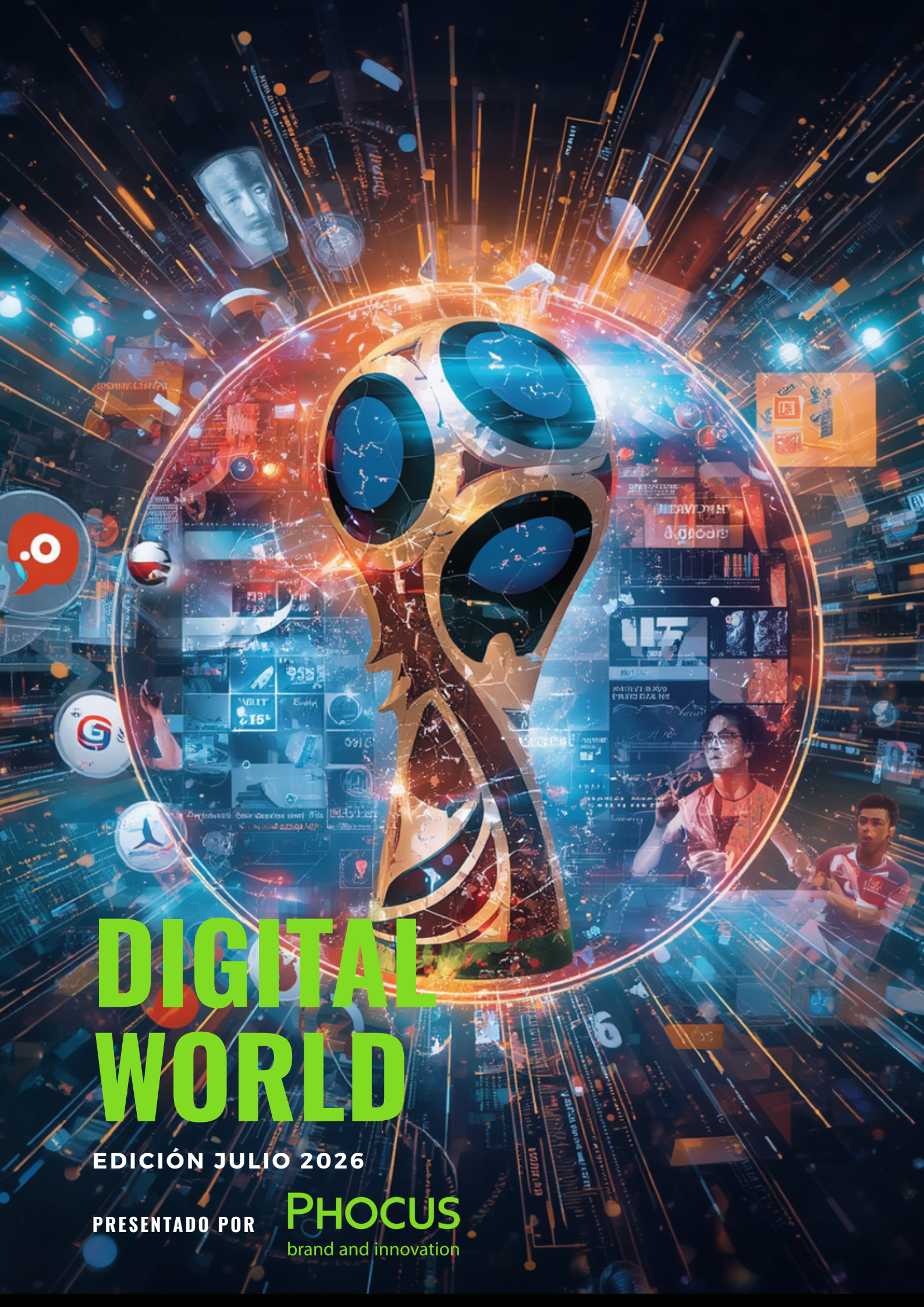




DIGITAL WORLD

EDICIÓN JULIO 2026

PRESENTADO POR

PHOCUS
brand and innovation



OUTLINE



GEO vs SEO

Optimising for AI search?



