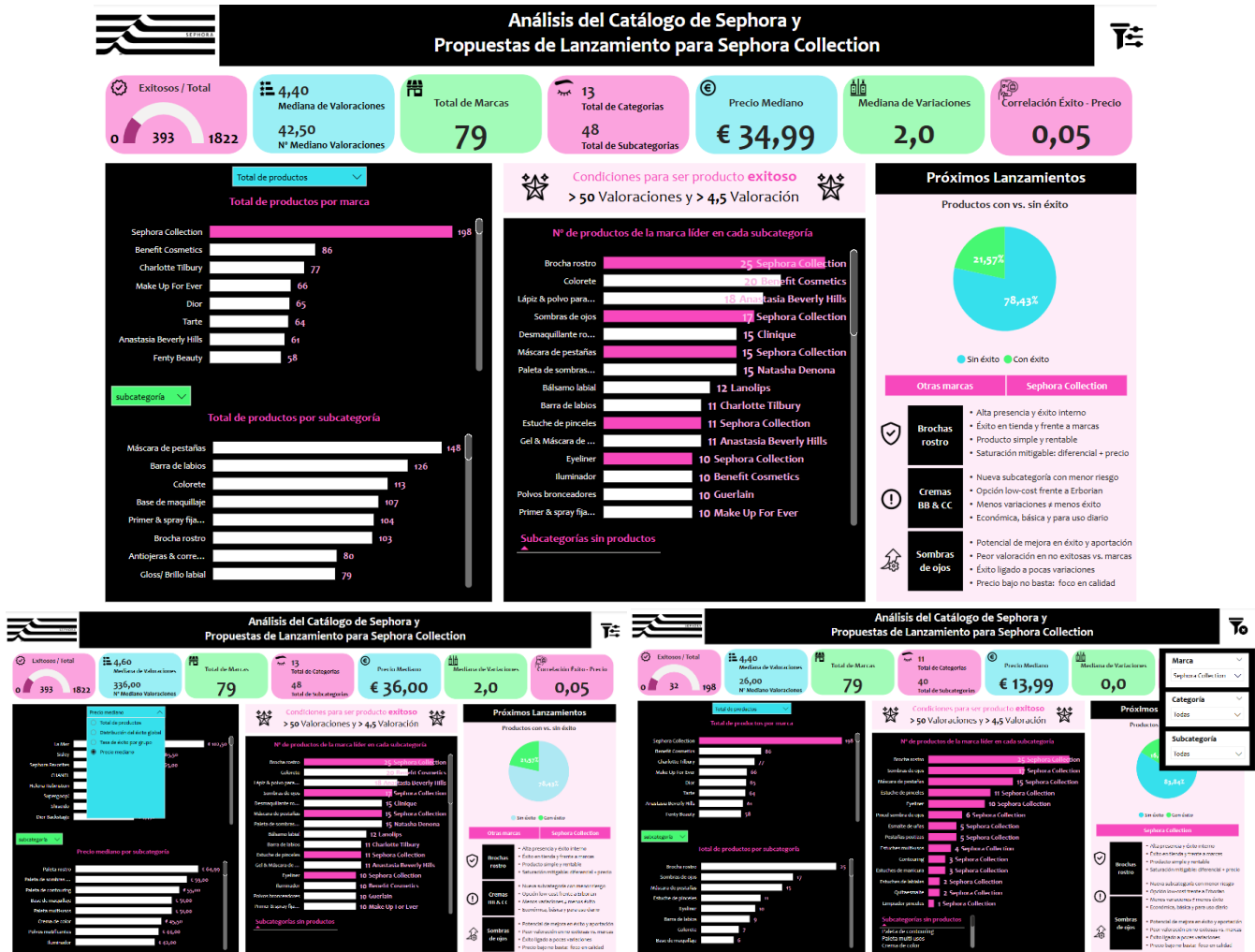


Cuarto entregable – Dashboard

Este dashboard es el resultado visual y funcional del análisis exploratorio de datos (EDA) realizado sobre el catálogo de productos de Sephora, y constituye una herramienta clave para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el portafolio actual y las propuestas de lanzamiento para la línea **Sephora Collection**.



