

Storytelling del Dashboard

Objetivo del proyecto

El objetivo de este dashboard es **recrear una experiencia visual interactiva inspirada en los videoclubes de los años 2000**, tomando como punto de referencia una cadena ficticia llamada *RetroVision*, con múltiples sucursales distribuidas en **La Plata**.

A través del dashboard se busca:

- Simular una red de sucursales de videoclub en distintos barrios.
- Analizar el comportamiento de los usuarios por género cinematográfico.
- Identificar la sucursal más concurrida.
- Reinterpretar visualmente la estética de los años 2000 con herramientas modernas en **R** y **Shiny**.

Concepto detrás del diseño

Se eligió la estética de los 2000 por su carga nostálgica, pero también por representar un momento de **auge físico del cine en formato VHS/DVD**, antes del auge del streaming. Esta idea guió tanto la **temática de visualización** como las decisiones sobre colores, iconografía y narrativa.

El diseño de la interfaz busca combinar elementos modernos como **plotly**, **leaflet** y **shinydashboard**, con una presentación **oscura, retrofuturista** que recuerda los antiguos interfaces digitales o catálogos digitales de los locales.

Desarrollo técnico

- **Librerías utilizadas:**
 - **shiny** y **shinydashboard** para la estructura de la app.
 - **plotly** para los gráficos interactivos.
 - **leaflet** para el mapa de sucursales.
 - **dplyr** y **ggplot2** para transformación de datos y base visual.
 - **CSS personalizado** para aplicar un tema oscuro y estilizar etiquetas y encabezados.
- **Estructura del Dashboard:**
 - **Sidebar**: permite filtrar por género, barrio y otras variables.
 - **Resumen**: panel con indicadores clave (valor total de visitas, sucursal más visitada, etc.).

- **Gráficos:** secciones específicas para análisis por género, comparación de sucursales y tendencias.
- **Mapa:** muestra los locales en La Plata con pop-ups y colores representativos.
- **Simulación de datos:** Se generó un dataset ficticio con `set.seed()` para simular:
 - Nombre del local.
 - Ubicación geográfica.
 - Géneros disponibles.
 - Cantidad de visitas.
 - Si la sucursal ofrecía atención 24hs o no.

Esto permitió testear funcionalidades visuales y de filtrado como si fuera un sistema real de monitoreo comercial.

Estética y UX (User Experience)

- Se usó un esquema de color **oscuro (dark theme)** con contrastes azulados y púrpuras, evocando la estética de los antiguos interfaces tipo *Blockbuster* o *PlayStation 2*.
- Se priorizó una interfaz limpia, con **gráficos claros**, etiquetas breves y un mapa central con pop-ups informativos.
- El `sidebarToggle` se reubicó a la izquierda para mejorar la experiencia en pantallas anchas, y se personalizó el texto con `CSS` para mayor coherencia visual.

Componentes clave del análisis

- **Visitas por Género:** permite ver la preferencia del público a lo largo del tiempo y comparativamente.
- **Sucursal más Visitada:** ayuda a identificar qué local tuvo mayor impacto o éxito.
- **Mapa de Sucursales:** ofrece una vista geográfica con información directa de cada punto.
- **Filtros Interactivos:** permiten analizar por género, zona y horarios especiales.

Desafíos enfrentados

- Adaptar un diseño moderno al concepto retro sin perder usabilidad.
- Controlar el uso de espacio en la interfaz para que el contenido no se vea saturado.
- Personalizar gráficos `plotly` para que encajen con la estética general.
- Comprender la lógica reactiva de `Shiny` y su interacción con filtros múltiples, lo cual se fue dominando progresivamente.

Conclusión

Este dashboard no solo permite analizar el rendimiento de un videoclub ficticio, sino que también representa una fusión entre **análisis de datos, narrativa visual y diseño temático**. Su estructura modular permite futuras ampliaciones, como rankings de películas, evolución temporal de visitas, o inclusión de perfiles de clientes frecuentes.