Cannes Lions
2026 Awards



THE FIRST TRUE
AI WORLD CUP

- TOP 10 PALABRAS MÁS BUSCADAS EN EL MUNDO
- TOP 10 VIDEOS MÁS BUSCADOS EN USA
- TOP 10 ÉXITOS EN SPOTIFY-USA
- JUGADORES EN EL MUNDIAL CON MÁS SEGUIDORES EN INSTAGRAM
- 5 CAMPAÑAS DE CANNES LIONS 2026
- EL MUNDIAL DONDE DEBUTÓ LA IA
- ASEGURA TU PROMOCIÓN CON PREDICCIÓN
- SEO VS GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION (GEO)

En esta edición de Digital World exploramos un mes en el que el fútbol, la música, la inteligencia artificial y la creatividad marcaron la conversación digital.

Junio confirma que la atención ya no se gana únicamente con grandes presupuestos, sino con velocidad, relevancia y capacidad de leer el momento. El Mundial 2026 se convirtió en el gran escenario global, no solo por lo que ocurre en la cancha, sino por cómo las marcas, los creadores y la inteligencia artificial están transformando la forma en que se genera contenido en tiempo real.

También vemos cómo las búsquedas, las canciones y los fenómenos virales revelan nuevas dinámicas culturales: comunidades que impulsan tendencias, audiencias que descubren historias a través de plataformas digitales y marcas que necesitan adaptarse a un entorno donde la recomendación, la reputación y la creatividad pesan cada vez más.

Esperamos que esta edición sirva como una guía para entender hacia dónde se mueve la conversación y qué oportunidades abre para las marcas.

El equipo de Phocus.

PHOCUS
brand and innovation

TOP 10 PALABRAS MÁS BUSCADAS EN EL MUNDO



1. Copa Mundial de la Fifa 2026
2. Mundial hoy
3. Coupe du Monde de la Fifa 2026
4. Fifa World Cup 2026
5. Copa do Mundo da Fifa 2026
6. Fifa ワールド カップ 2026
7. Fifa World Cup 2026 Official
8. Fifa World Cup
9. Fifa World Cup standings
10. Fifa

Dominio completo del futbol. Vemos cómo la búsqueda en francés es la tercera más alta. Esto no es solamente por la presencia de Francia (que por supuesto aporta) sino también por la participación de varios países que usan ese idioma en Europa, África y América.

El español ocupa los dos primeros lugares, lo que es una señal del fanatismo de nuestros países, teniendo en cuenta que mucha más gente en el mundo habla inglés.

Y los que los hemos visto interactuar a los nipones con su equipo desde las gradas sabemos por qué, siendo ellos los únicos que hablan japonés, la búsqueda en su idioma es sexta en el ranking.

