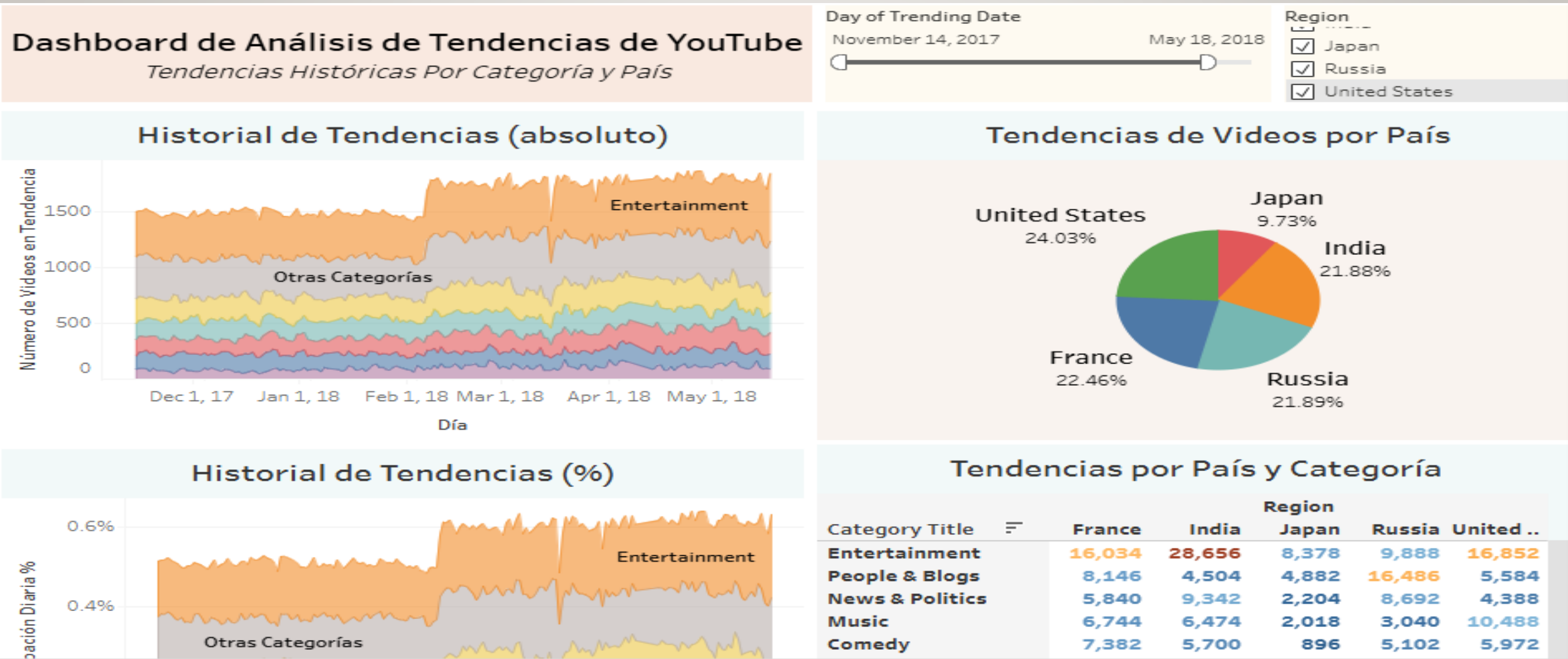


DASHBOARD DE ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE YOUTUBE

TENDENCIAS HISTÓRICAS POR CATEGORÍA Y PAÍS



CONTEXTO INTRODUCTORIO

Trabajo como analista de videos publicitarios en la agencia **Sterling & Draper**.

Cada semana analizo las tendencias de YouTube para identificar las categorías y regiones más relevantes para campañas de mercadotecnia.

Este dashboard fue diseñado para automatizar el proceso y brindar a los gerentes de planificación una herramienta interactiva para explorar las tendencias globales y regionales de videos.

