

A - Preparación de datos

Carga el archivo de texto desde Tableau y se verifica en “Fuente de datos” que el separador de campos esté en coma:

1. Estructura:

- **record_id**: Identificador único para cada fila.
- **region**: País donde los videos fueron tendencia. (Filtro de país )
- **trending_date**: Fecha y hora exacta en que se registró la tendencia (Eje X para los gráficos de historial y nuestro filtro de fecha )
- **category_title**: Categoría del video (La usaremos para agrupar y comparar )
- **videos_count**: Número total de videos de una categoría específica que estuvieron en tendencia en una región y fecha determinadas (Valor numérico principal de análisis 

Cada fila indica que en un país y fecha específicos, un número de videos (videos_count), de una categoría en determinada estaban en tendencia.

Enlace a Tableau Public

https://public.tableau.com/views/sprint_12_tripleten/Dashboard1?:language=es-ES&publish=yes&:sid=&:redirect=auth&:display_count=n&:origin=viz_share_link

2. Gráficos en Tableau Public

Figura No. 1
Estructura de trabajo

Título y descripción del dashboard	Filtro de fecha y hora	Filtro de país
Gráfico "Historial de tendencias": tendencias de videos divididas por tiempo de tendencia y categoría (valores absolutos, gráfico de área)	Gráfico "Tendencias de videos por país": tendencias de videos divididas por país (valores relativos, gráfico de pastel)	
Gráfico "Historial de tendencias": tendencias de videos divididas por tiempo de tendencia y categoría (% del total, gráfico de área)	Tabla "Tendencias de videos por país y categoría". Las columnas solo deben ser para países, las filas deben indicar categorías de tendencias. Las celdas deben contener números absolutos de videos en tendencia. Las celdas deben estar resaltadas según sus valores (tabla de resaltado).	

a. Historial de tendencias

- **Fecha en columnas:** trending_date en “Columnas”. Tableau podría mostrar fecha como Año (trending_date). Seleccionar “Día” en menú desplegable en la segunda sección (Día(2015-05-09)). Asegura un eje de tiempo continuo y no como días individuales.
- **Cuenta de videos a las filas:** videos_count en Filas. SUM(videos_count)
- **Color por categoría:** category_title a “Color”. Línea diferente para cada categoría de video.
- **Nombre:** Pestaña “Hoja 1” como “Historial de tendencias”.

b. Historial de tendencias %

- **Duplicar hoja:** Duplicar hoja y cambiar cálculo a porcentaje.
- **Cálculo de tablas rápido:** En estante “Filas” clic derecho sobre SUM(videos_count) y seleccionar “Cálculo de tablas rápido”. Luego clic en “Porcentaje del total” para que el eje Y cambie de números absolutos a porcentajes (de 0% a 100%).
- **Nombre:** Renombrar pestaña como “Historial de tendencias %”.

c. Eventos por país

- **Nueva pestaña.**
- **Mapa:** Datos geográficos. Doble clic en “Region” en un ícono de globo  y genera mapa con un punto en cada país presente en tus datos.

- **Métrica color:** “videos_count” en “Color”. Los puntos cambian de color o tamaño según cantidad de videos.
 - **Convertir en % porcentaje relativo:** En SUM(videos_count) ir a “Cálculo de tablas rápido” y seleccionar “Porcentaje del total”.
 - **Nombre:** Renombrar hoja a “Eventos por país”
- d. **Tabla (correspondencia entre categorías y países):**
- **Nueva hoja.**
 - **Región:** Region a Columnas.
 - **Categoría:** “category_title” en “Filas”.
 - **Números:** “videos_count” en “Texto”.
 - **Color:** Tabla mapa de calor (heatmap). “videos_count” en “Color”.

3. Ensamblar el Dashboard

- a. **Dashboard interactivo:**
- **Crear Dashboard:** Icono “Nuevo dashboard”.
 - **Organizar:** Arrastra al lienzo del dashboard todas las hojas de trabajo para que coincidan con disposición del borrador solicitado.
 - Los dos gráficos de historial arriba.
 - El mapa y la tabla de correspondencia abajo.
 - **Añadir los Filtros:** Controles interactivos.
 - Seleccionar hoja en el dashboard (ejemplo: mapa “Eventos por país”).
 - Clic en flecha hacia abajo (▼) al borde de la hoja y “Filtros” > región.
 - Repetir proceso de cualquier hoja y selecciona “Filtros” > trending_date.
 - **Filtros Globales:** Un filtro solo afecta a su hoja de origen.
 - En filtro de región, hacer clic en su menú (▼) y selecciona “Aplicar a las hojas de trabajo” > “Todas las que usan esta fuente de datos”.
 - Hacer lo mismo para el filtro de “trending_date”

4. Analizar los Datos y Responder Preguntas

a. Consultas:

a. Pregunta 1: ¿Qué categorías de videos estuvieron en tendencia más frecuentemente?