TOP 10 VIDEOS MÁS BUSCADOS EN ESTADOS UNIDOS



1. Iconic by Mistake

2. Oliver tree

3. World cup Highlights 2026

4. Verity

5. Gut Genug

6. Bet Awards 2026

7. Fifa World cup 2026

8. Fifa World cup

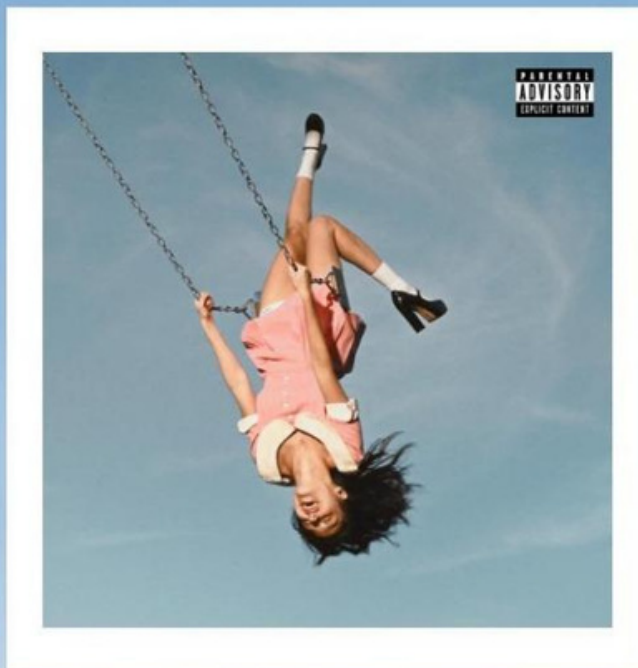
9. Verity Minecraft

10. Du Bist Gut Genug

Iconic by Mistake (#1) lideró el ranking al convertirse en uno de los fenómenos más comentados entre los fanáticos del K-pop. **Verity (#4)** también despertó gran interés, aunque sin un único detonante claro: entre las principales hipótesis se encuentran la expectativa por la adaptación cinematográfica del bestseller de Colleen Hoover, el auge de contenidos relacionados con **Verity en Minecraft #9** y la presentación de Verity Pennyworth, un nuevo personaje del universo de Batman.

El Mundial de la FIFA 2026 (#7 y #8) concentró millones de búsquedas, mientras que los **BET Awards 2026 (#6)** impulsaron la conversación con sus presentaciones y ganadores. También destacaron las búsquedas relacionadas con el fallecimiento de **Oliver Tree (#2) y Gut Genug (#5)**, una canción que se viralizó en TikTok gracias a su coro "Du bist gut genug" ("Eres suficiente").

TOP 10 EN SPOTIFY USA



1. **Choosin' Texas** --- Ella Langley
2. **Stupid Song** --- Olivia Rodrigo
3. **Earrings** --- Malcolm Todd
- 4 **Hate that I made you love me** --- Ariana Grande
5. **The Cure** --- Olivia Rodrigo

6. **Honeybee**--- Olivia Rodrigo
7. **Janice STFU**--- Drake
8. **Drop Dead**--- Olivia Rodrigo
9. **Cinderella**--- Mac Miller, Ty Dolla \$ign
10. **Babydoll**--- Dominic Fike

Olivia Rodrigo fue la gran protagonista del Top 10 de Spotify en Estados Unidos al colocar cuatro canciones en el ranking: **Stupid Song (#2)**, **The Cure (#5)**, **Honeybee (#6)** y **Drop Dead (#8)**, consolidando el lanzamiento de su nuevo álbum *You Seem Pretty Sad for a Girl so in Love*.

El primer lugar fue para **Choosin' Texas (#1)**, de **Ella Langley**, que continúa impulsando el auge del country. El listado también refleja el impacto de los nuevos lanzamientos de **Drake con Janice STFU (#7)**, el regreso póstumo de **Mac Miller junto a Ty Dolla \$ign con Cinderella (#9)**, y la presencia de **Malcolm Todd (#3)** y **Dominic Fike (#10)**, dos artistas que refuerzan la diversidad del ranking con propuestas que conectan con nuevas audiencias.

49%

Casi la mitad de los usuarios de IA en USA afirman que es probable o muy probable que prueben una marca diferente a la que suelen comprar si un asistente de IA se lo recomienda como alternativa.

JUGADORES EN EL MUNDIAL CON MÁS SEGUIDORES EN INSTAGRAM



1. Cristiano Ronaldo. 666 millones de seguidores
2. Leo Messi. 508 millones de seguidores.
3. Neymar Jr. 235 millones de seguidores.
4. Kylian Mbappé. 131 millones de seguidores.
5. Mohamed Salah. 65 millones de seguidores.

Estos cinco nombres no nos deben sorprender. Pero durante la competencia han surgido nombres que nadie esperaba que iban a terminar teniendo cuentas enormes. Dos casos, dos caminos distintos.

