

DIGITAL WORLD

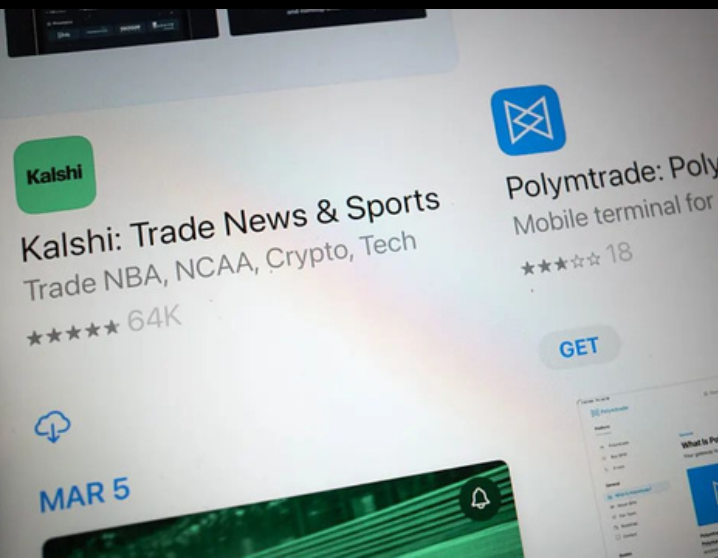
EDICIÓN JUNIO 2026

PRESENTADO POR

PHOCUS
brand and innovation

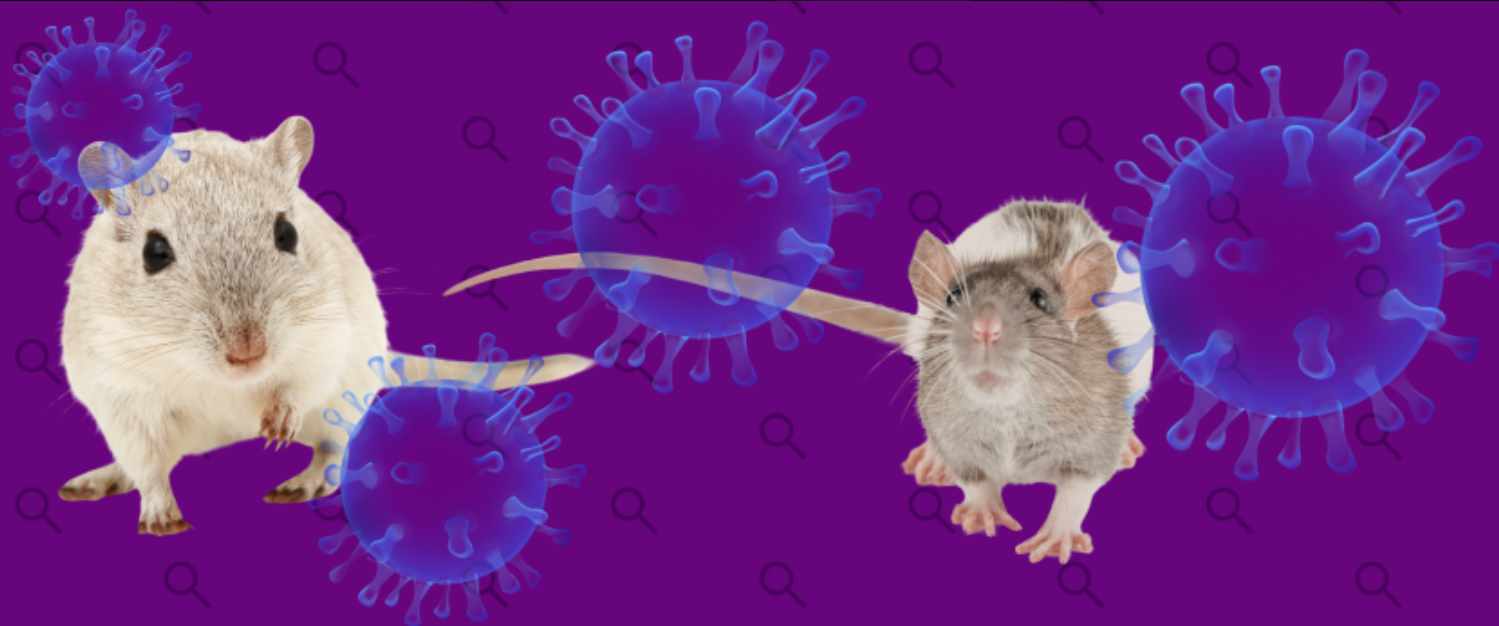


OUTLINE



- **TOP 10 PALABRAS MÁS BUSCADAS EN ESTADOS UNIDOS**
- **TOP 10 VIDEOS MÁS BUSCADOS EN PANAMÁ**
- **TOP 10 ÉXITOS EN SPOTIFY-GLOBAL**
- **LAS FUENTES MÁS USADAS POR LOS MODELOS DE IA HASTA AHORA**
- **LA GUERRA DIGITAL POR CONTROLAR TUS COMPRAS CON AI**
- **SINGLES DAY MIGRA DE CHINA A USA**
- **APOSTAR AL FUTURO SE ESTÁ VOLVIENDO UN NEGOCIO GIGANTE**
- **EL RELOJ QUE CONVIRTIÓ EL LUJO EN CULTURA POP**

TOP 10 PALABRAS MÁS BUSCADAS EN ESTADOS UNIDOS



1. Hantavirus

2. Kyle Busch

3. Spurs vs Timberwolves

4. Okc vs Spurs

5. Pistons vs Cavaliers

6. Cavaliers vs Pistons

7. Mackenzie Shirilla

8. Lakers vs Thunder

9. Memorial Day 2026

10. Cavs

La NBA dominó el interés digital en Estados Unidos este mes, acaparando más de la mitad del ranking con las finales de sus intensos playoffs. El segundo puesto de las tendencias lo ocupó el automovilismo, tras la profunda conmoción en Estados Unidos por la repentina muerte del bicampeón de NASCAR, Kyle Busch.

En la agenda nacional, el hantavirus lideró las búsquedas ante nuevas alertas sanitarias, mientras que el caso judicial de Mackenzie Shirilla volvió al centro del debate tras el estreno de su documental *The Crash* en Netflix. El cierre del ranking lo marcó Memorial Day 2026, el fin de semana largo en el que ese país rinde tributo a sus soldados caídos, activando en paralelo el inicio de la temporada de viajes y descuentos en comercios.

TOP 10 VIDEOS MÁS BUSCADOS EN PANAMÁ



1. Dai Dai

2. Congo

3. Michael Jackson

4. Shakira

5. Mansión VIP

6. Valentino

7. La mansión VIP

8. Valentino GRM

9. Top Boy

10. El americano 4kt

