

# Segmentación de mercados

Jordi López Sintas

9 de enero de 2015

## Fundamentos de la segmentación de mercados

La segmentación de los mercados (*market segmentation analysis*) se refiere al análisis de la estructura de la demanda de un mercado (los beneficios buscados por los consumidores, sus preferencias, etc.) y a la estimación de la intensidad de la demanda para un potencial producto que aspira a una determinada posición en la estructura estimada del mercado (Johnson 1971). La segmentación de los mercados es una decisión estratégica puesto que la elección de las bases para realizarla determinará las características que suponemos importan a los consumidores.

Una selección incorrecta de las bases de segmentación supondrá partir de unas hipótesis erróneas acerca del comportamiento de los consumidores. Por ello, su reacción frente a nuestras decisiones comerciales será inferir, o contraria, a la prevista, con el consiguiente incremento en costes debido a la ineficacia de las decisiones comerciales realizadas. Los costes de manufactura y financieros asociados a la estrategia comercial también se resentirán como ocurrió en 1984 cuando Apple comercializó su primer Macintosh (REF). También debemos tener presente que los problemas de consumo de los individuos cambian a lo largo del tiempo, por lo que las bases de segmentación también deberán cambiar para poder describir y entender adecuadamente la estructura de las preferencias de los consumidores.

Suponiendo que las características que hemos medido de los consumidores,  $C_i = x_{i1}, \dots, x_{ip}$  describen adecuadamente la estructura de las preferencias de los consumidores en un determinado mercado, el proceso de segmentación está interesado en proporcionar respuestas a dos tipos de problemas de la dirección comercial: 1) cómo debería segmentarse un mercado en función de las propiedades estructurales de las preferencias de los consumidores, y 2) cómo debería asignarse los recursos comerciales entre los segmentos (Mahajan & Jain 1978).

Supongamos que una estrategia comercial está compuesta de los elementos tradicionales del mix comercial, calidad del producto ofrecido, precio, distribución y promoción,  $E_0(q,p,d,c)$ . El problema de segmentación del mercado reside en entender su estructura: identificar qué es lo que los consumidores consideran importante, y medir cómo difieren en sus valoraciones de lo que es importante. Si conocemos esos dos grupos de datos podremos inferir la preferencia de los consumidores hacia los productos que la empresa ofrecerá a mercado (y hacia los de la competencia).

Nuestro problema de segmentación, entonces, empieza identificando los beneficios importantes para los consumidores, midiendo cómo difieren en la importancia asignada a esos beneficios y finaliza seleccionando un número  $s$  de segmentos,  $S = S_1, \dots, S_s$ , y definiendo las estrategias diseñadas para cada segmento,  $E = E_1, \dots, E_s$  y, simultáneamente, asignando los recursos comerciales a las estrategias (Winter 1979). Encontrar  $s$  segmentos de consumidores y analizar las correspondientes estrategias comerciales que proporcionan el máximo valor a la empresa. El número óptimo de estrategias,  $e < s$ , y se obtendrá de la resolución del problema de maximización de beneficios:

$$MaxB(E) = I(E_l) - C(Q(E_l), E_l)$$

Con la estrategia  $E_l$  sujeta a que los recursos aplicados no excedan a los disponibles,  $R(E_l) < R$ .

Muchos investigadores han levantado dudas acerca de la validez de los resultados obtenidos en los análisis de segmentación de mercados. Concretamente han señalado:

1. diferentes algoritmos de clasificación producen diferentes resultados e incluso el mismo algoritmo con diferentes condiciones iniciales o distintos niveles de precisión pueden llegar a producir diferentes resultados (Hoek, Gendall and Esslemont 1996); Funkhouser 1983),

2. los criterios para seleccionar el número de segmentos diferente en sus conclusiones (Hoek, Gendall and Esslemont 1996; Wedel & Kamakura 1998; Helsen and Green 1991; Weingessel, Dimitriadou, & Dolnicar 1999).

Afortunadamente en la actualidad disponemos, además del tradicional algoritmo de partición convexa, *kmeans* (Hartigan & Wong 1978), de algoritmos robustos frente a la violación de la hipótesis de convexidad en la que se basa la solución proporcionada por *kmeans*, como son los algoritmos propuestos por Kauffman & Rousseeuw (1990), y de los procedimientos de clasificación basados en clases latentes, o clasificación basada en modelos estadísticos para segmentar poblaciones mixtas (Wedel & Kamakura 1998; Bartholomew & Knott 1999; Vermunt & Magidson 2000).

En la actualidad la tarea de seleccionar el número adecuado de segmentos que muestran la estructura de la demanda de los consumidores es una tarea relativamente más fácil gracias a la difusión que han tenido los algoritmos robustos de Kauffman y Rousseeuw (1990) y los basados en clases latentes, junto con las facilidades gráficas que ofrecen los computadores. Los procedimientos propuestos por Kauffman y Rousseeuw (1990) ya nos ofrecen un indicador de la calidad de la partición realizada del mercado, como veremos más adelante, pero también los métodos basados en clases latentes nos ofrecen diferentes estadísticos en los cuales basar nuestra decisión.

## Segmentación en dos etapas: El procedimiento estándar

### Fase exploratoria: la clasificación jerárquica

La clasificación jerárquica con el procedimiento de Ward minimiza la suma de las distancias euclidianas al cuadrado entre el individuo  $i$  y el centro del segmento al que se asigna,  $\sqrt{\sum_k \sum_{i \in k} \sum_j = (x(i, j) - x(i', j))^2}$ . El primer sumatorio calcula el error de la observación  $i$  en el segmento  $k$  para todas las variables, el segundo realiza el cálculo para todos los individuos en el segmento  $k$  y, finalmente, el último sumatorio calcula la suma del error para todos los segmentos (Wishart 1998).

#### Funciona de la siguiente manera

1. Computa la matriz de las distancias euclidianas al cuadrado para todo par de observaciones,  $i, i'$ ,  $d^2(i, i') = \sum_k (x(i, j) - x(i', j))^2$ .
2. Agrupa las dos observaciones o grupos  $i$  y  $i'$  más cercanos, es decir, cuya agrupación minimiza el incremento en el error,  $E$ . Inicialmente serán aquellos casos cuya distancia,  $d^2(i, i')$ , sea mínima.
3. Transforma la matriz inicial de distancias euclidianas al cuadrado  $D^2$  en  $E^2$ , la cual contendrá el error al cuadrado de la unión del nuevo segmento  $i \cup i'$ .
4. Repite los pasos 2 y 3 y cada vez forma un nuevo grupo con las observaciones o grupos cuya unión resulte en un incremento mínimo en el error  $E^2$ .
5. Finaliza cuando todos los casos se hayan agrupado en un solo segmento

El procedimiento minimiza el cuadrado de la suma de las desviaciones entre los individuos y el centro del grupo al que se le ha asignado. Realiza un proceso de aglomeración con tantas fases o etapas como individuos ha de clasificar,  $n$ , de manera que una vez clasificados en su totalidad se minimiza una medida de la heterogeneidad,  $\min \sum_{SQD-I}$ . En la etapa inicial existen tantos grupos como individuos debe agrupar. A partir de ese momento en cada etapa se formará un nuevo segmento agrupando a dos de los segmentos ya formados en etapas anteriores o un grupo y un individuo aun no clasificado, aquéllos más parecidos entre sí, de forma que se minimice en cada agrupación el incremento en la suma de las diferencias entre el individuo agrupado y la

media del grupo al que se asigna,  $\min \left\{ \sum_i x^2(i, j) - \frac{\sum_j x^2(i, j)}{n} \right\}$ . En la etapa inicial la suma del cuadrado de las distancias es cero y se va incrementando a medida que se realizan las agrupaciones.

Supongamos que tenemos cinco individuos medidos en una única variable  $\{A = 2, B = 5, C = 9, D = 10, E = 15\}$ .

Esto es:  $d(A, B) = 4 + 25 - (1/2)(2+5)^2 = 29 - 24,5 = 4,5$

	A	B	C	D	E
A	0	4,5	24,5	32	98
B		0	8	12,5	60,5
C			0	<b>0,5</b>	24,5
D				0	18
E					0

La agrupación C y D es la que minimiza el SQD.

	A	B	CD	E
A	0	<b>4,5</b>	38	98
B		0	14	60,5
CD			0	28,66
E				0

La agrupación A y B es la que minimiza la SQD

	AB	CD	E
AB	0	41	108,66
CD		0	<b>28,66</b>
E			0

La agrupación  $CDE$  es la que minimiza la  $SQD$ . Finalmente  $d(AB, CDE) = 113,2$ .