Vozinha, el arquero del equipo representando a la pequeña isla africana de Cabo Verde, tuvo una actuación monumental frente a España y **su cuenta se disparó de apenas 50,000 seguidores más de 17 millones.**

En el caso de **Tim Payne**, defensa de Nueva Zelanda, el ascenso fue cortesía del **influencer argentino Valentín Scarsini** quien lo potenció haciendo una pregunta a sus seguidores: **¿Y si hacemos protagonista del Mundial al futbolista menos conocido? Payne fue el escogido y en menos de 24 horas pasó de 5,000 a 550,000.**

¿Cuál es la plataforma más utilizada por los oyentes de audio digital (música, radio, podcast, audiobooks) en USA?

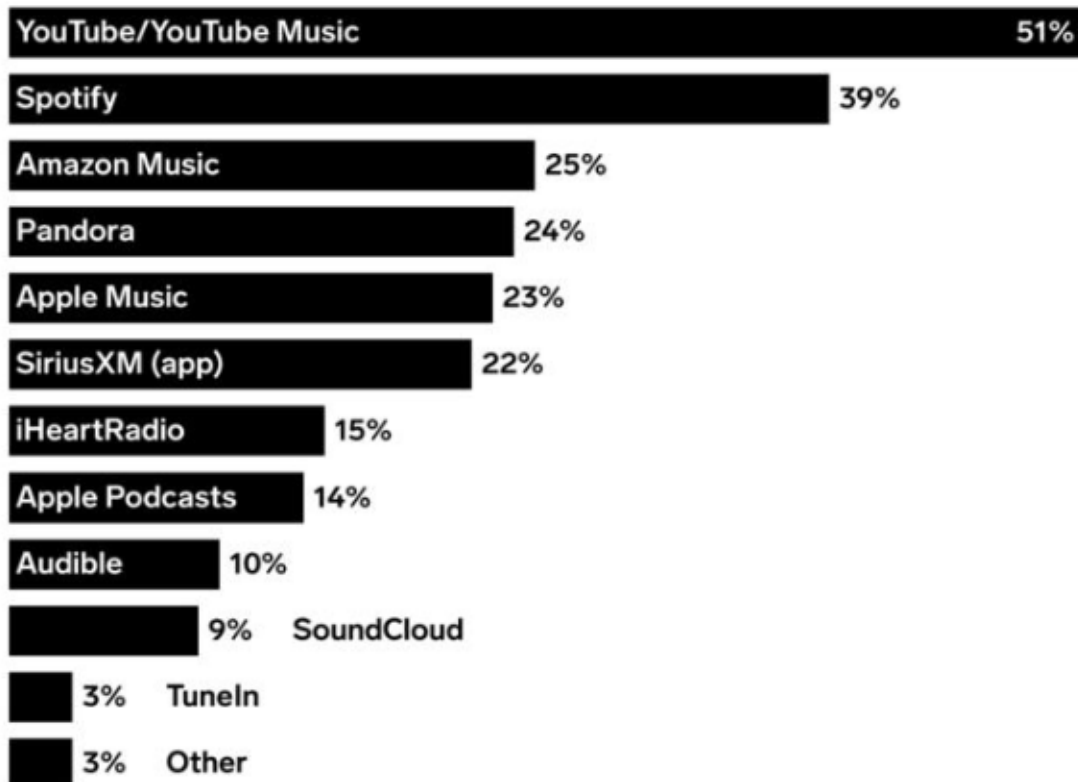
- A. Spotify**
- B. YouTube**
- C. Amazon**
- D. Pandora**
- E. Apple**
- F. Audible**

¿Cuál es la plataforma más utilizada por los oyentes de audio digital (música, radio, podcast, audiobooks) en USA?

B. YouTube

Platforms Used by US Digital Audio Listeners, March 2026

% of respondents



Note: ages 18+ who listen to digital audio content such as streaming music, online radio, podcasts, and/or audiobooks at least once a month

Source: Harris Poll and EMARKETER Survey, "Digital Audio" conducted by Harris Poll, April 14, 2026

365170

EM EMARKETER

Cannes Lions 2026 Awards



5 CAMPAÑAS DE CANNES LIONS 2026

Cada año, el Cannes Lions International Festival of Creativity reúne las ideas más brillantes de la publicidad y el marketing mundial. Estas son cinco campañas que destacaron por su creatividad, innovación e impacto.