Las búsquedas reflejaron una mezcla de cultura popular, nostalgia, entretenimiento urbano e identidad cultural. Términos como “Dai Dai”, “Shakira” y “Michael Jackson” muestran el enorme impacto del mundo digital en revivir canciones, bailes y momentos virales que conectan distintas generaciones. Al mismo tiempo, “Congo” mostró el interés por la cultura afro-panameña durante el Día de la Etnia Negra Nacional.

La lista también evidencia el poder de lo urbano con artistas como “Valentino”, Top Boy y “El Americano 4KT” y de los influencers al generar búsquedas la Mansión VIP.

En conjunto, estas búsquedas muestran a un Panamá conectado con tendencias globales, pero también interesado en reafirmar sus raíces culturales.

TOP 10 ÉXITOS DE HOY EN SPOTIFY- GLOBAL



1. **Billie Jean --- Michael Jackson**
2. **Beauty And A Beat --- Justin Bieber, Nicki Minaj**
3. **Janice STFU--- Drake**
- 4 **SWIM--- BTS**
5. **Ran To Atlanta--- Drake, Future, Molly Santana**
6. **National Treasures--- Drake**
7. **Whisper My Name --- Drake**
8. **Babydoll--- Dominic Fike**
9. **Beat It--- Michael Jackson**
10. **Make Them Cry --- Drake**

Este mes estuvo marcado por el regreso de grandes íconos. Michael Jackson reapareció en el top 10 con Billie Jean (#1) y Beat It (#9), impulsado por su película biográfica. Sin embargo, el gran protagonista del ranking fue Drake, quien con el lanzamiento de sus nuevos proyectos (ICEMAN, HABIBTI y MAID OF HONOUR) logró que su sencillo Janice STFU (#3) debutara en la cima del Billboard Hot 100. Con esto, el rapero superó el récord histórico del propio Jackson como el solista masculino con más números uno en Estados Unidos.

El listado lo completan fenómenos como BTS, Dominic Fike y el resurgimiento viral de Beauty and a Beat, de Justin Bieber y Nicki Minaj.

5 a 10 días

El promedio de duración de una tendencia en TikTok antes de que la atención cambie a otro tema.