La agrupación se muestra visualmente con un gráfico denominado dendrograma, donde las letras identifican a los individuos.

```
ejemplo<-c(2,5,9,10,15)
ejemplo
```

```
## [1] 2 5 9 10 15
```

```
ejemplo.dist<-dist(ejemplo)
ejemplo.hclust<-hclust(ejemplo.dist, method="ward")
```

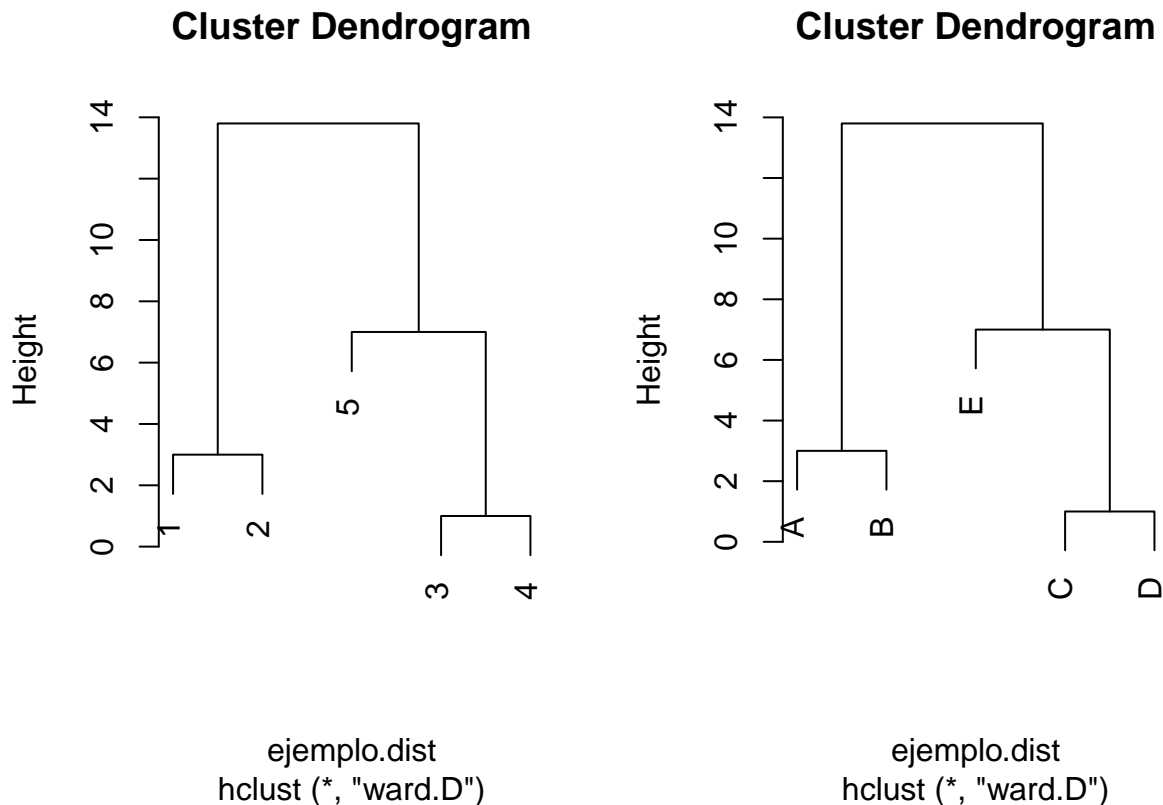
```
## The "ward" method has been renamed to "ward.D"; note new "ward.D2"
```

```
ejemplo.hclust
```

```
##
## Call:
```

```
## hclust(d = ejemplo.dist, method = "ward")
##
## Cluster method   : ward.D
## Distance         : euclidean
## Number of objects: 5
```

```
par(mfrow=c(1,2))
plot(ejemplo.hclust)
labels<-c("A", "B", "C", "D", "E")
ejemplo.hclust$labels<-labels
plot(ejemplo.hclust)
```



```
par(mfrow=c(1,1))
```

Veamos cómo lo haríamos en el entorno R de análisis de datos.

## Partición de la muestra en $k$ segmentos: el procedimiento $k$ -means

Los algoritmos de clasificación del tipo *k-means* inician el proceso de selección especificando el número de clases que desea el analista,  $k$ , así como los centros iniciales para cada uno de los  $k$  clusters a formar. Después asigna cada individuo al grupo cuyo centro tenga más próximo. La solución inicial se mejora de manera iterativa hasta que se alcanza alguna forma de estabilidad, por ejemplo, hasta que las reasignaciones no reducen la suma del cuadrado de las distancias de los consumidores a los centros de los segmentos a los que han sido asignados (Helsen y Green 1991). Concretamente:

1. Empieza el proceso con un conjunto de centros iniciales o coordenadas de los  $k$  segmentos. Estos centros pueden obtenerse de manera aleatoria o por algún procedimiento como el propuesto por Hartigan y Wong (1979).

2. Después asignamos al consumidor  $i$  al cluster cuyo centro está más próximo. Los centros permanecen inalterados durante todo el proceso de asignación.
3. Seguidamente calculamos un nuevo conjunto de centros de los segmentos, como la media de los consumidores asignados a cada uno. Estos nuevos centros serán la base de un nuevo ciclo de reasignaciones.
4. Repetimos los procesos 2 y 3 hasta que ningún individuo cambie de grupo en el proceso de asignación especificado en el paso 2.

En este algoritmo el centro de cada segmento se define como la media de todos los individuos asignados al segmento en cada una de las variables en las que se han medido sus propiedades. Por ello necesita una matriz de datos  $n \times p$  en lugar de una matriz de distancias entre los individuos (a diferencia de lo que ocurre en los algoritmos de clasificación jerárquica). El propósito del algoritmo es minimizar la suma de las distancias euclidianas al cuadrado de la partición realizada en  $k$  segmentos. Implícitamente asume que los grupos muestran una distribución normal esférica. Vemos un ejemplo.

$n$ = número de individuos a clasificar

$p$ = número de variables en las que se han medido las propiedades de los individuos

$x(i,j)$ = valor que muestra el individuo  $i$  en la variable  $j$

$x(l,j)$ = valor medio de la variable  $j$  en el segmento  $l$ .

$n(l)$ =número de individuos en el grupo  $l$ .

$d(i,l)$ = distancia entre el individuo  $i$  y el centro del segmento  $l$ .

$d(i,l)$ =raíz cuadra de la suma para toda  $p$  de las diferencias al cuadrado

$e(p(n, k))$ =error de la partición

$p(n, k)$ = resultado de partir la muestra en  $k$  segmentos y asignar a los  $n$  individuos a cada uno de los  $k$  segmentos.

$\min e(p(n, k)) = \sum_{i=1, \dots, n} d^2(i, l(i)) = \min SQD_I$

Tipo de pescado	Energía	Calorías	Calcio	Sum(i)
Caballa	5	9	20	34
Perca	6	11	2	19
Salmón	4	5	20	29
Sardina	6	9	46	61
Atún	5	7	1	13
Camarones	3	1	12	16

Supongamos que queremos formar tres segmentos. El procedimiento nos daría como resultado los siguientes segmentos:

Segmento 1: perca, atún y caballa

Segmento 2: caballa y salmón

Segmento 3: sardina

Seguidamente calcularemos la media de las propiedades de los objetos clasificados en cada uno de los segmentos.

Segmento	Energía	Calorías	Calcio
1	14/3	19/3	5

Segmento	Energía	Calorías	Calcio
2	9/2	7	20
3	6	9	46

Y calculamos la distancia euclidiana entre los individuos y las medias de cada grupo:

$$E(p(n=6,k=3))=SQDI=d^2(1,1)+d^2(2,1)+\dots+d^2(6,1)+\dots+d^2(1,3)+\dots+d^2(6,3)=137,805$$

Seguidamente probamos si cualquier cambio en la asignación de individuos a los segmentos reduce el error de la clasificación o suma del cuadrado de las distancias entre individuos y centros. Siendo  $n(l)$  el número de individuos asignados al segmento  $l$ , y  $l(i)$  el segmento que contiene al individuo  $i$ , primero calculamos las distancias al cuadrado entre el primer individuos y los centros de cada uno de los grupos:

$$d^2(1,1)=(5-14/3)^2+(9-19/3)^2+(20-5)^2=232,22$$

$$d^2(1,2)=4,25$$

$$d^2(1,3)=677$$

A la hora de decidir donde clasificar al individuo  $i$ , calcularemos la variación en la  $SQDI$ . En este caso, cambiar la caballa de segmento incrementaría el error de la partición realizada.

