

Análisis Del Comportamiento De Las Tendencias De Videos

por Sterling & Draper

En función de las necesidades de procesamiento de datos y los criterios definidos para evaluar el comportamiento de las tendencias por región, se desarrolló el dashboard **“Comportamiento de las Tendencias de Videos”**. Este panel permite aplicar filtros específicos y visualizar la información de forma clara y eficiente, facilitando el análisis y la interpretación de resultados en el contexto de este informe.

¿Qué categorías de videos estuvieron en tendencia más frecuentemente?

- Los datos indican que las siguientes categorías dominaron las tendencias de videos durante el período analizado (noviembre de 2017 a junio de 2018):

1. Entertainment:

- Fue consistentemente la categoría con **mayor cantidad de videos en tendencia**.
- Superó las 40.000 visualizaciones mensuales en varias ocasiones, llegando incluso a cerca de 50.000.

- Refleja el alto interés de la audiencia por contenidos recreativos, como clips virales, parodias, y momentos destacados de shows o celebridades.

2. People & Blogs:

- Se mantuvo como la segunda categoría más popular.
- Representa contenidos más personales o cotidianos, incluyendo vlogs, experiencias personales y contenido independiente.
- Muestra una **presencia estable** en las tendencias a lo largo del tiempo.

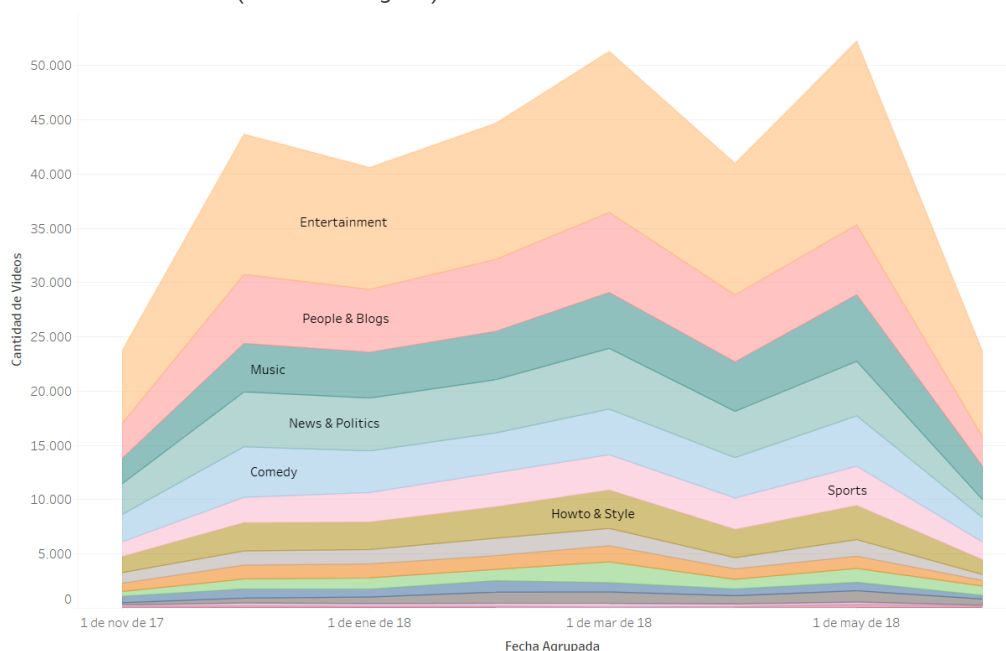
3. Music:

- Ocupó la tercera posición en volumen de videos en tendencia.
- Confirma la alta demanda de contenido musical en YouTube (videoclips, presentaciones, lanzamientos).

4. News & Politics y Comedy:

- Aunque en menor volumen, también presentan una participación destacada en las tendencias.
- Estos tipos de contenido tuvieron un comportamiento **estable y recurrente**.

Historial de Tendencias (Fecha Vs Categoría)



¿Cómo se distribuyeron en las regiones?

- Los videos en tendencia se distribuyeron de forma relativamente equilibrada entre la mayoría de las regiones analizadas, con algunas diferencias destacadas:

1. Estados Unidos – 23,75%

- Fue la región con mayor proporción de videos en tendencia.
- Esto sugiere una alta actividad y consumo de contenido, así como una fuerte producción local de videos virales.

2. Francia – 22,18%

- Muy cerca de EE.UU., demuestra también una participación importante en las **tendencias**.