Con 42% de los Gen Z en USA descubriendo productos en esta red social, las marcas enfrentan una carrera constante por mantenerse relevantes.

LAS FUENTES MÁS USADAS POR LOS MODELOS DE IA HASTA AHORA



1. Reddit

2. YouTube

3. LinkedIn

4. Wikipedia

5. Forbes

6. G2

7. Yelp

8. Facebook

9. Medium

10. Techradar

Las citas más utilizadas por modelos de lenguaje de inteligencia artificial (LLMs) reflejan cuáles son hoy las plataformas más influyentes para obtener su información. Reddit, YouTube y LinkedIn destacan por concentrar conversaciones, experiencias y análisis que los modelos consideran valiosos para entender tendencias y comportamiento social, mientras Wikipedia sigue siendo una referencia central por su información estructurada y actualizada.

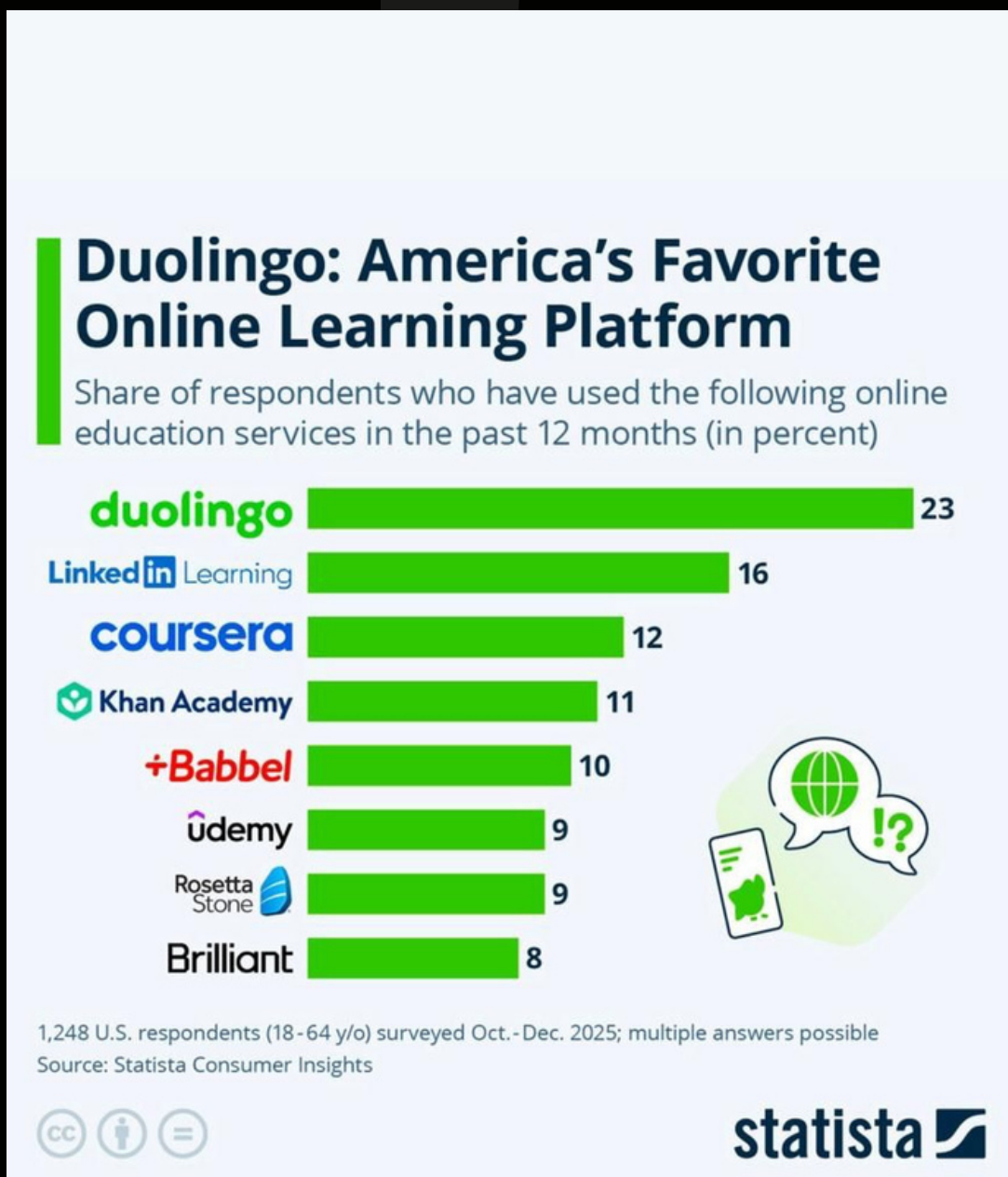
La lista también evidencia el peso de plataformas orientadas a reputación y recomendaciones como las de Forbes, G2, Yelp y TechRadar. En conjunto, muestran cómo la inteligencia artificial aún depende de espacios donde millones de personas generan conocimiento, opiniones y conversaciones en tiempo real.

