



# DIGITAL WORLD

EDICIÓN ENERO 2022

PRESENTADO POR PHOCUS

## PHOCUS

brand and innovation

# OUTLINE

- **PALABRAS MÁS BUSCADAS EN EL MUNDO**
- **GOOGLE TRENDS - ¿QUÉ BUSCÓ EL MUNDO EN EL 2021?**
- **TOP 10 VIDEOS CON MEJOR DESEMPEÑO EN USA 2021**
- **TOP 10 ÉXITOS GLOBALES Y VIRALES EN SPOTIFY**
- **TOP 10 PELÍCULAS Y SERIES POR STREAMING EN EL MUNDO**
- **APPS MÁS BAJADOS EN EL MUNDO 2021**
- **INFLUENCER DEL MES: @GEORGINAGIO**
- **WALMART OFRECE FILTRO DE COMPRA POR TIPO DE DIETA**
- **CIERRAN 2,927 SUCURSALES DE BANCOS EN ESTADOS UNIDOS**
- **EL BAR DE MILLER LITE EN EL METAVERSO**
- **APPLE ACEPTARÁ PAGOS DIRECTAMENTE EN SUS IPHONES.**



# PALABRAS MÁS BUSCADAS EN EL MUNDO



## 1. WORDLE

### 2. BOB SAGET

3. AUSTRALIAN OPEN

4. AUSTRALIAN OPEN 2022

5. SOUTH AFRICA VS. INDIA

6. IND VS SA

7. NFL SCHEDULE

8. NFL

9. GOOGLE CLASSROOM

10. CLASSROOM

El entretenimiento es siempre centro de atención del mundo digital. Este mes 8 de las 10 palabras más buscadas en el planeta tienen que ver con juegos, deportes o farándula.

Pero la palabra ganadora, **Wordle**, ha tenido un recorrido viral extraordinario. De ser un juego nicho que sólo jugaban 90 personas en noviembre, es hoy un fenómeno mundial con millones de personas obsesionadas con él. **Wordle consiste en adivinar una palabra de cinco letras en seis intentos.** En cada una de las ocasiones, por medio de códigos de colores, el participante recibe sugerencias de cuál puede ser la palabra del día.

Los deportes acapararon el ranking: el Abierto de Australia con la controversia de **Djokovic** y la genialidad de Nadal (#3 y #4); **la serie de cricket entre India y Sudáfrica (#5 y #6)** y los playoff de la NFL (#7 y #8).

Finalmente, la muerte de Bob Saget el 9 de enero, generó también una gran cantidad de búsquedas a nivel global (#2).

# GOOGLE TRENDS - ¿QUÉ BUSCÓ EL MUNDO EN EL 2021?

## Year in Search 2021

Google Trends

**ENERO** - Las búsquedas de cómo montar un negocio superaron a las de cómo conseguir un empleo.

**FEBRERO** - Las búsquedas de cómo proteger el planeta alcanzaron su máximo histórico en todo el mundo.

**MARZO** - Los aficionados a la jardinería hicieron que las búsquedas de cómo mudarse con plantas superaran a las de cómo mudarse con niños o con mascotas en el mundo.

**ABRIL** - BTS y otras estrellas de K-pop incluyeron lengua de señas en sus coreografías, por lo que el mundo buscó más que nunca "te quiero" en esa forma de comunicación.

**MAYO** - Este año, las búsquedas mundiales de cómo mantener la salud mental fueron más frecuentes que nunca.

**JUNIO** - ¿Todo te sale mal? Este año, el mundo buscó "mercurio retrógrado" más que nunca.

**JULIO** - En 2021 la gente ya estaba lista para vacacionar por lo que las búsquedas de "¿a dónde puedo viajar?" fueron tres veces mayores a las de antes de la pandemia.

**AGOSTO** - Se dispararon las búsquedas de cómo ayudar a Afganistán y a Haití en todo el mundo.

**SEPTIEMBRE** - Las búsquedas sobre mujeres indígenas desaparecidas alcanzaron niveles históricos. El país que más búsquedas registró fue Canadá.