3. India – 21,58%

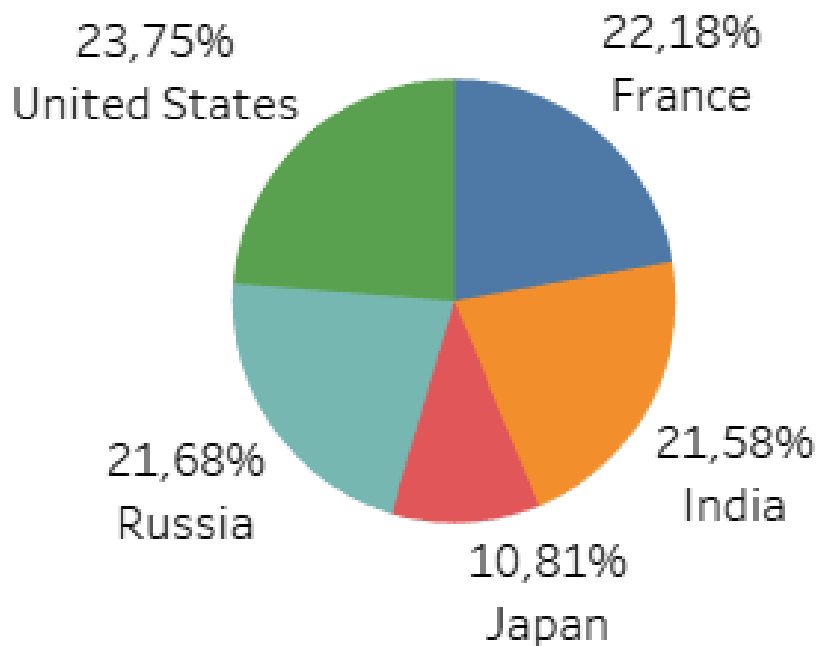
- Representa un mercado emergente en crecimiento, con una fuerte base de usuarios.

4. Rusia – 21,68%

- Comparte una proporción similar a India, lo que sugiere una distribución bastante homogénea en estos países.

5. Japón – 10,81%

- Es la región con menor porcentaje, lo que puede atribuirse a factores como barreras idiomáticas, diferencias culturales en el consumo de contenido o un ecosistema digital más cerrado.



¿Qué categorías fueron particularmente populares en los Estados Unidos?

De acuerdo a la filtración de los mediante el DashBoard se obtuvo la siguiente información, de acuerdo a ello es factible dar las siguientes Salvedades:

Category Title	Region	
	United States	
Entertainment		19.638
Music		12.874
Howto & Style		8.280
Comedy		6.870
People & Blogs		6.122
News & Politics		4.818
Science & Technology		4.722
Film & Animation		4.680
Sports		4.250
Education		3.284
Pets & Animals		1.832
Gaming		1.606
Travel & Events		804
Autos & Vehicles		758
Shows		114
Nonprofits & Activis..		106

- Al analizar los datos filtrados por la región de Estados Unidos, se observa que las categorías Entertainment y Music fueron las más populares, representando aproximadamente el 50% del total de videos en tendencia.

Estas categorías dominaron de forma constante a lo largo del tiempo, lo que indica un fuerte interés del público estadounidense por contenido relacionado con música, espectáculos, cultura pop y entretenimiento general.

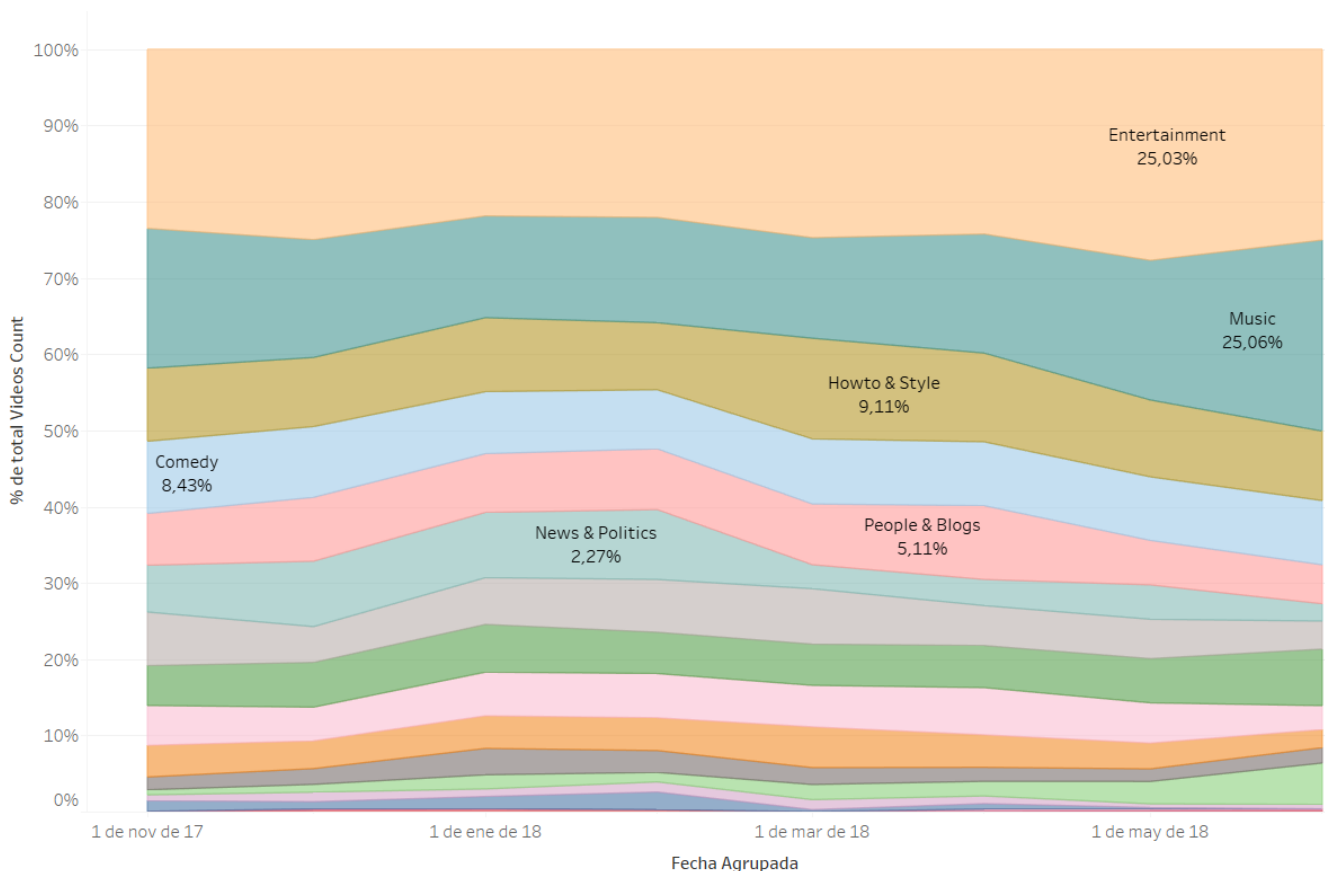
Otras categorías con presencia relevante, aunque en menor proporción, fueron:

- **How to & Style**
- **Comedy**
- **People & Blogs**

Esto sugiere una preferencia adicional por contenido práctico, humorístico y experiencias personales.

- **En el grafico se puede destacar cada uno de los comportamientos de cada categoría**

% De Categorías Por Tendencia



1. Categorías dominantes:

- **Entertainment – 28%**

Esta categoría lidera en popularidad. Representa casi **1 de cada 3 videos** en tendencia. Engloba contenido como shows, trailers, cultura pop y entretenimiento general, lo que refleja un interés masivo y sostenido del público por el ocio digital y el contenido viral.

- **Music – 25%**

Los videos musicales también son altamente populares. YouTube es una de las principales plataformas de consumo de música a nivel global, lo que explica su alta representación en tendencias.

2. Categorías secundarias con buena presencia:

- **How to & Style – 9%**

Tutoriales, consejos de moda, belleza y estilo de vida son bastante buscados. Esto indica una alta demanda de contenido práctico y aspiracional.

- **Comedy – 8%**

El humor tiene un lugar importante. Videos cómicos, sketches y parodias siguen captando la atención, especialmente entre audiencias más jóvenes.

- **People & Blogs – 5%**

Representa un consumo más íntimo y personal: vlogs, experiencias cotidianas y reflexiones. Aunque es menor, mantiene relevancia por su cercanía emocional.

3. Categorías especializadas con menor visibilidad:

- **Science & Technology – 3.5%**

Aunque es una categoría de nicho, tiene una base sólida de seguidores interesados en innovación y educación.

- **News & Politics – 2.3%**

Tiene menor peso en tendencias, posiblemente porque el consumo de noticias se realiza más por medios tradicionales o redes sociales específicas.

4. Resto de categorías – 22.2% (aprox.)

- Este grupo incluye categorías como Deportes, Juegos, Viajes, Cine, Educación, etc., que juntas forman casi una cuarta parte del total. Reflejan una diversidad de intereses, pero ninguna de ellas supera individualmente a las líderes mencionadas.

¿Hubo diferencias entre las categorías populares en Estados Unidos y en otros lugares?

Sí, el análisis revela diferencias notables entre los intereses de los usuarios en Estados Unidos y los de otras regiones:

Estados Unidos: Preferencia marcada por entretenimiento y música

- Las categorías Entertainment (28%) y Music (25%) dominaron las tendencias en EE.UU., concentrando juntas más del 50% de los videos en tendencia.
- Esta distribución evidencia un alto interés por el contenido cultural, espectáculos y música mainstream, muy alineado con el perfil de consumo digital estadounidense, donde YouTube es un canal clave para artistas y medios de entretenimiento.

Otras regiones: distribución más equilibrada

- En regiones como Francia, India y Rusia, aunque las categorías Entertainment y Music también son populares, la distribución de categorías fue más diversa.
- Estas regiones mostraron mayor representación de categorías como:
 - **People & Blogs**
 - **News & Politics**
 - **Gaming (no tan visible en EE.UU.)**
 - **Education y Science & Technology en algunos países emergentes.**
- Esto sugiere diferencias culturales, educativas y sociales que impactan los hábitos de consumo en cada país.

Conclusión del análisis:

- En EE.UU. se destaca un consumo intensivo de entretenimiento y música, con menor diversidad temática.
- En contraste, otras regiones presentan una mayor heterogeneidad en las categorías, posiblemente influenciadas por dinámicas culturales y tecnológicas locales.
- Esta información es clave para segmentar audiencias y diseñar campañas de contenido o marketing según región.