENAMORARNOS

100 días para enamorarnos es una serie que hemos visto desde hace varios meses en este Top 3 de Netflix. Si aún no la han visto, no se la pueden perder. La serie cuenta la historia de dos amigas que sienten que sus matrimonios están en peligro y deciden separarse de sus parejas por 100 días en busca de mejorarlas.



3 NEW AMSTERDAM

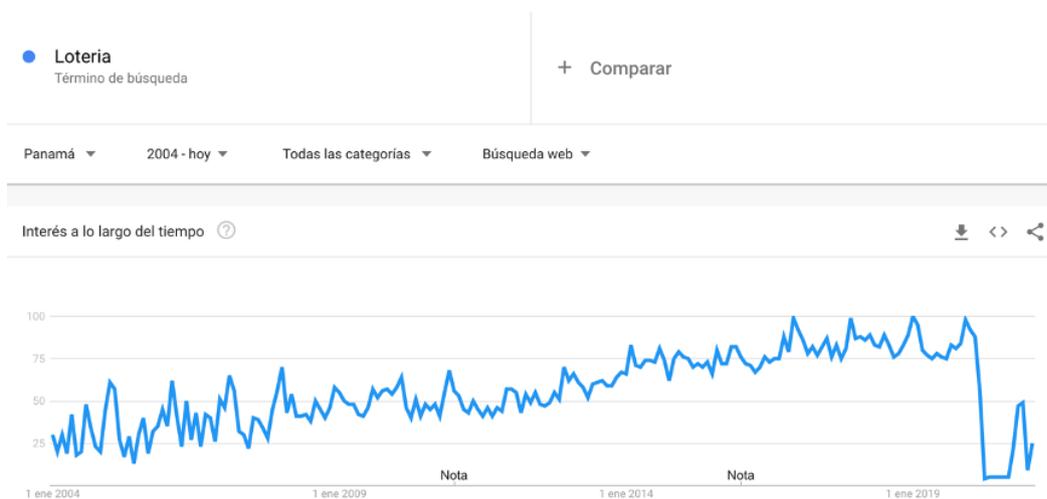
New Amsterdam nos cuenta la historia del doctor Max Goodwin, quien al aceptar el rol de director de uno de los hospitales públicos más antiguos en los Estados Unidos, también asume la misión de rescatar a este olvidado hospital.

GOOGLE TRENDS

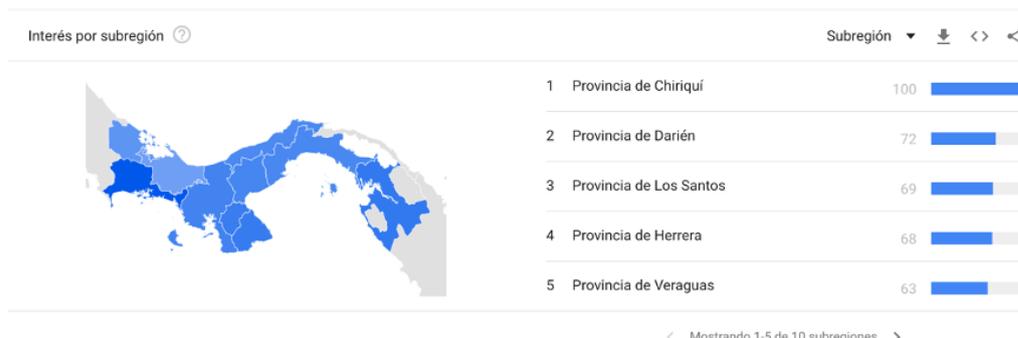
LOTERÍA

Hay pocas cosas sagradas para el panameño. Como pudimos ver hace unos días, el Carnaval es una de ellas. Pero la lotería también es sacrosanta. Al punto que en algún momento se quiso modernizar el famoso bombo lleno de balotas por un sistema de selección más automatizado y las protestas fueron tantas que se tuvo que regresar al sistema de ánfora, niño(a) y gobernador(a).