**OCTUBRE** - Debido a la caída global de varias plataformas de redes sociales, las búsquedas de "no funciona" alcanzaron su máximo histórico en todo el mundo.

Aún está por revelarse la información correspondiente a noviembre y diciembre.

# TOP 10 VÍDEOS CON MEJOR DESEMPEÑO EN USA 2021



I Spent 50 Hours Buried Alive

DAY #2  
Ver más ta...  
Compartir



**1.50 HORAS ENTERRADO - MRBEAST**

2. MINECRAFT SPEED RUNNER VS SHUNTERS

3. GLITTER BOMB TRAP

**4. THE WEEKND SUPER BOWL HALF TIME**

5. FRIDAY NIGHT FUNKIN

6. KIDS MAKE FUN OF BOY WITH AUTISM INSTANT REGRET

7. GOLDEN BUZZER

**8. THE INAUGURATION OF JOE BIDEN**

9. I SPENT 100 DAYS IN A ZOMBIE APOCALYPSE IN MINECRAFT

10. GAMENIGHT STEREOTYPES

En la primera posición tenemos a **Mr.Beast** con su video diario de cómo pasó 50 horas enterrado vivo. El YouTuber estadounidense cuenta con **89.6 millones de suscriptores en su canal y este video cuenta con 41.4 millones de reproducciones**. Mr.Beast se proyecta como el YouTuber con mayor éxito a nivel global y se estima que sus ganancias en la plataforma suman alrededor de \$16 millones.

Liderando la revolución de los videojuegos, **MineCraft** ocupa las posiciones **#2** y **#9** de este conteo, lo que reafirma su preferencia entre los gamers.

Otros videos que completan la lista de los videos más buscados en USA durante el 2021 son la actuación de **The Weeknd** durante el Super Bowl pasado (**#4**) y la **investidura presidencial de Joe Biden** como el presidente #46 de los Estados Unidos (**#8**).

# TOP 10 ÉXITOS GLOBALES Y VIRALES



1. Heat Waves - Glass Animals
2. Abcdefu - Gayle
3. Stay - The Kid Laroi, Justin Bieber
4. Enemy - Imagine Dragons, JID, Arcane, League of Legends
5. Cold Heart PNAU Remix - Elton John, Dua Lipa, PNAU
6. Industry Baby - Lil Nas X, Jack Harlow
7. Easy On Me - Adele
- 8. We Don't Talk About Bruno - Carolina Gaitán, Mauro Castillo**
9. Shivers - Ed Sheeran
10. Desesperados - Rauw Alejandro, Chencho Corleone

1. I Hope You're Happy - Games We Play
2. Before I Knew it - Mason Ramsey
3. Te Marqué Pedo - Alex Luna, DAAZ
4. Hrs and Hrs - Muni Long
5. Down Under - Luude, Colin Hay
6. Step Back - GOT the Beat
7. WA DA DA - Kep1er
- 8. We Don't Talk About Bruno - Carolina Gaitán, Mauro Castillo**
9. Ay Mamá - Rigoberta Bandini
- 10. Mon Soleil - from "Emily in Paris" Soundtrack - Ashley Park**

En esta edición les traemos un comparativo de los éxitos globales vs los éxitos virales de Spotify. En versiones anteriores, hemos presentado varias de las canciones que hoy encontramos en el Top 10 de éxitos globales como **Stay (#3), Industry Baby (#6), Easy on Me (#7)**. Estas canciones nos han venido acompañando por varios meses seguidos.

El Top 10 de éxitos virales nos trae una mezcla de canciones que, como su nombre dice, han crecido de forma exponencial en la plataforma durante el mes. Si hablamos de una canción que esta en boca y oídos de todos es **We Don't Talk About Bruno** (de la película Encanto) que en ambas listas se encuentra en la octava posición. Esta canción **se convirtió en la primera de Disney en alcanzar la cima de las más escuchadas en USA desde "A Whole New World" de Aladino en 1993.**