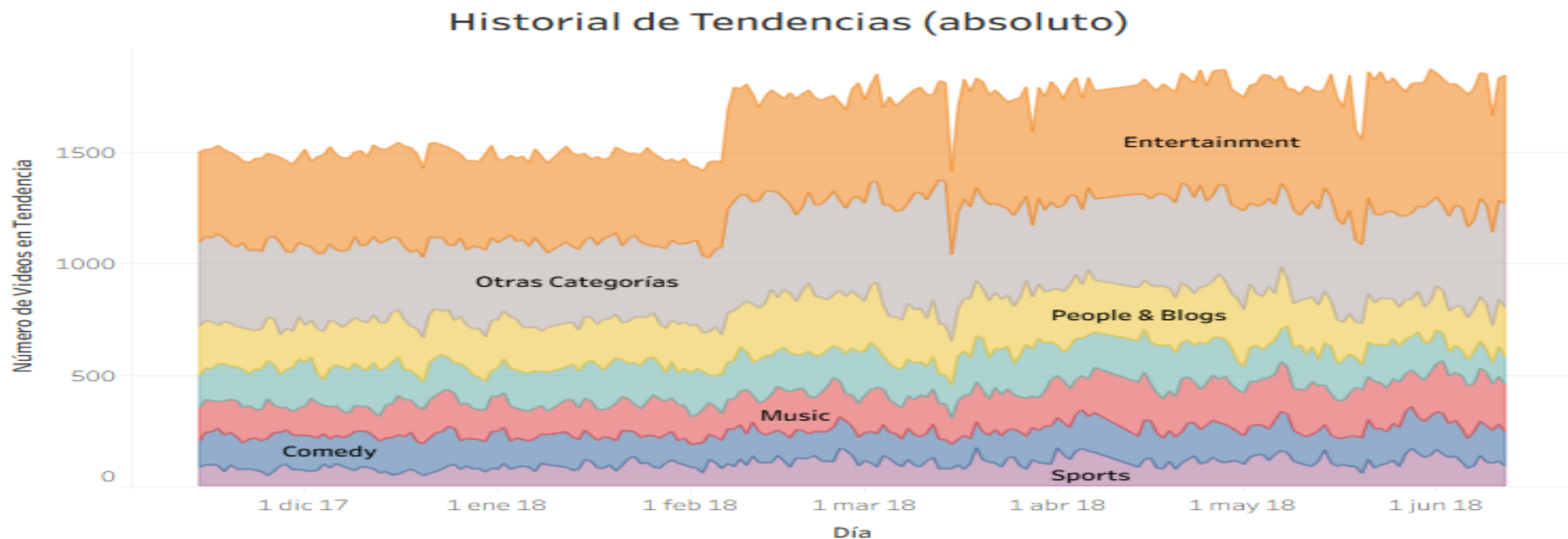


DATOS Y METODOLOGÍA

- Fuente de datos: *Archivo trending_by_time.csv*
- Periodo analizado: *noviembre 2017 – junio 2018*
- Herramienta usada: *Tableau Public*
- Variables clave:
 - Categoría del video*
 - Región (país)*
 - Número de videos en tendencia*
- Objetivo: *Identificar patrones de popularidad y distribución por país y categoría.*

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

- Las categorías más frecuentes en tendencia fueron:
 - **Entertainment, People & Blogs, y News & Politics.**
- Estas tres categorías representaron más del **60%** de los videos en tendencia global.
- Otras categorías como *Music, Comedy* y *Sports* tuvieron menor pero constante participación.

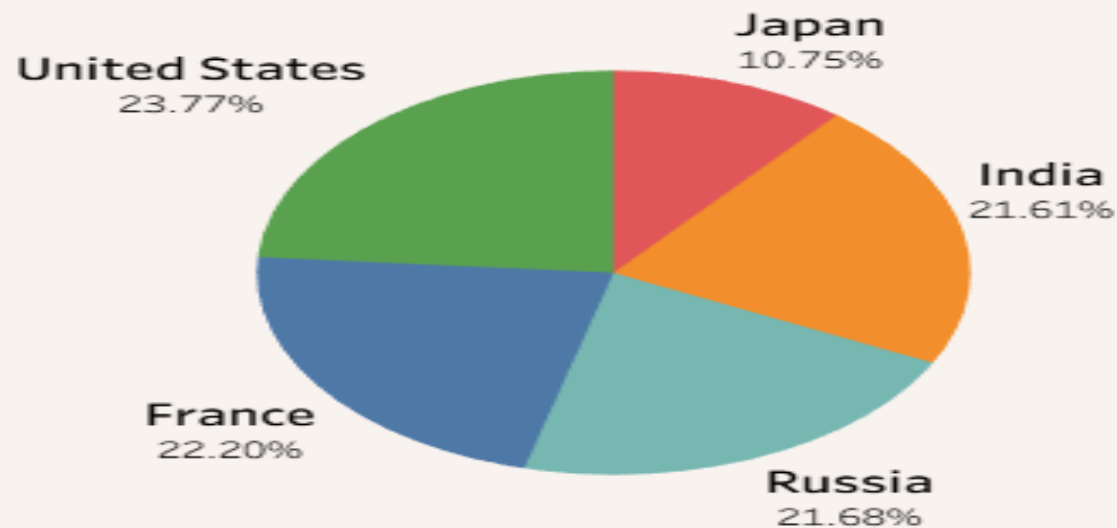


Pregunta: ¿Cómo se distribuyeron los videos en los países?