Tabla No. 1
Distribución global de categorías (agrandar la imagen)

Entertainment		People & Blogs		Music		News & Politics		Comedy	
Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor
India	32 924	Russia	18 432	United States	12 874	India	10 346	France	8 446
United States	19 638	France	9 346	India	7 714	Moscow	9 858	United States	6 870
France	19 020	United States	6 122	France	7 658	France	6 026	India	6 814
Japan	11 734	Japan	5 792	Russia	3 664	United States	4 818	Russia	5 968
Russia	11 692	India	4 968	Japan	2 480	Japan	2 654	Japan	1372
Sports		Howto & Style		Film & Animation		Science & Technology		Education	
Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor
France	8 003	United States	8 290	Russia	5 676	United States	4 722	United States	3 284
United States	4 250	France	4 668	United States	4 680	Russia	2 226	India	2 260
Russia	3 684	Russia	3 928	France	3 768	France	1 588	France	1 480
Japan	3 606	India	1 674	India	3 298	India	1 096	Russia	1 306
India	1 424	Japan	1 524	Japan	2 140	Japan	300	Japan	212
Gaming		Autos & Vehicles		Pets & Animals		Travel & Events		Shows	
Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor
France	2 286	Russia	3 116	Japan	2 250	United States	804	India	410
Russia	2 050	France	1 220	United States	1 832	Russia	580	Russia	388
Japan	1 834	United States	768	Russia	1 154	Japan	276	France	196
United States	1 606	Japan	538	France	448	France	204	United States	114
India	132	India	138	India	6	India	16	Movies	
Trailers					Nonprofits & Activism			Región	Valor
Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	Región	Valor	India	32
France	4	France	4	United States	106	France	22	France	22
								Russia	2

“Entertainment” y “Music” son ampliamente las categorías que predominan globalmente, seguidas por “Howto & Style” y “Comedy”

b. Pregunta 2: ¿Cómo se distribuyeron en las regiones?+

- USA: c 80 758
- Francia: c 75 404
- Rusia: c 73 694
- India: c 73 372
- Japón: c 36 762

Me llama mucho la atención que India tenga casi la cantidad de Rusia, mientras que USA y Francia tienen más; con relación a su gran diferencia de tamaño geográfico. Por su parte, Japón muy poco.

El tamaño geográfico no se correlaciona directamente con la actividad en línea. Francia indica una alta densidad de población y una penetración de internet muy elevada, generando gran cantidad de interacciones en un área pequeña con respecto a países como Rusia y USA.

Igual ocurre con la India, quienes tienen una población masiva y un uso de internet móvil notable.

Japón también es muy interesante, ya que pudiese sugerir un mercado que posee sus propias plataformas de video locales como “Niconico”, el cual compite con YouTube, lo cual pudiese fragmentar la atención de la audiencia.

Tabla No. 2
Estados Unidos: Orden de Categorías por Valor

Categoría	Valor
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 & Activism	106

Aunque a nivel global las categorías de "Howto & Style" y "Comedy" están en el top 4. En Estados Unidos, aunque "Entertainment" y "Music" siguen siendo los reyes, la categoría de "**Science & Technology**" sube con mucha fuerza hasta el tercer puesto, superando a las demás.

Este es un hallazgo sumamente valioso para los gerentes de publicidad. Sugiere que la audiencia de YouTube en EE. UU. tiene un interés particularmente alto en contenido educativo, tecnológico y de divulgación científica.

Aquí tienes la tabla con el total global por categoría, ordenada de la más popular a la menos popular.

Tabla No. 3
Categorías por Popularidad Global

Categoría	Total Global
Entertainment	95 008
People & Blogs	44 700
Music	34 390
News & Politics	34 202
Comedy	29 470
Sports	20 966
Howto & Style	20 124
Film & Animation	19 562
Science & Technology	9 932
Education	8 662
Gaming	8 408
Autos & Vehicles	5 770
Pets & Animals	5 710
Travel & Events	1 810
Shows	1 110
Nonprofits & Activism	106
Movies	56
Trailers	4