La pasión por la lotería se ve reflejada en el mundo digital, como vemos en la primera gráfica. **El crecimiento de búsquedas por la palabra lotería ha ido en constante aumento en Panamá**, tal vez causado también por el mayor acceso de las personas a herramientas digitales desde 2004 (cuando Google inicia su captación de data).



Se nota, eso sí, **una caída brutal de búsquedas en el primer trimestre del año pasado, debido a la suspensión de los sorteos**. Pero una provincia siguió colocando "lotería" en el buscador y eso la convirtió en la #1 en búsquedas de esa palabra en el país: Chiriquí. Sin embargo, el término que indagaban los chiricanos no se refería al sorteo local. **Los del Valle de la Luna importaron la chingua de Costa Rica y durante la veda de la lotería panameña apostaron su suerte a la del país vecino**. Pura vida.



CUATRO APPS DE ALTO CRECIMIENTO EN PANAMÁ



VIDEO EDITOR & VIDEO MAKER

Esta App le permite a sus usuarios editar y dividir imágenes, mezclar clips y ajustar la velocidad de videos. Además, sirve para animar stickers y sincronizar texto con video. En un momento donde todos queremos publicar nuestros contenidos es fácil entender por qué está tan fuerte su crecimiento en Panamá.



WHATSAPP BUSINESS

Siguiendo la tendencia que hemos venido viendo en los Digital Tops durante la pandemia, es lógico que la versión de hacer negocios de esta red social esté creciendo de manera desproporcionada. Facilidad y rapidez con la menor cantidad de fricción posible son la clave del éxito para hacer negocios hoy y WhatsApp Business llena todas las casillas.



ROBLOX

De todo el mundo digital, nada ha crecido con tanto poder como el gaming. Así que no nos debe sorprender que una App que sirve como plataforma para cientos de juegos se haya convertido en una de las favoritas de los panameños. Roblox era relativamente pequeño hasta hace poco pero la pandemia la hizo explotar, al grado que ahora tiene sus propios eventos y hasta su propia moneda.



PROTÉGETE PANAMÁ

La App #1 de los panameños que pasó de cero a todo en menos de un mes. La aplicación permite el intercambio anónimo y seguro de datos entre personas que pasen mínimo 10 minutos a 2 metros de distancia. Si uno de los usuarios de la aplicación resulta positivo de COVID-19, podrá avisar a todos aquellos con quien estuvo en contacto de forma completamente anónima.

Chegg[®]

TECH COMPANY DEL MES

CHEGG.COM

Google it o Fedex it. La teoría dice que cuando una marca se convierte en verbo, confirma no sólo su top-of-mind sino también su poder. Si esto es así, **nuestra firma tech del mes es realmente fuerte, especialmente entre la generación de los Centennials**. Y es que chegg.com no es sólo un sitio que rápidamente creció en popularidad, es ahora la manera que muchos jóvenes (y no tan jóvenes) han decidido estudiar. **Estos estudiantes "chegg" la información.**

Pero el verbo chegg, no tienen connotaciones positivas. Aunque la compañía ha crecido a través de una gran cantidad de adquisiciones, su reputación se ha venido desmoronando hasta convertirse en el centro de atención de las críticas que la acusan de servir como una plataforma para copiar. **En esa dimensión, la de compartir documentos, chegg.com no es muy diferente a nuestro rincondelvago.com.**



Sin embargo, hay otras aristas que hacen a chegg.com un excelente sitio para los que estudian en Estados Unidos. En el sitio se pueden obtener un número enorme de **flash cards gratuitos y se pueden rentar libros a precios realmente bajos**. Además chegg.com **le facilita a los estudiantes la búsqueda de becas**. Nada mal para un verbo que cada vez más significa copiar.