Realizamos el proceso para todos los objetos y encontramos, en este caso, que el objeto 6, el camarón, puede ser clasificado en el segmento 2, en lugar del 1 inicial, y reducir el error de la clasificación. Quedando así la clasificación siguiente:

Segmento 1: perca y atún

Segmento 2: caballa, salmón y camarón

Segmento 3: sardinas.

```
peces<-read.csv("peces.csv", row.names=1, header=T)
peces
```

```
##          Energia Calorias Calcio
## Caballa      5         9      20
## Perca        6        11       2
## Salmon      4         5      20
## Sardina      6         9      46
## Atun         5         7       1
## Camarones    3         1      12
```

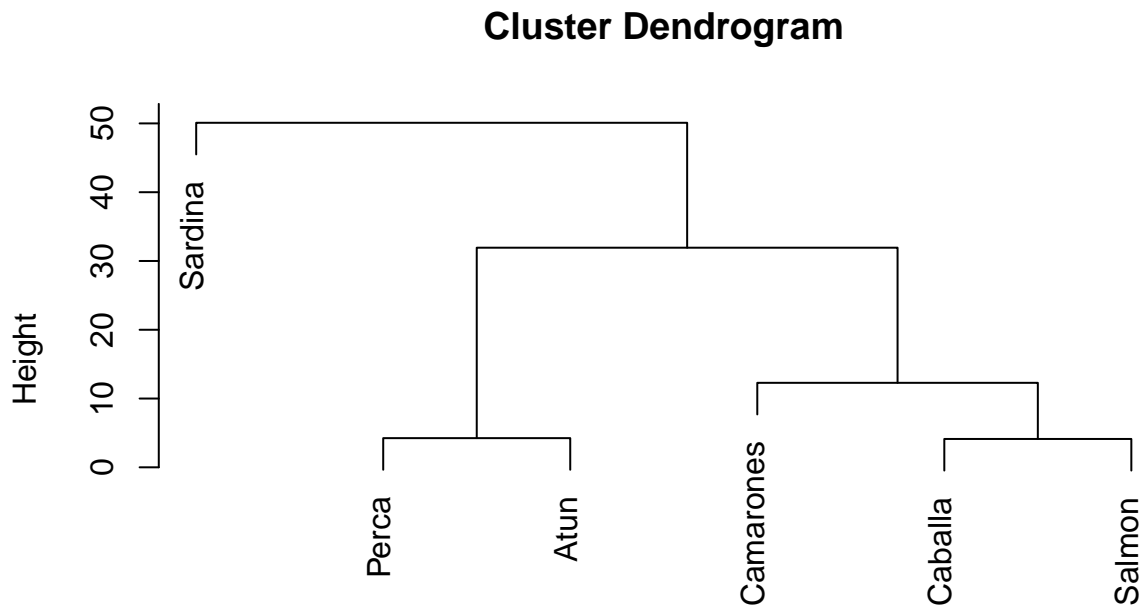
```
peces.dist<-dist(peces)
```

```
peces.dist
```

```
##          Caballa    Perca    Salmon    Sardina    Atun
## Perca      18.138357
## Salmon     4.123106 19.078784
## Sardina    26.019224 44.045431 26.381812
## Atun       19.104973 4.242641 19.131126 45.055521
## Camarones  11.489125 14.456832 9.000000 35.057096 12.688578
```

Después de calcular las distancias, podemos iniciar el proceso de aglomeración con el procedimiento de **ward**.

```
## The "ward" method has been renamed to "ward.D"; note new "ward.D2"
```



```
peces.dist
hclust (*, "ward.D")
```

Después partimos la muestra en tres segmentos:

```
## KMNS(*, k=3): iter= 1, indx=6
```

Si queremos saber las opciones de la función k-means, podemos utilizar la función `?kmeans` seguida del nombre de la función

```
?kmeans
```

Para saber los objetos incluidos en el resultado de clasificar la muestra, podemos utilizar la función `names()`.

```
names(peces.kmeans)
```

```
## [1] "cluster"      "centers"      "totss"        "withinss"
## [5] "tot.withinss" "betweenss"    "size"         "iter"
## [9] "ifault"
```

Los centros de los segmentos se encuentran en el objeto `centers`. La clasificación se encuentra en el objeto `cluster`, y en el objeto `iter` el número de iteraciones realizadas.

```
peces.kmeans$centers
```

```
##   Energia Calorias   Calcio
## 1     6.0         9 46.00000
## 2     5.5         9  1.50000
## 3     4.0         5 17.33333
```

```
peces.kmeans$cluster
```

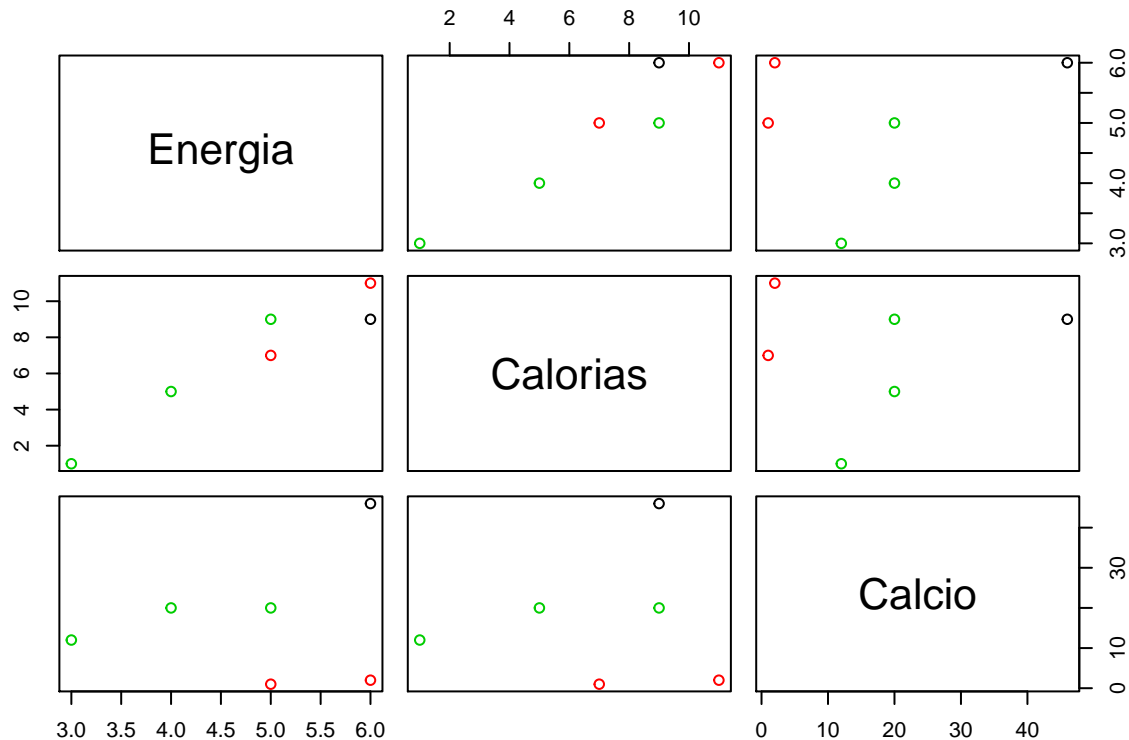
```
## Caballa Perca Salmon Sardina Atun Camarones  
##      3      2      3      1      2      3
```

```
peces.kmeans$iter
```

```
## [1] 1
```

El resultado lo podemos visualizar en el espacio de las bases de segmentación

```
plot(peces[1:3], col=peces.kmeans$cluster)  
points(peces[1:3])  
points(peces.kmeans$centers, col=1:3, pch=8, cex=2)
```



## Procedimientos más robustos

### PAM

El algoritmo pam tiene por objetivo encontrar los  $k$  consumidores representativos de la heterogeneidad del mercado alrededor de los cuales se clasifican los  $n$  consumidores medidos en  $p$  variables (una matriz de datos de tamaño  $n \times p$ ). Estos  $k$  consumidores representativos formarán los  $k$  segmentos en los que se dividirá una muestra de un mercado. Los  $k$  consumidores representativos se obtienen de minimizar la disimilitud entre todos los consumidores y su consumidor representativo más cercano. Es decir, el procedimiento busca encontrar conjunto de  $k$  segmentos de individuos pertenecientes a la muestra que minimiza la siguiente función objetivo:



$$\sum_{i=1}^n \min_{\forall k} d(i, m_k)$$

De tal manera que cada consumidor se asigna al segmento al que pertenece el consumidor representativo más cercano. Es decir, el consumidor  $i$  se asigna al segmento  $k$  cuando el consumidor representativo  $m(k)$  está más cerca de  $i$  que de cualquier otro consumidor representativo,  $d(i, m_k) \leq d(i, m_w)$ , para todo consumidor representativo  $w$  diferente de  $k$ .

Dado que el algoritmo pam sólo depende de las disimilitudes o distancias entre consumidores, la función sólo precisa como argumento una matriz de disimilitudes. Si el argumento que damos a la función es una matriz de datos  $n \times p$ , entonces la función pam la convertirá en una matriz de disimilitudes.

El algoritmo pam es parecido al conocido método *k-means* (MacQueen 1967) ampliamente conocido en marketing (REF), implementado en el entorno *R* por medio de la función `kmeans` que utiliza el algoritmo de Hartigan y Wong (1979). El algoritmo *k-means* tiene por objetivo minimizar la suma del cuadrado de las distancias euclidianas e implícitamente asume que los grupos se distribuyen de forma esférica. La función `pam`, según Kaufman y Rouseeuw (1990), es más robusta que *k-means* porque el algoritmo implementado en la función pam minimiza la suma de las distancias sin elevarlas al cuadrado. Incluso los centros provisionales de los segmentos no son necesarios para iniciar el proceso de división de la muestra.