¿Cuál es la plataforma online de educación favorita en USA?

- A. Coursera
- B. YouTube
- C. LinkedIn Learning
- D. Duolingo
- E. Masterclass
- F. Udemi

¿Cuál es la plataforma online de educación favorita en USA?

D. Duolingo





Google comenzó a integrar compras y checkout dentro de sus búsquedas impulsadas por IA buscando resolver uno de los mayores problemas del e-commerce actual: la fricción. Hoy los consumidores descubren productos en TikTok, Instagram, Google o múltiples tiendas online, pero muchas veces abandonan la compra al enfrentarse a distintos procesos de pago, cuentas y plataformas. Klarna, por su parte, lanzó una aplicación dentro de ChatGPT que permite buscar productos, comparar precios y encontrar ofertas usando lenguaje natural.

La batalla ya no es solo por vender productos. Es por controlar la conversación —y el checkout— antes de la compra.

DIGITAL TOP | FUENTE: RETAILDIVE.COM, EMARKETER.COM ANÁLISIS: PHOCUS.

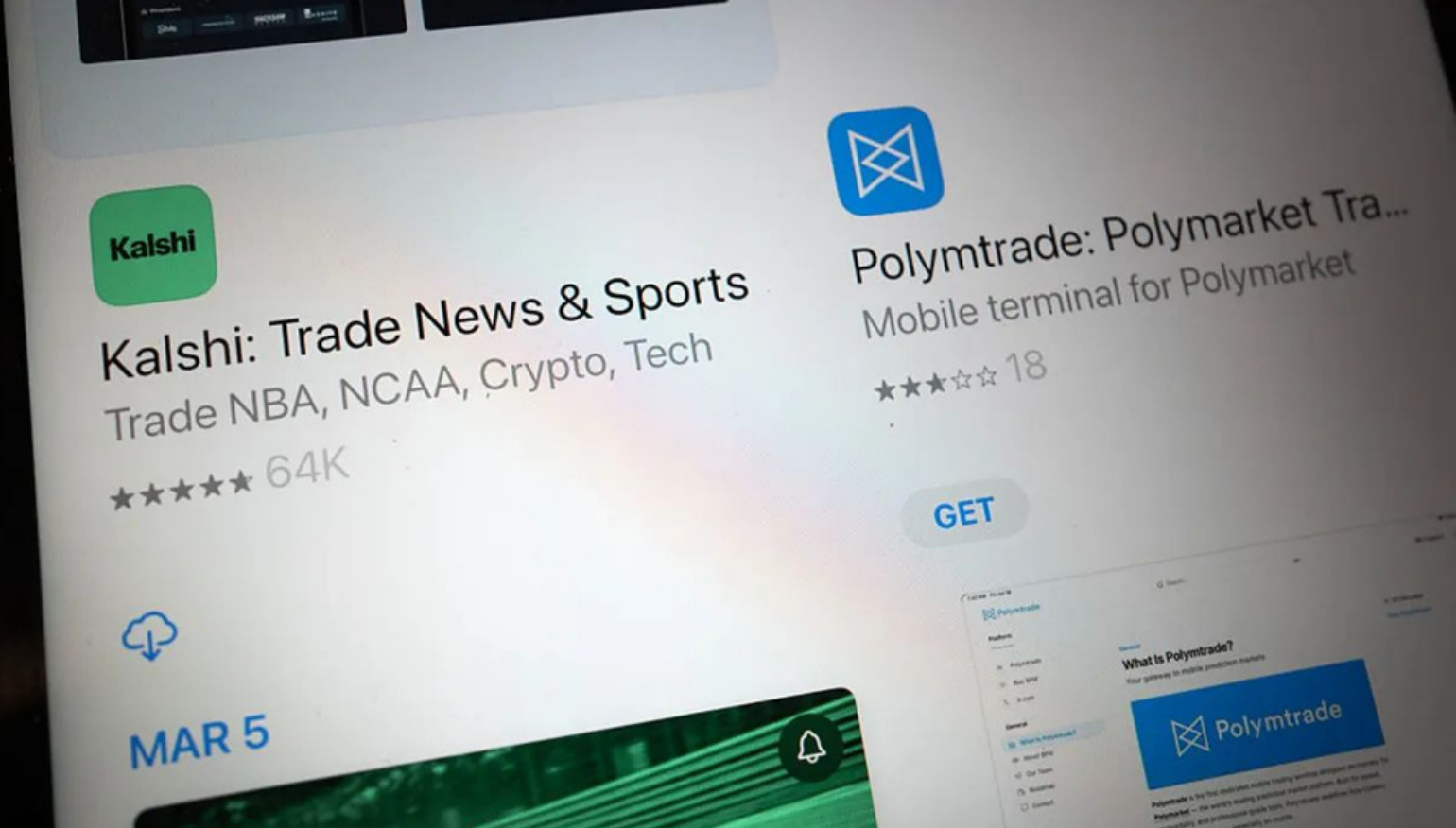


SINGLES DAY MIGRA DE CHINA A USA

Lo que comenzó en China como una celebración para personas solteras cada 11 de noviembre, una fecha creada para incentivarse regalos y compras para uno mismo, hoy genera cerca de \$236 mil millones en ventas anuales, convirtiéndose en el evento comercial más grande del mundo.

Ahora, retailers y marcas buscan introducir Singles Day en Estados Unidos, apostando a crear una nueva gran temporada de consumo incluso antes de Black Friday. Aunque hoy sólo el 20% de los consumidores estadounidenses conoce el evento, muchas empresas quieren posicionarse temprano antes de que el mercado explote.

Más que una fecha de descuentos, Singles Day representa una oportunidad para capturar atención, conversación y ventas en un momento del calendario que todavía no está saturado por la competencia.



APOSTAR AL FUTURO SE ESTÁ VOLVIENDO UN NEGOCIO GIGANTE

Los llamados “prediction markets” —plataformas donde las personas apuestan sobre resultados futuros como elecciones, inflación, deportes, economía o criptomonedas— podrían mover cerca de \$1 trillón para 2030, según estimados de Bernstein. Sólo en los primeros meses de 2026, plataformas como Kalshi y Polymarket ya superaron los \$60 mil millones en volumen, más que todo lo generado durante 2025 completo.

