

Taller métricas de clasificación

Objetivos:

- Aplicar métricas de evaluación de la calidad de un modelo de clasificación

Enunciado:

Los clientes son usualmente categorizados en perfiles de comportamiento de compra de productos o servicios. Una empresa califica a sus clientes en 4 categorías bien definidas:

- El cliente esporádico: compra rara vez alguno de los productos de la empresa
- El cliente fiel: compra a menudo varios de los productos de la empresa
- El cliente parcial: compra una parte de los productos que necesita en la empresa y otra parte con la competencia
- El cliente promocional: compra solo los productos que se encuentran en oferta

Se ha desarrollado un modelo de clasificación que tiene en cuenta las características de los clientes, sus comportamientos de compra y las interacciones con el área de servicio al cliente para poder predecir la categoría de cliente.

La matriz de confusión del modelo de clasificación es la siguiente:

REAL	PREDICCIÓN				Total
	Esporádico	Fiel	Parcial	Promocional	
Esporádico	61	8	1	0	70
Fiel	0	56	17	0	73
Parcial	0	0	15	0	15
Promocional	0	0	0	24	24
Total	61	64	33	24	182

Desarrollo:

Utilizando Excel (a entregar antes de la clase siguiente):

1. Calcule los valores de las métricas **globales** de
 - a. Accuracy, Error
2. Calcule las métricas de Precisión, Recall, Especificidad y F-measure (F1 Score) para cada categoría.