Adicionalmente la función pam del paquete `cluster` nos ofrece una gráfica denominada silueta (Rouseeuw 1987) y el correspondiente índice de calidad del proceso de segmentación con el objeto de ayudarnos a seleccionar el número de grupos que formaremos. La construcción del gráfico procede de la siguiente manera. Para cada consumidor  $i$  simbolizaremos con  $A$  el grupo de pertenencia y computaremos la disimilitud media del consumidor  $i$  frente al resto de consumidores del segmento  $A$ .

$$a(i) = \frac{1}{|A| - 1} \sum_{j \in A} d(i, j)$$

Después consideraremos cualquier grupo  $C$  diferente del anterior,  $A$ , y calcularemos la similitud media de  $i$  frente a todos los elementos de  $C$ ,  $d(i, C) = \frac{1}{|C|} \sum_{j \in C} d(i, j)$ . Después realizaremos el mismo cálculo para el resto de los segmentos formados y tomaremos el valor menor,  $b(i) = d(i, C)$ . Llamaremos  $B$  al segmento cuya disimilitud media sea menor frente al consumidor  $i$ ,  $d(i, B) = b(i)$ , que llamaremos el segmento vecino del consumidor  $i$ . Esta es la segunda mejor la clasificación del consumidor  $i$ . La longitud de la silueta se calculará de la siguiente manera:

$s(i) = \frac{b(i) - a(i)}{\max\{b(i), a(i)\}}$ . El valor de  $s(i)$  está acotado entre -1 y 1. Si el valor está cerca de 1, nos indica que el consumidor  $i$  está bien clasificado; si está cerca de 0, está mal clasificado (está más cerca de  $B$  que de  $A$ ).

Para finalizar calcula un índice de calidad global que es la media de todos los índices de calidad de la clasificación de todos los consumidores,  $s(i)$ , correspondientes a los  $n$  consumidores de la muestra de datos.

Índice de calidad	Interpretación
0,71-1,00	Hemos encontrado una estructura fuerte
0,51-0,70	Hemos encontrado una estructura razonable
0,26-0,50	Hemos encontrado una estructura débil que podría ser artificial
$\leq 0,25$	No hemos encontrado una estructura en los datos

## CLARA

La función `pam` almacena en la memoria del ordenador toda la matriz de disimilitudes cuyo tamaño es  $O(n^2)$ . Este procedimiento es ineficiente con matrices datos que contienen más de 250 consumidores, pues tanto

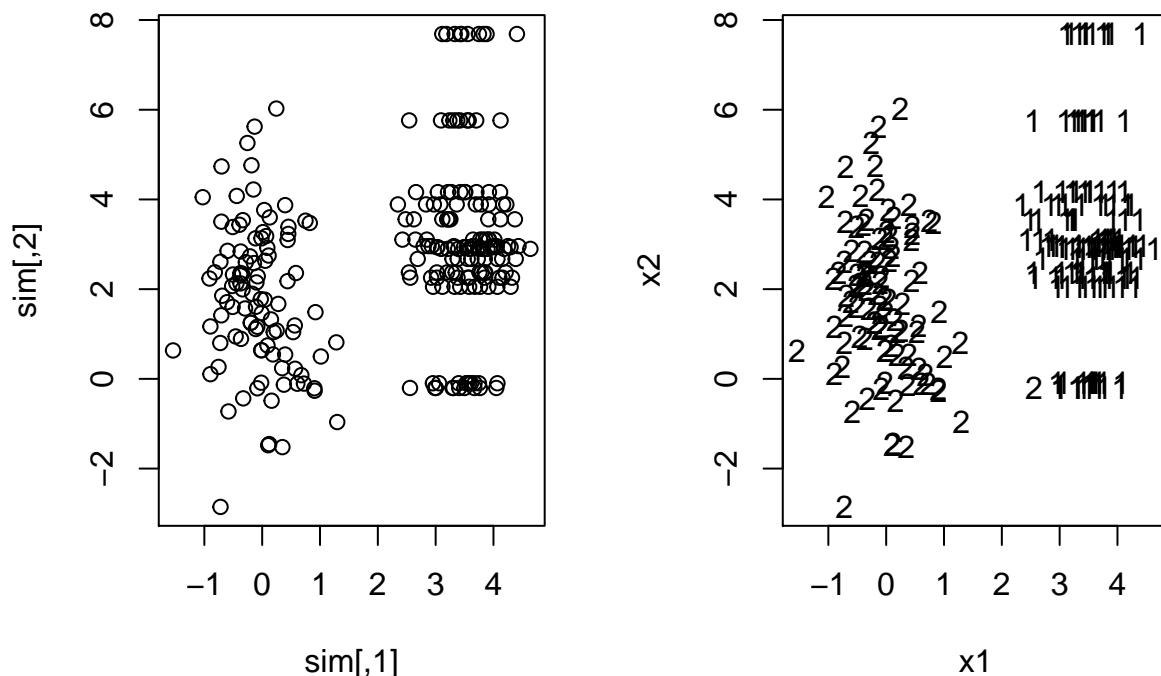
la memoria ocupada como el tiempo de cálculo crecen de manera cuadrática en función del tamaño de la muestra,  $n^2$ ). Para resolver este problema Kaufman y Rousseeuw (1986) han propuesto la función clara. Esta función sólo guarda en la memoria del ordenador un subconjunto de la matriz de disimilitudes. El procedimiento de la función clara toma muestras de la matriz original de datos, para cada una de ellas realiza una segmentación y obtiene  $k$  segmentos que minimizan la función objetivo de **pam**. Después compara la suma de las distancias y se queda con la partición que la minimiza. Finalmente asigna los  $n$  consumidores a la partición anterior. De esta manera el almacenamiento en memoria y el tiempo de computación crece sólo de manera lineal con el tamaño de la muestra,  $n$ .

Vamos a generar una base de datos artificial y a realizar una partición con **kmeans**, después visualizaremos los datos generados y la identificación que a realizado el procedimiento de partición.

```
#datos simulados
sim<-rbind(cbind(rnorm(100,0,0.5),
rnorm(100,2,1.5)),cbind(rnorm(150,3.5,0.5), rnorm(15,4,2.5)))
head(sim)
```

```
##           [,1]      [,2]
## [1,] -0.895443090  1.1684741
## [2,] -0.083761928  1.1616999
## [3,]  0.375489968 -0.1298101
## [4,] -0.008511702  0.6380602
## [5,]  0.013789487  3.2714496
## [6,]  0.111073074  2.7491946
```

```
par(mfrow=c(1,2))
plot(sim)
#Partición de la muestra con kmeans
#library(MASS)
sim.kmeans<-kmeans(sim, 2)
#eqscplot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
plot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
text(sim, labels=sim.kmeans$cluster)
```

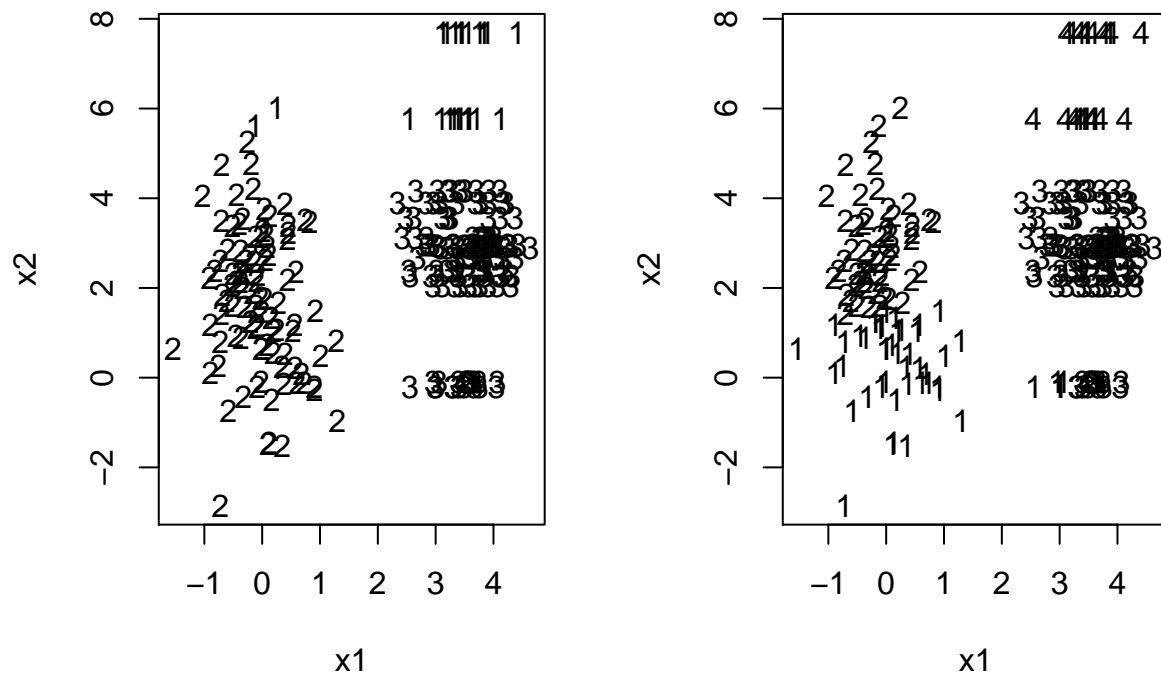


```
par(mfrow=c(1,1))
```

repetimos el proceso para 3 y 4 segmentos.

```
par(mfrow=c(1,2))
sim.kmeans3<-kmeans(sim, 3)
plot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
text(sim, labels=sim.kmeans3$cluster)

sim.kmeans4<-kmeans(sim, 4)
plot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
text(sim, labels=sim.kmeans4$cluster)
```



```
par(mfrow=c(1,1))
```