Tabla No. 4
Análisis Completo de Categorías por Cantidad y Presencia

Categoría	Total Global	Presencia en Países (de 5)	Países Presentes
Entertainment	95 008	5	France, India, Japan, Russia, United States
People & Blogs	44 700	5	France, India, Japan, Russia, United States
Music	34 390	5	France, India, Japan, Russia, United States
News & Politics	34 202	5	France, India, Japan, Russia, United States
Comedy	29 470	5	France, India, Japan, Russia, United States
Sports	20 966	5	France, India, Japan, Russia, United States
Howto & Style	20 124	5	France, India, Japan, Russia, United States
Film & Animation	19 562	5	France, India, Japan, Russia, United States
Science & Technology	9 932	5	France, India, Japan, Russia, United States
Education	8 662	5	France, India, Japan, Russia, United States
Gaming	8 408	5	France, India, Japan, Russia, United States
Autos & Vehicles	5 770	5	France, India, Japan, Russia, United States
Pets & Animals	5 710	5	France, India, Japan, Russia, United States
Travel & Events	1 810	5	France, India, Japan, Russia, United States
Shows	1 110	4	France, India, Russia, United States
Nonprofits & Activism	106	1	United States
Movies	56	3	France, India, Russia
Trailers	4	1	France

Esquema de cuadrante para clarificar la estrategia detrás de cada categoría.
Para traducir en un plan de acción, a continuación se observa cómo se vería el análisis de cuadrantes aplicado a los datos de la tabla anterior.

Figura No. 2

Esquema de Análisis Estratégico de Categorías de YouTube

	Baja Presencia (Aparece con Poca Frecuencia)	Alta Presencia (Aparece Muy Frecuentemente)
Alta Cantidad (Gran Volumen de Videos)	<p>Cuadrante 2: EVENTOS DE IMPACTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción: Categorías que "explotan" con muchos videos, pero en momentos puntuales. • Estrategia de Mktg: Ideal para patrocinios de alto impacto y campañas de corta duración. • Ejemplo: (Si lo hubiera) Un lanzamiento de videojuego o el tráiler de una película muy esperada. 	<p>Cuadrante 1: ESTRELLAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción: Los líderes absolutos del mercado. Dominan en volumen y en constancia. • Estrategia de Mktg: Inversión máxima y continua. Son apuestas seguras para gran alcance. • Ejemplo de tu data: Entertainment, Music.
Baja Cantidad (Poco Volumen de Videos)	<p>Cuadrante 3: DE NICHO / OCASIONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción: Categorías con audiencias muy específicas o que aparecen esporádicamente. • Estrategia de Mktg: Campañas muy segmentadas y de bajo costo. Publicidad programática. • Ejemplo de tu data: Pets & Animals, Autos & Vehicles. 	<p>Cuadrante 4: CONSTANTES / "PULSO DIARIO"</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción: Siempre presentes. No tienen el volumen de las estrellas, pero sí una audiencia fiel y diaria. • Estrategia de Mktg: Campañas "always-on" para mantener la presencia de marca y la relevancia. • Ejemplo de tu data: News & Politics, Howto & Style.

Eje X (Horizontal): Presencia de la Categoría (Frecuencia con la que aparece en tendencias)

Eje Y (Vertical): Cantidad de Videos (Volumen total de videos en tendencias)

Conclusiones Generales del Análisis de Tendencias en YouTube

- 1. Dominio Global de "Entertainment" y "Music":** A nivel mundial, el ecosistema de tendencias de YouTube está claramente dominado por dos categorías: Entretenimiento y Música. Estas "categorías estrella" no sólo aparecen con más frecuencia, sino que también acumulan el mayor volumen de videos, convirtiéndolas en las apuestas más seguras para campañas de alcance masivo.
- 2. La geografía No dicta la relevancia del mercado:** Los mercados más grandes en términos de actividad de tendencias (EE. UU., Francia, India, Rusia) no se correlacionan con el tamaño geográfico, sino con la densidad de población y la penetración de internet. Esto demuestra que la estrategia de mercado debe priorizar el nivel de *engagement* digital de un país sobre su extensión territorial.
- 3. El mercado de EE. UU. valora la ciencia y la tecnología:** Aunque comparte el gusto por Entretenimiento y Música, el mercado estadounidense muestra una afinidad significativamente mayor por la categoría "Science & Technology" en comparación con la media global. Esto representa una oportunidad estratégica clave para campañas dirigidas a una audiencia curiosa y con interés en la educación y la innovación.
- 4. Existen perfiles estratégicos de categorías:** Un análisis más profundo revela que no todas las categorías populares se comportan igual. Es crucial distinguir entre las "Estrellas" (alto volumen y alta presencia, como *Music*) y las "Constantes" (menor volumen pero presencia diaria, como *News & Politics*). Esta distinción permite diseñar estrategias de marketing más sofisticadas: campañas de alto impacto para las primeras y campañas de presencia de marca continua para las segundas.