ROLLIN' WITH THE ROUXS

@ROLLIN.WITH.THE.ROUXS

Rollin With the Rouxs nació durante la pandemia. Este grupo de los 7 hermanos Roux que se dedica a compartir su día a día a través de Instagram y TikTok está conformado por Michele (23 años), Gretel (21 años), Julianne (20 años), Tatiana y Dominique (17 años), Emma (6 años) y Max (3 años).

Los hermanos nos cuentan en una entrevista que la cuenta de TikTok comenzó como un juego para entretenerse durante la cuarentena, pero creció mucho más de lo que ninguno esperaba. Publican fotos, videos, bailes y bromas de ellos y con su familia. Incluso impulsaron a su papá, Rómulo Roux, a abrir su propia cuenta de TikTok.

Desde que empezaron, su presencia en las redes sociales ha ido creciendo rápidamente, captando la atención de marcas como DKNY, Pascual, Kenzo, Carolina Lemke, MAC Cosmetics, entre otras.

IG: 25.3K seguidores
TIKTOK: 357.8K SEGUIDORES

"Manejar tus redes sociales es una cosa, pero manejar dos plataformas en las que necesitas que 7 personas se pongan de acuerdo para crear el contenido, es algo totalmente diferente", nos comenta Michele, la mayor de las hermanas quien ha asumido el rol de manager y estratega de comunicación de las cuentas. "Nosotros somos 7 hermanos, algo que no se ve mucho, y por eso siento que tenemos una ventaja en cuanto al contenido que podemos generar para las marcas."

Rollin' With the Rouxs en cifras:

Instagram:

- El 80% de sus seguidores son mujeres y el 20% son hombres.
- La mayoría de sus seguidores están entre las edades 25 a 34, seguido por 18 a 24 años.

TikTok:

- 80% de sus seguidores son mujeres y el 20% son hombres.
- 54% de sus seguidores están en Panamá y el resto en distintas partes del mundo.



LA PLATAFORMA DEL MOMENTO

Twitch, plataforma de **live streaming especializada en la transmisión de partidas de videojuegos**, ha obtenido un gran crecimiento al diversificar su público ofreciendo contenidos de todo tipo como música, lifestyle y deportes. **En América Latina tuvo un crecimiento del 200% durante el 2020.**

Las personas se conectan en Twitch con el propósito de conversar, interactuar y entretenerse juntos. El concepto es **ver lo que hacen otras personas en su pantalla en tiempo real.**

Esta plataforma, propiedad de Amazon, es accesible desde computadoras, celulares y consolas de videojuegos como Xbox y Playstation. Adicionalmente, cuenta con la posibilidad de ver retransmisiones en directo y grabaciones previas aunque su función "en vivo" es su factor diferenciador.

Otro de los atractivos de esta plataforma es que cuenta con una herramienta para ver series y películas en la compañía de otros usuarios. **A diferencia de un cine, el usuario escoge qué ver, a qué hora y cuándo detenerlo.**

Al ser una plataforma de gran crecimiento, ha tomado gran relevancia para las marcas como:

- **Lexus, que reveló el primer auto desarrollado para y por la comunidad de Twitch** en días pasados. El auto es el resultado de una creación colectiva de la comunidad Twitch y el streamer Fuslie.
- **KFC** se alió con un famoso streamer para promocionar sus alitas de pollo.
- La tienda **Lamps Plus** realizó transmisiones en vivo con una popular streamer de cocina **donde mostraba sus productos de iluminación junto a tips de cocina**, resultando en una publicidad menos invasiva.



OLD SPICE TIENE BARBERÍA

El primero de marzo **abrirán las puertas de la primera barbería - peluquería marca Old Spice** en Columbus, Ohio, Estados Unidos.