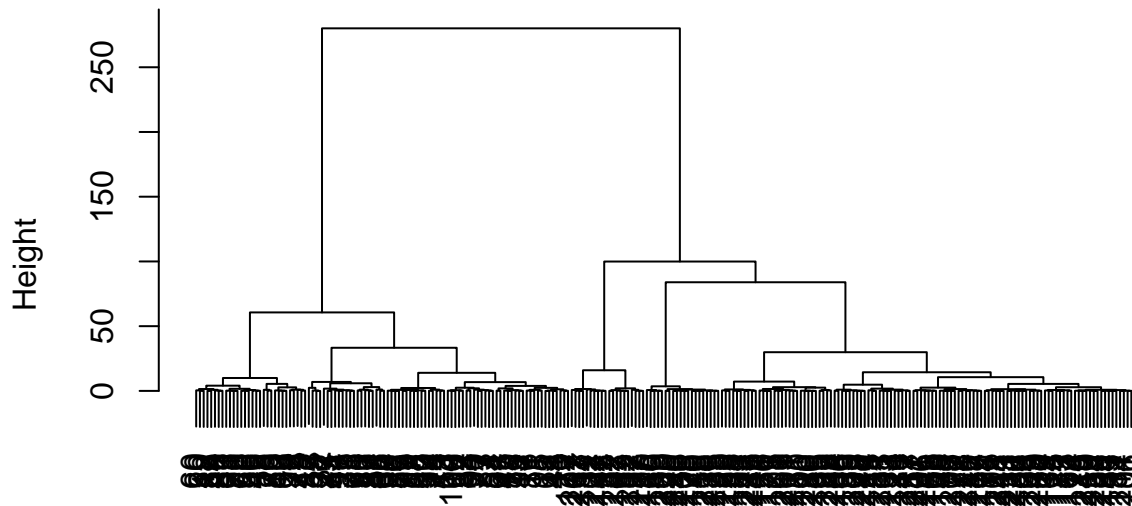
Ahora calcularemos los centros iniciales para ver si mejoramos la clasificación

```
sim.hclust<-hclust(dist(sim), method = "ward")
```

```
## The "ward" method has been renamed to "ward.D"; note new "ward.D2"
```

```
plot(sim.hclust)
```

## Cluster Dendrogram



```
dist(sim)
hclust (*, "ward.D")
```

```
centros.h<-tapply(sim, list(rep(cutree(sim.hclust, 2),ncol(sim)), col(sim)),mean)
centros.h
```

```
##           1           2
## 1 -0.05440539 1.780786
## 2  3.52227729 3.067639
```

```
sim.kmeans.centros<-kmeans(sim, centros.h)
```

Repetimos la partición pero para 3 y 4 segmentos

```
centros.h3<-tapply(sim, list(rep(cutree(sim.hclust, 3), ncol(sim)), col(sim)), mean)
centros.h3
```

```
##           1           2
## 1 -0.05440539 1.780786
## 2  3.52700004 2.504964
## 3  3.49157940 6.725027
```

```
sim.kmeans.centros3<-kmeans(sim, centros.h3)
centros.h4<-tapply(sim, list(rep(cutree(sim.hclust, 4), ncol(sim)), col(sim)), mean)
centros.h4
```

```
##           1           2
## 1 -0.05440539 1.7807855
## 2  3.54374981 2.9877235
## 3  3.49157940 6.7250268
## 4  3.43487631 -0.1502149
```

```
sim.kmeans.centros4<-kmeans(sim, centros.h4)
table(sim.kmeans$cluster, sim.kmeans.centros$cluster)
```

```
##
##      1  2
##  1   0 149
##  2 101   0
```

```
table(sim.kmeans3$cluster, sim.kmeans.centros3$cluster)
```

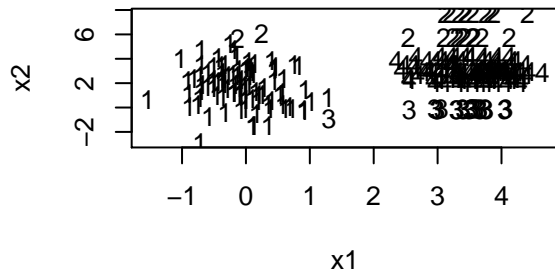
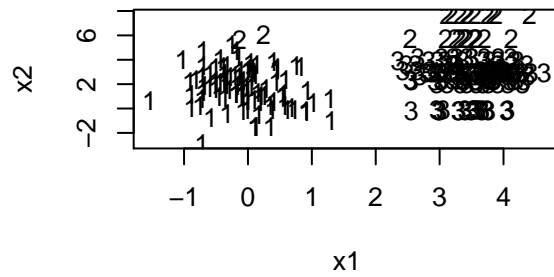
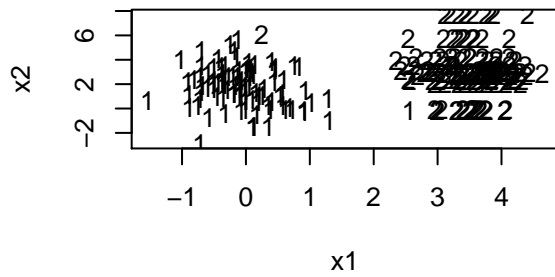
```
##
##      1  2  3
##  1   0   0 22
##  2  98   0   0
##  3   0 130   0
```

```
table(sim.kmeans4$cluster, sim.kmeans.centros4$cluster)
```

```
##
##      1  2  3  4
##  1  22   0   0 26
##  2  56   0   1   0
##  3   0 110   0 15
##  4   0   0  20   0
```

Ahora vamos a utilizar el paquete `cluster` y concretamente la función `clara`. Estimaremos una partición con 2, 3 y 4 segmentos y visualizaremos el resultado en el espacio de las bases de segmentación.

```
library(cluster)
sim.clara<-clara(sim, 2)
sim.clara3<-clara(sim, 3)
sim.clara4<-clara(sim, 4)
par(mfrow=c(2,2))
plot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
text(sim, labels=sim.clara$clustering)
plot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
text(sim, labels=sim.clara3$clustering)
plot(sim, type="n", xlab="x1", ylab="x2")
text(sim, labels=sim.clara4$clustering)
par(mfrow=c(1,1))
```

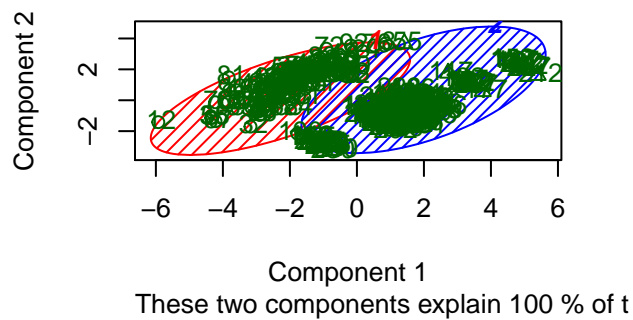


Tam-

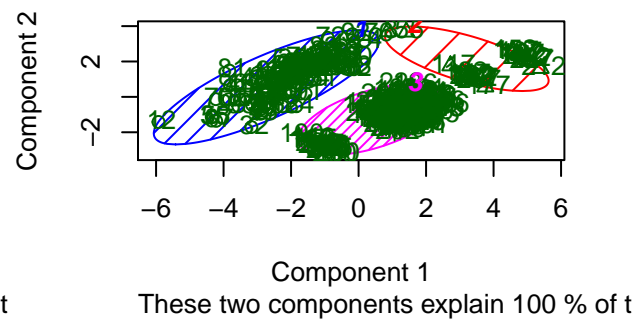
bién podemos utilizar la función `clusplot` para visualizar el resultado:

```
par(mfrow=c(2,2))
clusplot(sim.clara, color=TRUE, shade=TRUE, labels=2, lines=0)
#plot(sim.clara)
clusplot(sim.clara3, color=TRUE, shade=TRUE, labels=2, lines=0)
#plot(sim.clara3)
clusplot(sim.clara4, color=TRUE, shade=TRUE, labels=2, lines=0)
par(mfrow=c(1,1))
```

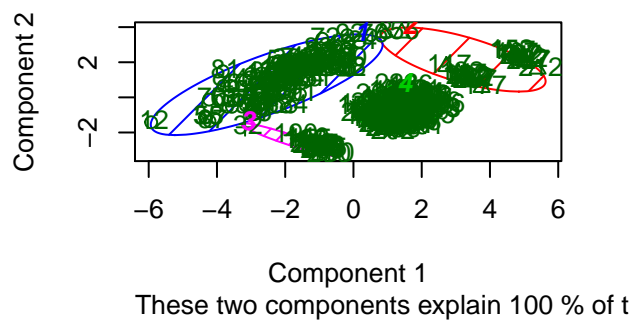
**clusplot(clara(x = sim, k = 2))**



**clusplot(clara(x = sim, k = 3))**



**clusplot(clara(x = sim, k = 4))**



```
#plot(sim.clara4)
```

Ahora comparamos los resultados con `kmeans` utilizando la función `table`. Y podemos ver que los resultados difieren aunque ligeramente.

```
table(clara=sim.clara$clustering, kmeans=sim.kmeans.centros$cluster)
```

```
##      kmeans
## clara  1  2
##      1 100  0
##      2   1 149
```

```
table(clara=sim.clara3$clustering, kmeans=sim.kmeans.centros3$cluster)
```

```
##      kmeans
## clara  1  2  3
##      1  98  0  0
##      2   0  0 22
##      3   0 130  0
```

```
table(clara=sim.clara4$clustering, kmeans=sim.kmeans.centros4$cluster)
```

```
##      Kmeans
## clara  1  2  3  4
##      1  77  0  0 20
##      2   1  0 21  0
##      3   0  0  0 21
##      4   0 110  0  0
```

## Un ejemplo adicional

Vamos a clasificar a las ciudades de los EEUU en función de los crímenes violentos perpetrados según los arrestos efectuados por la policía en 1973. La base de datos se componen de 50 observaciones (estados) y 4 variables (tipos de arrestos–Murder, Assault y Rape, número de casos por cada 100.000 habitantes– y población urbana–UrbanPop–en porcentaje).