1. Haven – Suncorp Insurance: La aseguradora australiana creó una plataforma que ayuda a los propietarios a conocer el riesgo climático de sus viviendas y tomar medidas preventivas antes de que ocurra un desastre.

2. The Last Place on Earth – Columbia Sportswear: Con audacia y mucho humor, la marca desafió a quienes creen que la Tierra es plana, convirtiendo una conversación de internet en una de las campañas más comentadas del año.

3. Caption with Intention – AXA France:

AXA incorporó apoyo a víctimas de violencia doméstica dentro de sus servicios, demostrando que la creatividad también puede impulsar cambios sociales.

4. Heineken: La marca volvió a destacar por crear experiencias que fortalecen las conexiones entre las personas, utilizando la tecnología como un facilitador y no como el centro de la historia.

5. Apple: Con una ejecución impecable y un enfoque centrado en las personas, Apple reafirmó que las historias simples, auténticas y emocionalmente relevantes siguen siendo las más poderosas.

THE FIRST TRUE AI WORLD CUP

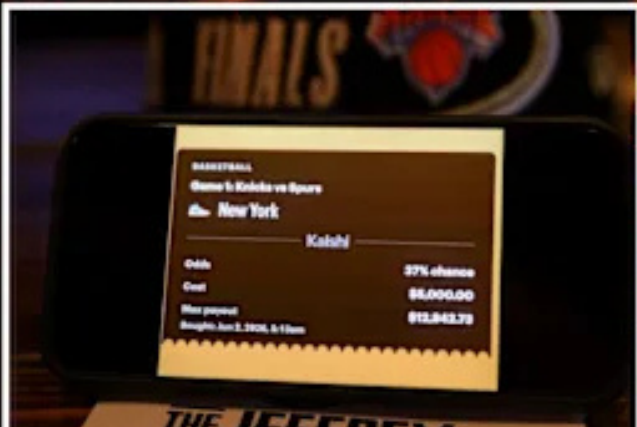
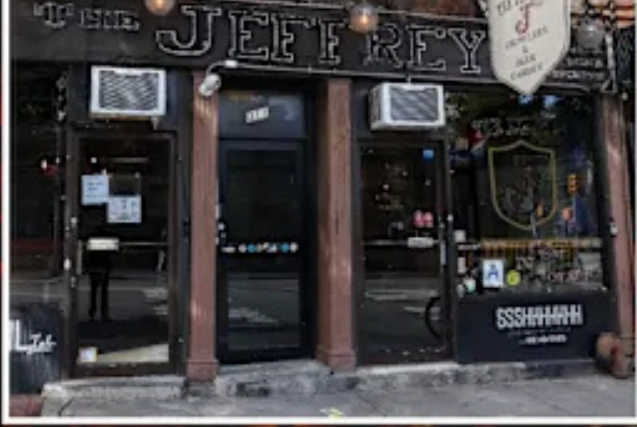


EL MUNDIAL DONDE DEBUTÓ LA IA

Durante años, el Mundial fue un juego de presupuesto: las marcas que pagaban cientos de millones de dólares por ser patrocinadores oficiales eran las que dominaban la conversación. En 2026, eso empezó a cambiar.

La inteligencia artificial está permitiendo que marcas sin patrocinio oficial reaccionen en minutos a lo que ocurre dentro y fuera de la cancha, generando contenido personalizado, anuncios dinámicos y publicaciones adaptadas a cada partido o tendencia como lanzar promociones si cae un gol, cambiar creatividades según el marcador, mover presupuesto hacia el anuncio que mejor está funcionando o incluso personalizar mensajes según el país o el comportamiento del usuario. **Inclusive las marcas no patrocinadoras del torneo presentes en los estadios sede aprovecharon el mandato de tapar sus logotipos para viralizarse con sus creativas alternativas.** Tal fue el caso de Gillette, que decidió ocultar su logotipo emulando espuma de afeitar.