**"We Don't Talk About Bruno" ha tenido más de 34 millones de reproducciones, según Billboard.**

# TOP PELÍCULAS Y SERIES POR STREAMING EN EL MUNDO



## PELÍCULAS

- HOME TEAM - **NETFLIX**
- ESCAPE ROOM: TOURNAMENT OF CHAMPIONS - **HBO**
- ENCANTO - **DISNEY+**
- GHOSTBUSTERS: AFTERLIFE - **AMAZON**
- NO TIME TO DIE - **ITUNES**
- NO TIME TO DIE - **GOOGLE**
- PAW PATROL: THE MOVIE - **PARAMOUNT+**
- JOY RIDE - **HULU**
- GHOSTBUSTERS: AFTERLIFE - **VUDU**

## SERIES

- ALL OF US ARE DEAD - **NETFLIX**
- EUPHORIA - **HBO**
- THE BOOK OF BOBA FETT - **DISNEY+**
- YELLOWSTONE - **AMAZON**
- EUPHORIA - **ITUNES**
- EUPHORIA - **GOOGLE**
- SEAL TEAM - **PARAMOUNT+**
- THIS IS US - **HULU**
- THE OFFICE - **VUDU**

Las series y películas más vistas en las plataformas de streaming en el mundo, nos permite ver la variedad en las preferencias de los usuarios.

**EUPHORIA**, que trata sobre un grupo de estudiantes de secundaria en un mundo de drogas, sexo, trauma y redes sociales, es la serie más vista en tres plataformas.

En cuanto a películas, hay claramente dos favoritas: **NO TIME TO DIE** y **GHOSTBUSTER: AFTERLIFE**.

# APPS MÁS BAJADOS EN EL MUNDO 2021

1. TIKTOK -  
656MM



TikTok

2. INSTAGRAM - 545 MILLONES

3. FACEBOOK - 416 MILLONES

4. WHATSAPP - 395 MILLONES

5. TELEGRAM - 329 MILLONES

6. SNAPCHAT - 327 MILLONES

7. ZOOM - 300 MILLONES

8. MESSENGER: 268 MILLONES

9. CAPCUT - 255 MILLONES

10. SPOTIFY - 203 MILLONES

**TikTok** sigue marcando pauta en el mundo. Ahora como la app más bajada a nivel global. **Esta aplicación ha hecho que una gran cantidad de personas hayan decidido participar activamente en la creación de contenido a través de videos.** Es por eso tal vez que la app #9 en el mundo es una herramienta de edición que **permite fácilmente cortar y pegar escenas en el teléfono: CapCut.**

Esta lista también refleja las dudas que ha generado la app #4, WhatsApp, con sus políticas de manejo de datos y **confidencialidad** que han hecho que muchos usuarios de teléfonos inteligentes opten por aplicaciones como **Telegram (#5)** para comunicarse.

Y aunque uno espera nombres como Instagram y Facebook en la lista, el hecho de que **Spotify** esté en ella a nivel mundial demuestra **el poder que ha adquirido esta plataforma en todo el planeta.**



# INFLUENCER DEL MES

@GEORGINAGIO



32.4M SEGUIDORES

“Muchos conocen mi nombre, pocos saben quién soy”, así inicia **Georgina Rodríguez** (influencer, empresaria, madre y pareja de Cristiano Ronaldo), su nuevo documental/reality de Netflix.

La modelo argentina **estrenó su serie en la plataforma de streaming el pasado 27 de enero** y desde entonces ha estado en boca de todos.

En sus redes sociales podemos observar su vida en pareja, su maternidad y sus trabajos. Ha sido embajadora de grandes marcas internacionales y ha aparecido en múltiples portadas de revistas. **Cuenta con una comunidad de 32.4 millones de seguidores**, número que sigue creciendo a medida que su documental arrasa con las listas de visualizaciones a nivel mundial.

**“No me considero un fenómeno, pero sí me considero una mujer afortunada, porque sé lo que es no tener nada y sé lo que es tenerlo todo”, dice Georgina.** La modelo e influencer nos muestra una vida de lujos muy aspiracional para su comunidad.

En la actualidad se enfoca en desligar su figura de la de su actual pareja Cristiano Ronaldo y así **establecer su marca propia** de la mano de su presencia digital.