Como las variables no están medidas en la misma escala, procederemos a estandarizarlas.

```
mydata = USArrests
mydata<- na.omit(mydata) # listwise deletion of missing
mydata.orig = mydata #save original data copy
mydata <- scale(mydata) # standardize variables
```

Después exploraremos los datos utilizando el procedimiento de Ward para realizar una agrupación jerárquica. Utilizaremos la distancia euclidiana para medir la similitud entre los estados.

```
d <- dist(mydata, method = "euclidean") # distance matrix
fit<- hclust(d, method="ward")
```

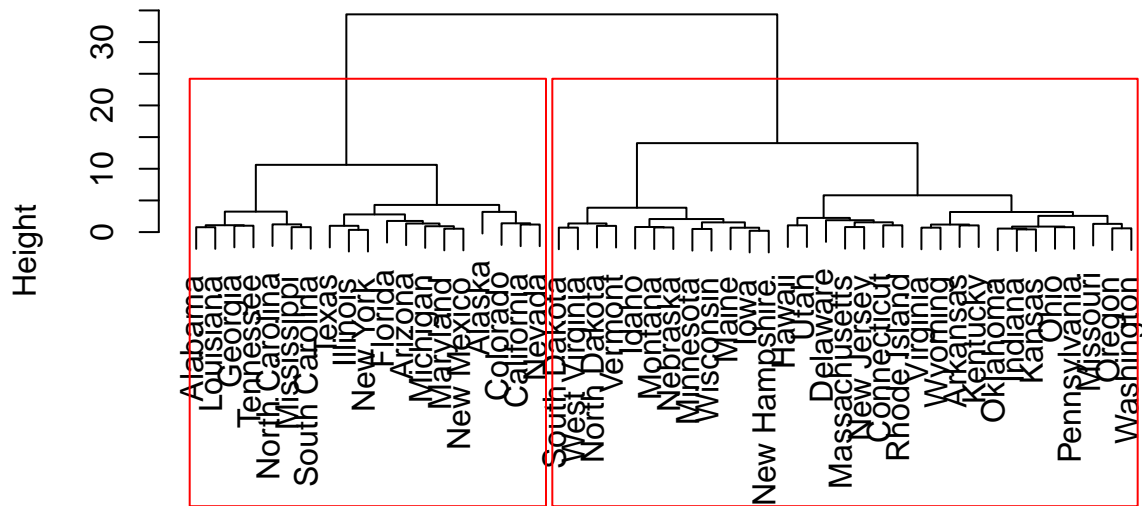
## The "ward" method has been renamed to "ward.D"; note new "ward.D2"

Visualizar el gráfico y mostrar el dendrograma con bordes rojos alrededor de  $k$  clusters

```
plot(fit) # display dendrogram
k1 = 2
# eyeball the no. of clusters
# cut tree into k1 clusters
groups = cutree(fit, k=k1)
rect.hclust(fit, k=2, border="red")
```



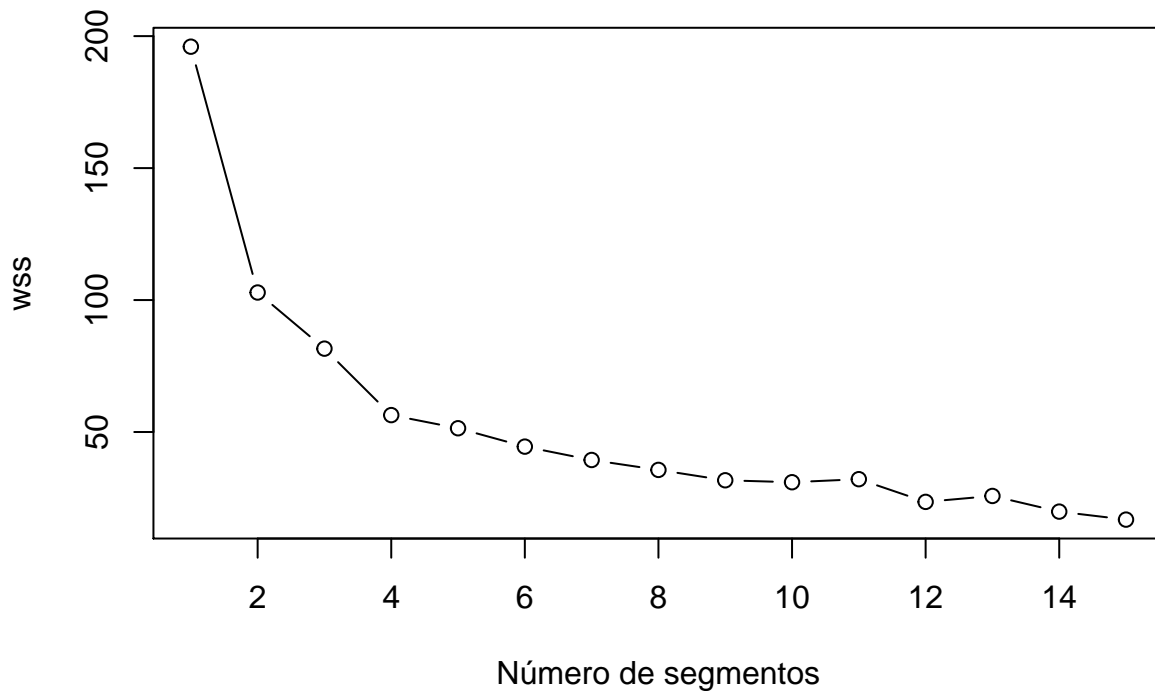
## Cluster Dendrogram



d  
hclust (\*, "ward.D")

De nuevo la pregunta aparece, ¿cómo conocer el número óptimo de segmentos? Observando el dendrograma en ciertas ocasiones puede ser de ayuda para tomar la decisión. Pero en otras ocasiones, ¿qué deberíamos hacer? La mayoría de los paquetes de partición de muestras, si no todos, esperan que conozcas el número correcto de segmentos a formar, como es el caso de la función `kmeans`. Con **R** podemos obtener un *scree plot* de la familia de los gráficos que te muestran cómo la varianza dentro de los segmentos (un indicador de la calidad de la solución) se reduce con el número de segmentos formados. Por ello, con **R** puedes tomar una decisión informada. Aquí mostramos un ejemplo de cómo obtener un *scree plot*.

```
# Determina el número de segmentos
#Calcula la variación dentro de los segmentos
wss<- (nrow(mydata)-1)*sum(apply(mydata,2,var))
#Calcula la variación dentro de los segmentos para 14 particiones,
#de 2 hasta 15
for (i in 2:15) wss[i] <- sum(kmeans(mydata,centers=i) $withinss)
plot(1:15, wss, type="b", xlab="Número de segmentos", ylab="wss")
```



```
# Busca un 'codo' en la distribución de la wss
# Ese 'codo' nos indicará el número adecuado de segmentos a formar, en este caso
k1=2
```

Después vamos a realizar la partición (`kmeans`) como hemos visto anteriormente.

```
fit <- kmeans(mydata, k1) # k1 es el número de segmentos a formar
fit$centers
```