El objetivo de esta barbería será **practicar las últimas tendencias en cortes, experimentar con contenido digital y ser un laboratorio de pruebas para desarrollar nuevos productos.**

La barbería está diseñada con elementos para **facilitar la interacción en redes sociales** como modelos en 3D y un curioso barco de madera. Los productos estarán a la venta mientras que el estudio de contenido busca que los visitantes puedan crear y compartir contenido en sus redes en tiempo real. Adicionalmente, contará con un **programa de residencia para barberos de celebridades.**

Este programa busca invitar a estilistas que tienen clientes reconocidos a crear contenido, brindar tutoriales en el cuidado masculino y otras actividades experienciales.

Con esta barbería, Procter and Gamble busca **regresar a los esfuerzos experienciales** que se detuvieron por la pandemia y a **incrementar las ventas de los productos de cuidado personal** que mostraron una baja en la demanda durante este tiempo.

La barbería, además de buscar el aumento en ventas, tiene como objetivo **posicionar a Old Spice como una marca útil, que ayuda a generar confianza personal entre los jóvenes.**

NEW RELEASES ON VEVO



YUNGBLUD
The Making of Weird! ...



Felix Jaehn Feat. Gas...
SICKO (Felix Jaehn Re...



Trap Beckham
Everything Nasty



Inhaler
Falling In



Baker Grace
Bottle of Wine

MUSIC FOR YOUR MOODS



VEVO LANZA PUBLICIDAD EMOCIONAL.

La plataforma de videos musicales **Vevo** lanzó su nueva segmentación de anuncios publicitarios alineados a las emociones que transmite el contenido que están presentando. Este nuevo servicio de publicidad digital fue introducido junto a la compañía de data musical MusicMatch, que utiliza **inteligencia artificial** para dicha clasificación de emociones.

El novedoso formato de pauta digital le permitirá a las marcas aparecer en los momentos en que esté sonando una canción que evoque cierta emoción a la cual el mensaje de la marca se alinie. De esta manera, el aviso publicitario de un perfume con un mensaje romántico aparecerá a la vez que un video de una canción sentimental.

Estudios han demostrado que **las personas son más propensas a recordar las marcas y crear relaciones fuertes cuando estas se presentan en momentos emocionales específicos.** Para esto la música es el perfecto aliado ya que por años ha sido la banda sonora de lo que sentimos en nuestro día a día.

Para iniciar, los videos musicales están clasificados en divertidos, emocionantes, románticos y empoderadores, y se tienen programadas más emociones en los próximos meses.

Hoy en día, **Vevo recibe más de 26 billones de vistas mensuales a sus videos.** La compañía es propiedad de los principales sellos de grabación de música del mundo.



ACTOS ALEATORIOS DE AMABILIDAD POR TIKTOK

El 17 de febrero se celebró el **Día de los Actos de Amabilidad Aleatorios** en Estados Unidos y para esta ocasión, la cadena de **restaurantes casual Zaxby's** lanzó en **TikTok** una activación que buscó **viralizar este tipo de actos entre sus seguidores**.

Apoyado en su mascota Big Z, el reto de realizar actos de amabilidad en general se popularizó bajo el **#ZaxofKindness** y pudimos ver, por ejemplo, a la mascota pagar los parquímetros de personas aleatorias por donde quiera que caminara.

En un momento en el que las marcas están conscientes de la crisis emocional de los consumidores, apoyarse en una red social enfocada en jóvenes para generar este tipo de conexión suena como una buena idea. Esto se puede evidenciar en la **adquisición de 24,000 seguidores, haber alcanzado 17,000 vistas de su hashtag y lograr estos hitos sólo en el mes de febrero sin haber inyectado ni un dólar para lograrlo**.

No es la primera vez que la cadena de restaurantes de Georgia, que cuenta con 900 sucursales en 7 estados, intenta acercarse al segmento de jóvenes. El año pasado patrocinó al gamer profesional Ali Hassan que cuenta con 11 millones de seguidores en Twitch y es uno de los jugadores más populares de Fortnite.

DIGITAL TOP

PRODUCIDO POR PHOCUS DESDE 2012