El crecimiento está siendo tan acelerado que algunos analistas comparan su expansión con el boom de la inteligencia artificial. Kalshi, que domina más del 90% del mercado estadounidense, pasó de mover \$100 millones semanales hace un año a más de \$3 mil millones por semana actualmente.

Más allá de las apuestas, el fenómeno refleja algo más profundo: cada vez más personas y empresas están utilizando estos mercados como herramientas para medir probabilidades, anticipar escenarios y tomar decisiones sobre política, economía y tendencias futuras en tiempo real.



EL RELOJ QUE CONVIRTIÓ EL LUJO EN CULTURA POP

La colaboración entre Swatch y Audemars Piguet desató filas masivas, cierres de tiendas, peleas entre compradores y una explosión de reventa alrededor del mundo. El lanzamiento del "Royal Pop", una reinterpretación accesible del icónico Royal Oak, volvió a demostrar el poder que tiene mezclar lujo, escasez y cultura pop.

Los relojes, vendidos entre \$400 y \$420, solo podían comprarse físicamente en tiendas seleccionadas y limitados a una unidad por persona. Aunque técnicamente no eran edición limitada, la baja disponibilidad disparó el FOMO global: algunos modelos comenzaron a revenderse el mismo día por miles de dólares y sets completos superaron los \$25,000 en plataformas secundarias.

La colección incluía ocho modelos inspirados tanto en el diseño del Royal Oak como en los relojes POP de Swatch de los años 80. Pero más allá del producto, el verdadero éxito estuvo en convertir un lanzamiento de relojes en un fenómeno viral global. Swatch reportó más de 11 mil millones de visualizaciones en redes sociales relacionadas al lanzamiento.

DIGITAL WORLD

PRODUCIDO POR PHOCUS DESDE 2012



Structuring brands to help people make more efficient decisions.

CONTACTOS

PAOLA GARCÍA - CEO
pgarcia@phocusbranding.com

ALEJANDRO J. FERNÁNDEZ - FUNDADOR
afernandez@phocusbranding.com



Structuring brands to help people make more efficient decisions.