- Estados Unidos y Francia concentraron la mayoría de videos en tendencia.
- Rusia e India mostraron proporciones similares (~22%).
- Japón tuvo menor participación (~11%).

☒ ***“La distribución regional evidencia un mercado global dominado por países con alto consumo digital.”***

Tendencias de Videos por País



- Pregunta: ¿Qué categorías fueron particularmente populares en los Estados Unidos? ¿Hubo diferencias entre las categorías populares en Estados Unidos y en otros lugares?**
- Las categorías con **mayor número de videos en tendencia en EE.UU.** fueron:
 - Entertainment, Music y Howto & Style**
 - Estas categorías reflejan el fuerte interés del público estadounidense por contenido recreativo, musical y educativo-práctico.
 - Comparado con otros países:
 - Francia* muestra mayor presencia de **Entertainment y People & Blogs**.
 - Rusia* mantiene equilibrio entre **People & Blogs y Entertainment**.
 - India* destaca más en **Entertainment y News & Politics**.

| Tendencias por País y Categoría | | | | | | |
|---------------------------------|---|--------|--------|--------|--------|---------------|
| | | Region | | | | |
| Category Title | ≡ | France | India | Japan | Russia | United States |
| Entertainment | | 18,812 | 32,632 | 11,502 | 11,558 | 19,448 |
| People & Blogs | | 9,256 | 4,920 | 5,736 | 18,316 | 6,074 |
| News & Politics | | 6,484 | 10,314 | 2,618 | 9,778 | 4,810 |
| Music | | 7,604 | 7,626 | 2,442 | 3,638 | 12,674 |
| Comedy | | 8,362 | 6,714 | 1,334 | 5,890 | 6,812 |
| Sports | | 7,922 | 1,420 | 3,558 | 3,624 | 4,230 |
| Howto & Style | | 4,632 | 1,660 | 1,536 | 3,880 | 8,212 |
| Film & Animation | | 3,714 | 3,258 | 2,114 | 5,592 | 4,620 |
| Science & Technology | | 1,580 | 1,088 | 298 | 2,212 | 4,698 |
| Education | | 1,456 | 2,344 | 210 | 1,318 | 3,268 |
| Gaming | | 2,764 | 124 | 1,798 | 2,030 | 1,522 |
| Autos & Vehicles | | 1,214 | 138 | 534 | 3,076 | 758 |
| Pets & Animals | | 460 | 6 | 2,218 | 1,136 | 1,816 |
| Travel & Events | | 204 | 16 | 268 | 506 | 800 |
| Shows | | 194 | 402 | | 386 | 114 |
| Nonprofits & Activism | | | | | | 106 |
| Movies | | 22 | 32 | | 2 | |
| Trailers | | 4 | | | | |

CONCLUSIONES GENERALES

- El análisis confirma que **Entertainment** es la categoría con mayor presencia en tendencias globales, reflejando el fuerte enfoque de YouTube hacia el contenido recreativo.
- En **Estados Unidos**, las categorías más populares fueron **Entertainment, Music y Howto & Style**, lo que evidencia un interés equilibrado entre ocio, cultura y aprendizaje práctico.
- Las diferencias regionales son notables:
 - India* mostró una mayor proporción de videos en **News & Politics**, vinculada al interés por la actualidad.
 - Francia y Rusia* mantuvieron un alto volumen en **People & Blogs**, reflejando un consumo más social e informativo.
- En conjunto, los resultados muestran que el comportamiento de tendencias en YouTube combina patrones **globales de entretenimiento** con **preferencias culturales locales**.
- El **dashboard desarrollado en Tableau Public** permite a los analistas de *Sterling & Draper* monitorear estas variaciones **en tiempo real**, optimizando la planificación de estrategias publicitarias.