El Mundial se está convirtiendo en **el mayor laboratorio de marketing impulsado por IA hasta la fecha.** Hoy, una buena idea apoyada por inteligencia artificial puede detectar tendencias, producir contenido en tiempo real y competir por la atención de la audiencia a una fracción del costo de un patrocinio global.



ASEGURA TU PROMOCIÓN CON PREDICCIÓN

Imagina que un bar promete: “Si los Knicks ganan hoy, todas las bebidas son gratis.” Hace unos años, esa promoción podía convertirse en un desastre financiero. **Hoy existe una nueva alternativa: cubrir ese riesgo con un mercado de predicción.**

Eso fue exactamente lo que hizo The Jeffrey, un bar de Nueva York. Su dueño **ofreció pagar la cuenta de todos sus clientes si los Knicks ganaban el primer partido de la final de la NBA.** Para evitar una pérdida potencial de más de US\$13,000, **compró un contrato en Kalshi, una plataforma de mercados de predicción.** Si el equipo ganaba, el pago recibido compensaría gran parte del costo de la promoción; **si perdía, el bar solo asumiría el costo de la cobertura y aprovecharía el aumento de clientes.**

Más allá del deporte, este caso abre una posibilidad interesante para el marketing. Restaurantes, hoteles, aerolíneas o comercios podrían **lanzar promociones** ligadas al clima, resultados deportivos o indicadores económicos **sin poner en riesgo sus finanzas**, utilizando estos mercados como un seguro financiero para sus campañas.

GEO vs SEO

Optimising for AI search?

SEO VS GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

Durante más de dos décadas, las marcas compitieron por aparecer en la primera página de Google. **Hoy, hay que lograr que herramientas como ChatGPT, Gemini o Perplexity recomienden tu empresa cuando un usuario hace una consulta. A esto se le conoce como Generative Engine Optimization (GEO).** ¿Cómo se logra? Aunque esta disciplina aún está evolucionando, los expertos coinciden en cinco principios:

- **Publicar contenido con verdadera experiencia**, no textos genéricos creados para posicionar palabras clave.
- **Responder preguntas concretas** con información clara, bien estructurada y fácil de citar.
- **Generar autoridad fuera del sitio web.** Las menciones en medios, estudios, universidades, asociaciones y sitios especializados pesan más que hablar bien de uno mismo.
- Fortalecer la reputación digital. Las **reseñas y opiniones verificadas** son cada vez más importantes para que las plataformas de IA consideren una marca confiable.
- Mantener una base sólida de SEO. Google ha sido claro: no existe un “truco” especial para aparecer en sus respuestas de IA. **Las buenas prácticas de SEO siguen siendo la base;** la diferencia está en crear contenido útil, confiable y fácil de interpretar por los modelos de IA.

PHOCUS

brand and innovation

MÁS DE 15 AÑOS CREANDO Y POTENCIANDO MARCAS EN LA REGIÓN



Investigación de Mercado y Análisis Estratégico

Realizamos estudios cualitativos, análisis competitivo, benchmark y tendencias mundiales para fundamentar las decisiones de negocio.



Estrategia de Marca y Cultura Organizacional

Definimos y fortalecemos el ADN de tu marca, alineando su identidad, propósito y cultura interna para construir organizaciones coherentes, diferenciadas y con experiencias memorables para su audiencia.



Innovación y Creación de Marcas Propias

Impulsamos el desarrollo de nuevas marcas y productos, desde su concepción estratégica, identidad verbal, gráfica, empaque y más.



Consultoría Digital Estratégica

Diseñamos estrategias digitales orientadas a resultados, con foco en análisis de datos, auditoría de presencia digital, optimización de campañas y guía para equipos internos.

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.