

Análisis del Dashboard “Proyecto Sprint 12”

Elaborado por Iván Díaz (Aspirante a analista de datos).

El presente dashboard fue construido a partir de los datos contenidos en el archivo **trending_by_time.csv**, el cual recopila información sobre los videos en tendencia de distintas regiones del mundo, considerando su fecha de aparición, la categoría temática a la que pertenecen y el volumen de publicaciones que alcanzaron visibilidad.

La información que aquí se presenta abarca un rango temporal que va desde el **14 de noviembre de 2017** hasta el **14 de junio de 2018**. Es decir, se cuenta con un marco de poco más de medio año que permite observar tanto los cambios diarios como las tendencias más amplias en la preferencia de los usuarios de plataformas de video.

El propósito principal de este trabajo es **ofrecer una visualización clara, interactiva y comprensible para cualquier persona**, sin importar si tiene experiencia en análisis de datos o no. Al disponer la información en un dashboard de Tableau Public, se facilita que distintos actores —desde investigadores, comunicadores, estrategias de marketing o público en general— puedan **explorar los datos de manera intuitiva**. El enlace para acceder a la versión interactiva es el siguiente:

👉 [Dashboard interactivo en Tableau Public](#)

1. Indicadores principales (KPIs)

En la parte superior del dashboard se muestran tres indicadores claves que sintetizan la magnitud del fenómeno analizado:

- **Total de videos en tendencia:** Se contabilizaron **339,990 videos** que alcanzaron el estado de tendencia en el periodo observado. Esta cifra permite dimensionar la gran cantidad de contenido que circula diariamente y que compete por la atención del público.
- **Número de categorías:** Los videos se distribuyeron en **18 categorías distintas**, lo que refleja la diversidad temática del contenido y ofrece una oportunidad para identificar cuáles géneros atraen mayor interés.
- **Número de regiones:** El conjunto de datos contempla **5 regiones**, lo cual posibilita realizar comparaciones geográficas y analizar si existen diferencias significativas entre países o si se observa una homogeneidad global en las tendencias.

Estos tres KPIs cumplen la función de dar un **contexto inicial y resumido** antes de entrar en los detalles. En un solo vistazo, el usuario entiende el alcance temporal, temático y geográfico del análisis.

2. Distribución geográfica (Análisis por región)

La visualización geográfica permite identificar **qué regiones concentran mayor número de videos en tendencia** y, sobre todo, cuál fue la **categoría dominante en cada país**.

Se observan diferencias notables entre regiones:

- **Estados Unidos** concentra un volumen particularmente alto de videos en tendencia, lo cual está directamente relacionado con su tamaño de mercado y con la importancia de sus creadores en la plataforma.
- **India y Japón** también figuran con un volumen considerable, reflejando el crecimiento acelerado del consumo digital en Asia.
- **Rusia y Francia** presentan valores relevantes, aunque en menor medida que Estados Unidos.

Además, se incluyó un cálculo de **categoría dominante por país**, de modo que cada región no solo aparece con un tamaño proporcional a su volumen, sino también con un color que representa el género de contenido más popular. Esto permite contrastar rápidamente **qué tipo de videos lideran en cada lugar** y cómo se relaciona el comportamiento global con el comportamiento local.

3. Tendencias en el tiempo

El gráfico de tendencias muestra la evolución del número de videos en función del tiempo. Para evitar la saturación de categorías, se aplicó un filtro que resalta únicamente el **Top 5 de categorías más relevantes**.

Entre los hallazgos más significativos se puede mencionar:

- **Entretenimiento y Música** son categorías con una **presencia constante y dominante** a lo largo del periodo.
- **People & Blogs** ocupa un lugar central, lo cual evidencia el peso que tienen los creadores individuales y la narrativa personal frente a producciones profesionales.
- **Noticias y Política** reflejan picos vinculados a eventos específicos, lo que confirma que la coyuntura influye en el tipo de contenido que logra posicionarse.

Este apartado del dashboard es crucial porque permite observar la **estacionalidad y los cambios de interés** en el tiempo, mostrando cómo algunas categorías mantienen su liderazgo mientras que otras tienen un comportamiento más fluctuante.

4. Categorías más populares

El ranking de categorías más populares se representa a través de un gráfico de barras horizontales que compara el volumen total de videos en cada una.

El resultado confirma la supremacía de:

1. **Entertainment**
2. **People & Blogs**
3. **Music**

Estas tres categorías acumulan la mayor parte de los videos en tendencia. Más abajo aparecen **News & Politics**, **Comedy** y **Howto & Style**, que aunque con menor volumen, resultan significativos porque reflejan la diversidad de intereses de los usuarios.

Este ranking es de especial utilidad para **estrategas de contenido y marketing**, ya que ofrece una fotografía clara de cuáles géneros tienen mayor potencial de alcanzar visibilidad.

5. Propósito de la visualización

El diseño del dashboard responde a la necesidad de **hacer accesible la información compleja**. Los datos brutos, en formato de archivo CSV, pueden resultar áridos o difíciles de interpretar. Sin embargo, al transformarlos en visualizaciones interactivas se logra:

- **Sintetizar información masiva** en indicadores claros.
- **Comparar regiones** y observar diferencias geográficas.
- **Analizar evolución temporal** de las categorías más vistas.
- **Detectar patrones de popularidad** que pueden guiar la toma de decisiones en medios digitales.

El hecho de que se encuentre disponible en **Tableau Public** garantiza que **cualquier persona pueda consultarlo**, sin necesidad de contar con software especializado ni conocimientos técnicos avanzados. Esto democratiza el acceso a la información y fomenta una cultura de análisis de datos más abierta.

6. Conclusión

El dashboard elaborado en el marco del **Proyecto Sprint 12** constituye una herramienta de análisis clara, eficiente y accesible. Permite comprender cómo se distribuyen los videos en tendencia en distintas regiones del mundo, qué categorías concentran mayor visibilidad y cómo evoluciona el interés a lo largo del tiempo.

La principal fortaleza del tablero es que combina **síntesis (KPIs), exploración geográfica (mapa), análisis temporal (tendencias) y comparaciones temáticas (ranking de categorías)** en un solo espacio interactivo.

El enlace disponible en Tableau Public ([aquí](#)) garantiza que los resultados puedan ser consultados y explorados en cualquier momento, facilitando su difusión y utilidad práctica.

En suma, este dashboard no solo presenta datos, sino que **los convierte en una narrativa visual comprensible**, acercando el análisis a un público amplio y ofreciendo un ejemplo de cómo las herramientas de visualización pueden potenciar el entendimiento colectivo sobre el ecosistema digital contemporáneo.