

## **Conclusiones:**

### **Boxplot**

El gráfico de cajas nos ayudó a ver qué tipo de publicaciones tienen más reacciones. Por ejemplo, los posts con fotos fueron los que más interacción tuvieron. También vimos algunos puntos muy altos, que son publicaciones que se volvieron virales o recibieron muchas reacciones. Esos valores extremos se ven como “puntos fuera de la caja”.

### **Scatter plot**

Aquí vimos que cuando una publicación tiene muchas reacciones, también suele tener muchos comentarios. Es decir, si un post le gusta a la gente, también genera conversación. La línea que aparece en el gráfico lo confirma, porque muestra que hay una relación entre ambas cosas.

### **Mapa de calor**

Este gráfico nos enseñó qué variables se parecen o se comportan igual. Por ejemplo, el número de likes y el número de reacciones están muy relacionados, lo que tiene sentido porque los likes son parte de las reacciones. Otras variables como “me enoja” o “me entristece” no se relacionan tanto con las demás, lo que significa que aparecen en otro tipo de publicaciones, probablemente más polémicas o tristes.

## **Preguntas:**

### **¿Hay alguna variable que no aporta información?**

Sí, si hay columnas con puros espacios vacíos o con valores iguales en todos los renglones, no nos sirven para nada y se pueden eliminar.

### **¿Qué variables podrías quitar y por qué?**

Podríamos quitar las que dicen lo mismo que otras. Por ejemplo, si el número de likes y el número de reacciones siempre suben juntas, podríamos quedarnos solo con una. También si hay columnas que no tienen números o que no ayudan a entender las interacciones.

### **¿Hay datos raros o fuera de lo normal?**

Sí, en los gráficos de cajas se ve que hay publicaciones con cifras muy altas de likes o comentarios. Pueden ser posts muy virales o anuncios pagados.

### **¿Todas las variables tienen rangos parecidos? ¿Eso afecta?**

No, hay algunas con cifras muy grandes (como likes) y otras con números pequeños (como enojos o sads). Eso sí puede afectar si queremos comparar todo al mismo nivel, porque algunas variables pueden “pesar” más que otras en el análisis.

### **¿Se pueden formar grupos parecidos?**

Sí. Las reacciones positivas como likes, corazones y wows suelen ir juntas. En cambio, los enojos y tristezas aparecen menos y son más independientes. Entonces podríamos agruparlas como emociones positivas vs. emociones negativas.

### **Conclusión general**

Con este análisis se entiende mejor cómo reaccionan las personas en Facebook. Se vio qué tipo de publicaciones generan más respuesta, qué variables se relacionan entre sí y cuáles son diferentes. También detecté algunos datos curiosos o fuera de lo común. Todo esto sirve si queremos saber qué tipo de contenido funciona mejor.