Estética y diseño visual

La estética del dashboard ha sido cuidadosamente alineada con la **identidad visual de Sephora**. Se han utilizado las rayas negras y blancas, elementos icónicos del packaging de la marca, así como tonos rosas, habituales en el entorno visual de sus tiendas. Además, se han incorporado detalles en azul y verde, inspirados en la iluminación y ambientación de los espacios físicos de Sephora. Estos recursos cromáticos no solo refuerzan la coherencia con la marca, sino que también contribuyen a estructurar visualmente las distintas secciones del panel y guiar la navegación del usuario de forma intuitiva.

Estructura general del dashboard

El dashboard se divide en **dos secciones principales**, diferenciadas por el color de fondo:

- **Sección de análisis general (fondo negro)**

Esta primera parte del dashboard presenta un análisis amplio del catálogo actual, abarcando **todas las marcas, categorías y subcategorías** de productos. Para ello se han utilizado principalmente **gráficos de barras**, por ser los más adecuados para comparar magnitudes entre distintos elementos de forma clara y directa.

En esta sección se muestran **7 indicadores clave (KPIs)**, algunos de ellos con doble valor representado, seleccionados estratégicamente por su relevancia dentro del análisis del portafolio: la proporción de productos exitosos sobre el total, el número mediano de valoraciones y la valoración mediana, el precio mediano, el número mediano de variaciones, el total de categorías/subcategorías disponibles, así como la correlación entre el precio y el éxito del producto. En conjunto, estas métricas permiten obtener una fotografía precisa y detallada del rendimiento y composición del portafolio actual.

Dado que uno de los objetivos principales de esta fase del análisis es **posicionar a Sephora Collection frente al resto de marcas** de la tienda, las barras correspondientes a Sephora Collection se han representado en color rosa, en contraste con el resto de las marcas, que aparecen en blanco. Esta diferenciación visual facilita su localización durante la presentación y permite apreciar su desempeño de forma inmediata. No obstante, el dashboard ha sido diseñado para ofrecer flexibilidad total de exploración, de modo que cualquier usuario pueda examinar en profundidad otras marcas o categorías si así lo desea.

Además, se han incorporado controles interactivos avanzados, como desplegaables que permiten modificar dinámicamente **el eje X y el eje Y** de ciertos gráficos. Esto brinda la posibilidad de combinar diferentes métricas (como el total de productos, la distribución del éxito global, la tasa de éxito por grupo o el precio mediano) y analizarlas a distintos niveles (por categoría, subcategoría o marca).

Finalmente, en la esquina superior derecha se encuentran **tres filtros ocultos** que se despliegan al hacer clic sobre ellos, y que permiten filtrar la información por marca, categoría o subcategoría. Esta funcionalidad está orientada a quienes deseen realizar un análisis más detallado o centrarse en segmentos específicos del catálogo.

- **Sección de lanzamientos propuestos (fondo rosa)**

La segunda parte del dashboard, identificada visualmente con un fondo rosa, está centrada en las **propuestas de nuevos lanzamientos para la línea Sephora**

Collection. Esta sección recoge de forma visual y sintética las principales conclusiones del análisis exploratorio, materializadas en tres propuestas concretas de producto.

Cada propuesta va acompañada no solo de la recomendación de lanzamiento, sino también de una justificación estratégica respaldada por datos, donde se destacan oportunidades detectadas, huecos de mercado y patrones relevantes observados en el catálogo actual. La sección está pensada para ser interactiva, de manera que el usuario puede explorar las justificaciones a través de filtros, botones y parámetros que reflejan de forma dinámica los resultados del análisis.

Funcionalidad y objetivos

En conjunto, el dashboard está diseñado para ser una herramienta intuitiva pero potente, que permite navegar fácilmente entre una visión general y un enfoque específico en las propuestas estratégicas de valor. Su estructura modular, estética alineada con la marca y alto nivel de interactividad buscan facilitar la interpretación de datos complejos de forma accesible, clara y visualmente atractiva.