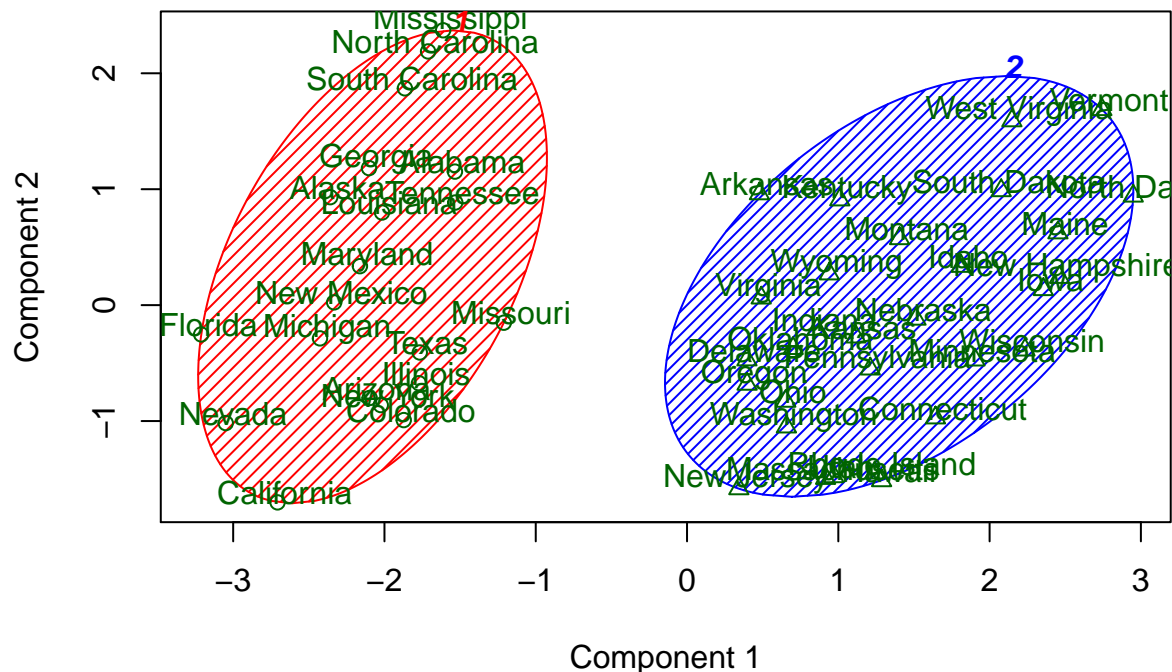
```
##      Murder    Assault  UrbanPop      Rape
## 1  1.004934  1.0138274  0.1975853  0.8469650
## 2 -0.669956 -0.6758849 -0.1317235 -0.5646433
```

```
#Obtenemos los centros
aggregate(mydata.orig,by=list(fit$cluster),FUN=mean)
```

```
##   Group.1 Murder  Assault UrbanPop      Rape
## 1      1 12.165 255.2500 68.40000 29.16500
## 2      2  4.870 114.4333 63.63333 15.94333
```

```
# Añadimos el resultado de la partición a la base de datos
mydata0<- data.frame(mydata.orig, fit$cluster)
# Mostramos el resultado
library(cluster)
clusplot(mydata0, fit$cluster, color=TRUE, shade=TRUE,labels=2,
lines=0)
```

## CLUSPLOT( mydata0 )



These two components explain 86.56 % of the point variability.

## Preparación de los datos: Análisis componentes principales

El análisis de los componentes principales es una técnica para la reducción de datos multivariantes. Su propósito es encontrar un conjunto de nuevas variables, igual en número a las variables originales, aunque con ciertas propiedades: 1) las nuevas variables, llamadas componentes principales, están incorrelacionadas entre ellas (son independientes en el espacio formado por los componente principales), 2) los componentes principales están formados a partir de las variables originales, 3) los componentes principales explican la varianza de las variables originales, de manera que el primer componente explica la mayor parte posible de variación, el segundo la mayor parte de la varianza residual, y así sucesivamente.

Vamos a ver un ejemplo. Tomemos los datos, `USAarrests` correspondientes a los delitos cometidos en las ciudades de los EEUU en 1973 que proporciona uno de los paquetes de **R**. Los datos corresponden a arrestos por cada 100.000 residentes. Si los delitos están correlacionados entonces es posible construir una nueva base de datos a partir los datos originales sobre los delitos en los que las nuevas variables no estén correlacionadas. Estas propiedades de los componentes principales es de utilidad cuando utilizamos los medos de segmentación de mercados.

```
# Examinando la correlación entre los delitos cometidos en las ciudades de los EEUU
cor(mydata)
```

```
##           Murder  Assault  UrbanPop  Rape
## Murder    1.0000000  0.8018733  0.06957262  0.5635788
## Assault    0.80187331  1.0000000  0.25887170  0.6652412
## UrbanPop   0.06957262  0.2588717  1.00000000  0.4113412
## Rape       0.56357883  0.6652412  0.41134124  1.0000000
```

Podemos ver que las variables Murder, Assault y Rape están muy correlacionadas. En cambio UrbanPop, porcentaje de población urbana, no está correlacionada con los asesinatos, asaltos o violaciones. Vamos a ver qué nos dicen los componentes principales de estos datos

```
# Principal Components Analysis
# from the correlation matrix
#fit.princomp<- princomp(mydata, cor=TRUE)
fit.prcomp <-prcomp(mydata, scale=T, retx=T)
summary(fit.prcomp)
```

```
## Importance of components:
##              PC1      PC2      PC3      PC4
## Standard deviation   1.5749 0.9949 0.59713 0.41645
## Proportion of Variance 0.6201 0.2474 0.08914 0.04336
## Cumulative Proportion 0.6201 0.8675 0.95664 1.00000
```

Como dijimos anteriormente, cada componente principal explica la mayor parte posible de la variación residual. Así vemos que el primer componentes explica un 62%, el segundo un 25%, el tercero un 9 % y el cuarto un 4%.

Podemos saber cómo se forman los componentes principales a partir de las variables originales examinando las cargas o rotaciones. Estos son los vectores singulares que multiplican las variables originales para producir los componentes principales.

```
# print variance accounted for
# pc loadings
#loadings(fit.princomp)
fit.prcomp$rotation
```

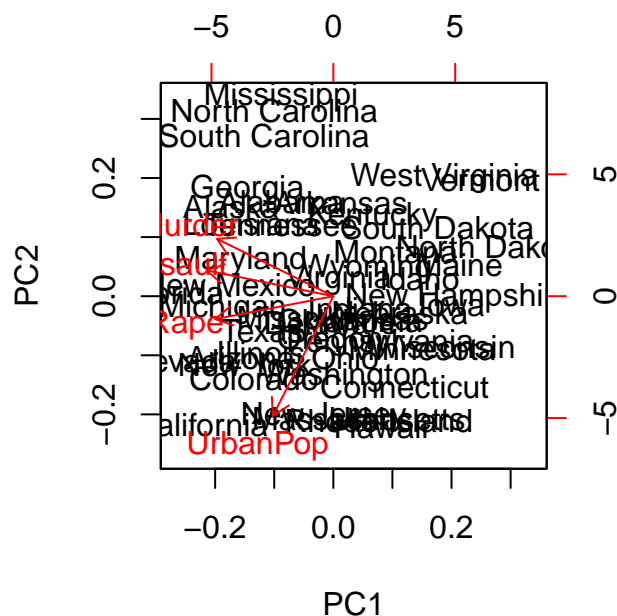
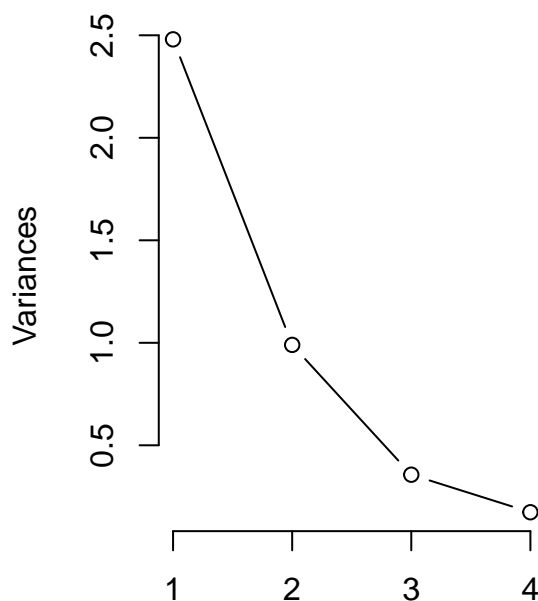
```
##              PC1      PC2      PC3      PC4
## Murder   -0.5358995  0.4181809 -0.3412327  0.64922780
## Assault  -0.5831836  0.1879856 -0.2681484 -0.74340748
## UrbanPop -0.2781909 -0.8728062 -0.3780158  0.13387773
## Rape     -0.5434321 -0.1673186  0.8177779  0.08902432
```

Estos coeficientes que multiplican a las variables origianles para producir los components principales nos indica la contribución de cada variable original (estandarizada) a la construcción de los components principales. Así el primer componente es una combinación lineal de asesinatos, asaltos y violaciones ( $PC1 = -0,536 \text{ Murder} - 0,583 \text{ Assault} - 0,278 \text{ UrbanPop} - 0,543 \text{ Rape}$ ), mientras que el segundo es una construcción de la población urbana principalmente. Podríamos decir que la estructura de los delitos cometidos en las poblaciones se pueden ordenar en dos características, los delitos y la población urbana.