# Shop by Diet

Powered By  SIFTER

 Search Diets and Products 

## WALMART OFRECE FILTRO DE COMPRA POR TIPO DE DIETA

Walmart ha lanzado un **nuevo filtro en su plataforma de compra online y en su aplicación** que le permitirá a sus usuarios realizar **compras basadas en sus preferencias nutricionales**.

Así, los clientes podrán entender de forma más sencilla si cierto producto cumple con los requisitos de su dieta, si es compatible con sus alergias, con los medicamentos que toma o si se alinea a cualquier otra condición médica que tenga el comprador.

Luego de completar un cuestionario sobre sus preferencias, la herramienta revela a los usuarios si los productos cumplen con todos los criterios que solicitaron, con algunos o con ninguno. También les permitirá **examinar de forma detallada el reverso de los productos** para que puedan visualizar la información del panel nutricional.

Este desarrollo propio de Walmart busca **simplificarle a sus clientes el proceso de compra** en su canal digital y permite a cada uno **guardar sus preferencias para así recibir información alineada a sus criterios de salud y bienestar**.



# CIERRAN 2,927 SUCURSALES DE BANCOS EN ESTADOS UNIDOS

En Estados Unidos, los bancos están **reduciendo su cantidad de sucursales** ahora que los clientes prefieren **atenderse a través de aplicaciones móviles y otros canales digitales**.

La tendencia de reducir la presencia física en la industria financiera ya había iniciado antes del 2020, sin embargo, esta fue otra tendencia que la pandemia aceleró dramáticamente.

De acuerdo a S&P, **2,927 sucursales se cerraron durante el 2021** en Estados Unidos. Esto representa **un incremento del 38% comparado a las cifras del 2020**. El banco Wells Fargo fue el que más cifras de cierre registró con 267, seguido de U.S. Bank con 257 cierres.

COMING

2 • 13 • 202



RESPONSIBLY™  
BREWING CO. MILWAUKEE, WI • BEER

## EL BAR DE MILLER LITE EN EL METAVERSO

El 13 de febrero se celebra el **evento deportivo más importante de los Estados Unidos, el Súper Bowl LVI**. Para ser parte de la gran final de fútbol americano, la marca de cervezas **Miller Lite de Molson Coors**, ha anunciado una alianza con Decentraland para **abrir un bar virtual en el metaverso** durante el juego entre los Cincinnati Bengals y Los Angeles Rams.

En el 2010, Anheuser-Bush reemplazó a Molson Coors como el patrocinador oficial de alcohol del Súper Bowl. Este acuerdo, que vence este año, fue extendido por 5 años con la diferencia de que la exclusividad se limitará únicamente a cervezas y no a todas las bebidas con alcohol como es en la actualidad.

En este bar virtual, **los participantes podrán interactuar tal cual como si se tratara de una barra física**, en donde tendrán **acceso exclusivo a los comerciales de Miller Lite** y podrán ganarse **diversos premios**.



# APPLE ACEPTARÁ PAGOS DIRECTAMENTE EN SUS IPHONES

Hoy en día, **para aceptar pagos en un iPhone**, los comerciantes deben **usar terminales de pago que se adaptan o conectan al teléfono** a través de Bluetooth. Sin embargo, ahora Apple está planificando agregar a las **funciones propias del iPhone la capacidad de cobrar tarjetas de crédito sin la necesidad de un equipo adicional.**

Esta no es una nueva idea de la empresa ya que, a inicios del 2020, pagó alrededor de 100 millones de dólares por el emprendimiento canadiense Mobeewave, el cual desarrolló la tecnología que le permite a los teléfonos inteligentes aceptar pagos con el toque de una tarjeta de crédito.

Esta nueva función **podría afectar a proveedores de pago** que actualmente se apoyan en el iPhone para facilitar sus ventas, como es el caso de **la plataforma líder Square.**

Esta por verse cuál será la estrategia de Apple ya que, si la empresa permite que cualquier aplicación use la nueva tecnología, entonces Square podrá continuar aceptando pagos a través de los dispositivos Apple. En cambio, **si Apple le exige a los comerciantes usar ApplePay, el futuro de Square podría estar en serios aprietos.**

# DIGITAL WORLD

PRODUCIDO POR PHOCUS DESDE 2012

