



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Ciencias Matemáticas

Escuela Profesional de Estadística

Segmentación de clientes de Corporación Lindley de la región Lima mediante el análisis cluster bietápico en octubre de 2016

TESINA

Para optar el Título Profesional de Licenciado En Estadística

Modalidad Examen de Suficiencia Profesional

AUTOR

Cesar Pedro MANRIQUE PACHAS

Lima, Perú

2016

RESUMEN

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CORPORACIÓN LINDLEY DE LA REGIÓN LIMA MEDIANTE EL ANÁLISIS CLUSTER BIETÁPICO EN OCTUBRE DE 2016

BR. CÉSAR PEDRO MANRIQUE PACHAS

NOVIEMBRE – 2016

Orientador: Dr. Luis Alberto Navarro Huamaní

Título obtenido: Doctor en Ingeniería Eléctrica en PUC – Río (Brasil)

El objetivo de este trabajo de investigación es describir el método del Análisis Cluster Bietápico y su aplicación para segmentar la cartera de clientes de Corporación Lindley de la Región Lima en Octubre de 2016.

El método de Análisis Cluster Bietápico es una herramienta de exploración diseñada para descubrir las agrupaciones naturales (o conglomerados) de un conjunto de datos. Este método combina los métodos jerárquicos y no jerárquicos (o de partición) permitiendo analizar a la vez variables de distinto tipo (categóricas y continuas) y puede ser utilizado en bases de datos grandes. El análisis por conglomerados Bietápico tiene aplicaciones en diversas áreas, particularmente es muy importante en la Inteligencia Comercial donde la segmentación de los clientes ha sido motivo de controversia. La aplicación fue desarrollada con el programa SPSS versión 21

Palabras claves:

Análisis Cluster Bietápico, Segmentación de clientes, Inteligencia Comercial

ABSTRACT

SEGMENTATION LINDLEY CORPORATION'S CLIENTS FROM THE LIMA REGION THROUGH THE TWO-STEP CLUSTER ANALYSIS AT OCTOBER 2016

BR. CÉSAR PEDRO MANRIQUE PACHAS

NOVEMBER – 2016

Coach: Dr. Luis Alberto Navarro Huamaní

Degree: Doctor in Electrical Engineering at PUC - Rio (Brazil)

The objective of this research is to describe the Two-Step Cluster Analysis method and its application to segment the client portfolio of Lindley Corporation from Lima Region at October 2016.

The Two-Step Cluster Analysis method is an exploration tool designed to discover the natural clusters (or clusters) of a data set. This method combines hierarchical and non-hierarchical (or partition) methods, allowing the analysis of variables of different types (categorical and continuous) and can be used in big data. The Two-Step Cluster Analysis has applications in several areas, particularly it's very important in Business Intelligence where customer segmentation has been controversial. The application was developed with SPSS version 21.

Keywords:

Two-Step Cluster Analysis, Customer Segmentation, Business Intelligence