Podemos observarlo si graficamos la contribución de los componentes a la variación de los datos originales estandarizados y situamos los datos originales en el plano de los componentes principales.

```
# scree plot
par(mfrow=c(1,2))
plot(fit.prcomp,type="lines")
biplot(fit.prcomp)
```

## fit.prcomp



```
par(mfrow=c(1,1))
```

Puntuación en las ciudades en los componentes principales (presentamos las seis primeras ciudades y las 6 últimas de la base de datos), la correlación entre los componentes principales contruidos (que debería ser cero) y la correlación de las variables originales con los factores

```
head(fit.prcomp$x[, c(1,2)])
```

```
##              PC1      PC2
## Alabama   -0.9756604  1.1220012
## Alaska    -1.9305379  1.0624269
## Arizona   -1.7454429 -0.7384595
## Arkansas   0.1399989  1.1085423
## California -2.4986128 -1.5274267
## Colorado  -1.4993407 -0.9776297
```

```
tail(fit.prcomp$x[, c(1,2)])
```

```
##              PC1      PC2
## Vermont     2.7732561  1.3881944
## Virginia    0.0953667  0.1977278
## Washington   0.2147234 -0.9603739
## West Virginia 2.0873931  1.4105263
## Wisconsin   2.0588120 -0.6051251
## Wyoming     0.6231006  0.3177866
```

```
cor(fit.prcomp$x[, c(1,2)])
```

```
##              PC1      PC2
## PC1  1.000000e+00  1.269383e-16
## PC2  1.269383e-16  1.000000e+00
```

```
cor(scale(mydata), fit.prcomp$x[, c(1,2)])
```

```
##              PC1      PC2
## Murder    -0.8439764  0.4160354
## Assault   -0.9184432  0.1870211
## UrbanPop  -0.4381168 -0.8683282
## Rape      -0.8558394 -0.1664602
```

Un proceso de segmentación ahora tendríamos que decidir si utilizar los componentes principales o bien reducir las bases de segmentación con la información proporcionada con los componentes principales. En el segundo caso podríamos decidir utilizar únicamente dos variables, los asantos y la población urbana.

Cuando los componentes principales no se pueden interpretar bien, es posible utilizar otros paquetes que nos proporcionan la posibilidad de girar los componentes sobre su eje con el objeto de encontrar una matriz de correlaciones más interpretable. En el entorno **R** podemos utilizar los paquetes **psych** y **GPArotation**. El primer paquete realiza la extracción de los componentes principales y utiliza al segundo para encontrar una matriz de correlaciones más interpretable. Vamos a utilizar los mismos datos sobre arrestos para ilustrar su uso. En este ejemplo utilizamos una rotación habitual, **varimax**, pero también es posible utilizar otros procedimientos para rotar la matriz de estructura inicial: **quatimax**, **promax**, **oblimin**, **simplimax**, o **cluster**.

```
library(psych)
library(GPArotation)
fit.principal<- principal(mydata, nfactors=2, rotate="varimax")
fit.principal
```

```
## Principal Components Analysis
## Call: principal(r = mydata, nfactors = 2, rotate = "varimax")
## Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix
##      RC1   RC2   h2   u2
## Murder  0.94 -0.06 0.89 0.115
## Assault 0.92  0.18 0.88 0.121
## UrbanPop 0.07  0.97 0.95 0.054
## Rape    0.73  0.48 0.76 0.240
##
##              RC1   RC2
## SS loadings      2.26 1.21
## Proportion Var    0.57 0.30
## Cumulative Var    0.57 0.87
## Proportion Explained 0.65 0.35
## Cumulative Proportion 0.65 1.00
##
## Test of the hypothesis that 2 components are sufficient.
##
## The degrees of freedom for the null model are 6 and the objective function was 1.89
## The degrees of freedom for the model are -1 and the objective function was 0.38
## The total number of observations was 50 with MLE Chi Square = 17.34 with prob < NA
##
## Fit based upon off diagonal values = 0.98
```

## Segmentación basada en un modelo estadístico

Los modelos de clases latentes suponen que la muestra que estamos analizando es representativa de una población mixta compuesta por  $k$  segmentos de tamaño  $n(k)$ . Por ello la probabilidad de que las medidas

obtenidas del individuos  $i$  en las  $p$  variables o propiedades,  $y_i$ , hayan sido generadas por un modelo  $M$  con parámetros  $\theta$  es igual a la suma, para las  $k$  clases, de la probabilidad de que la observación del individuo  $i$  pertenezca a cada una de las clases  $f_k(\cdot)$  ponderada por la proporción en que se han mezclado,  $\pi_k$ . Concretamente,

$$f(y_i|\theta) = \sum_{k=1}^k \pi_k f_k(y_i|\theta_k)$$

Para estimar los parámetros del modelo  $M$ ,  $\theta = (\theta_k)$ , la media y la matrix de varianzas de cada clase latente,  $\theta_k = (\mu_k, \Sigma_k)$ , tenemos que formar la función de verosimilitud y maximizar su logaritmo mediante el procedimiento EM, para un determinado número de clases latentes,  $k$ :

$$L(M, K) = \sum_{i=1}^n \log \left[ f(y_i|\theta) = \sum_{k=1}^k \pi_k f_k(y_i|\theta_k) \right] \setminus n$$

#### Clasificación a posteriori

Los modelos de clases latentes utilizados en los problemas de segmentación no solamente están interesados en estimar los parámetros del modelo que genera la muestra mixta sino también en la clasificación de los individuos a los  $k$  grupos. Para ello utiliza las probabilidades calculadas después de estimar el modelo. Así una observación  $y_i$  se asigna al grupo cuya probabilidad de pertenencia es mayor, es decir, la probabilidad de pertenecer al grupo  $k$  condicionada a las características medidas del sujeto  $i$ ,  $y_i$ ,

$$\pi_{k|y_i} = \frac{\hat{\pi}_k f_k(y_i|\hat{\theta}_k)}{\sum_{k=1}^k \hat{\pi}_k f_k(y_i|\hat{\theta}_k)}$$

#### Selección del modelo

Los modelos estimados con un número diferente de clases latentes o grupos no son modelos anidados, el modelo con  $k-1$  segmentos o grupos no es un modelo reducido del modelo con  $k$  segmentos. Por ello tenemos que basarnos en criterios heurísticos nos aproximan la cantidad de información que incorpora y al mismo tiempo tienen en cuenta el número de parámetros que los definen. Concretamente el Bayesian Information Criteria, BIC, y el Consistent Akaike's Information Criteria, CAIC. Estos criterios favorecen a los modelos que muestran un menor valor del estadístico.

$$BIC(L(M), K) = -2\log L(M) + \log(N)n_{par}$$

$$CAIC(L(M), K) = -2\log L(M) + (\log(N) + 1)n_{par}$$

```
library(mclust)
```

```
## Package 'mclust' version 4.4
## Type 'citation("mclust")' for citing this R package in publications.
##
## Attaching package: 'mclust'
##
## The following object is masked from 'package:psych':
##
##     sim
```

```
fit.Mclust<- Mclust(mydata)
fit.Mclust
```

```
## 'Mclust' model object:
## best model: diagonal, equal shape (VEI) with 3 components
```

```
names(fit.Mclust)
```

```
## [1] "call"          "data"          "modelName"     "n"
## [5] "d"            "G"            "BIC"          "bic"
## [9] "loglik"       "df"           "hypvol"       "parameters"
## [13] "z"            "classification" "uncertainty"
```

```
# view solution summary
```

El mejor modelo tiene varianzas iguales diagonales (VEI) con tres segmentos

```
fit.Mclust$BIC
```

```
##          EII          VII          EEI          VEI          EVI          VVI          EEE
## 1 -583.0950 -583.0950 -594.8311 -594.8311 -594.8311 -594.8311 -524.0454
## 2 -538.8430 -540.8779 -527.0645 -528.6274 -535.4765 -537.2752 -526.5856
## 3 -537.5739 -525.7362 -526.2295 -512.9696 -543.7186 -527.7408 -532.9479
## 4 -521.7731 -526.6936 -517.8151 -519.4226 -543.1230 -543.7168 -534.2090
## 5 -533.2088 -538.0439 -531.1501 -534.8807 -561.6269 -564.2794 -548.5223
## 6 -548.2697 -545.5376 -549.8833 -545.3595 -591.5334 -583.3005 -567.0752
## 7 -554.7524 -564.2459 -555.9070 -562.4990 -596.0957 -601.8503 -567.1581
## 8 -564.6494 -571.8128 -568.0429 -580.0928 -612.3113 -617.3733 -576.3987
## 9 -576.0047 -586.1872 -577.0350 -585.9141 -643.0224 -648.6003 -578.1330
##          EEV          VEV          VVV
## 1 -524.0454 -524.0454 -524.0454
## 2 -525.2101 -527.3191 -537.8664
## 3 -539.6804 -550.5477 -567.0451
## 4 -562.0097 -575.3697 -588.1424
## 5 -576.7656 -594.4986 -628.3149
## 6 -625.1663 -622.9173          NA
## 7 -623.9653 -643.6280          NA
## 8 -642.8520 -656.7630          NA
## 9 -679.3634 -679.5256          NA
## attr("G")
## [1] 1 2 3 4 5 6 7 8 9
## attr("modelName")
## [1] "EII" "VII" "EEI" "VEI" "EVI" "VVI" "EEE" "EEV" "VEV" "VVV"
## attr("oneD")
## [1] FALSE
```

```
# lookup all the options attempted
classif <- fit.Mclust$classification
# classification vector
mydata1 <- cbind(mydata.orig, classif)
# append to dataset
# draw dendrogram with red borders around the k1 clusters
mydata1[1:10,]
```



```
##           Murder Assault UrbanPop Rape classif
## Alabama      13.2    236      58 21.2      1
## Alaska       10.0    263      48 44.5      1
## Arizona       8.1    294      80 31.0      1
## Arkansas      8.8    190      50 19.5      2
## California    9.0    276      91 40.6      1
## Colorado      7.9    204      78 38.7      1
## Connecticut   3.3    110      77 11.1      2
## Delaware      5.9    238      72 15.8      2
## Florida      15.4    335      80 31.9      1
## Georgia      17.4    211      60 25.8      1
```

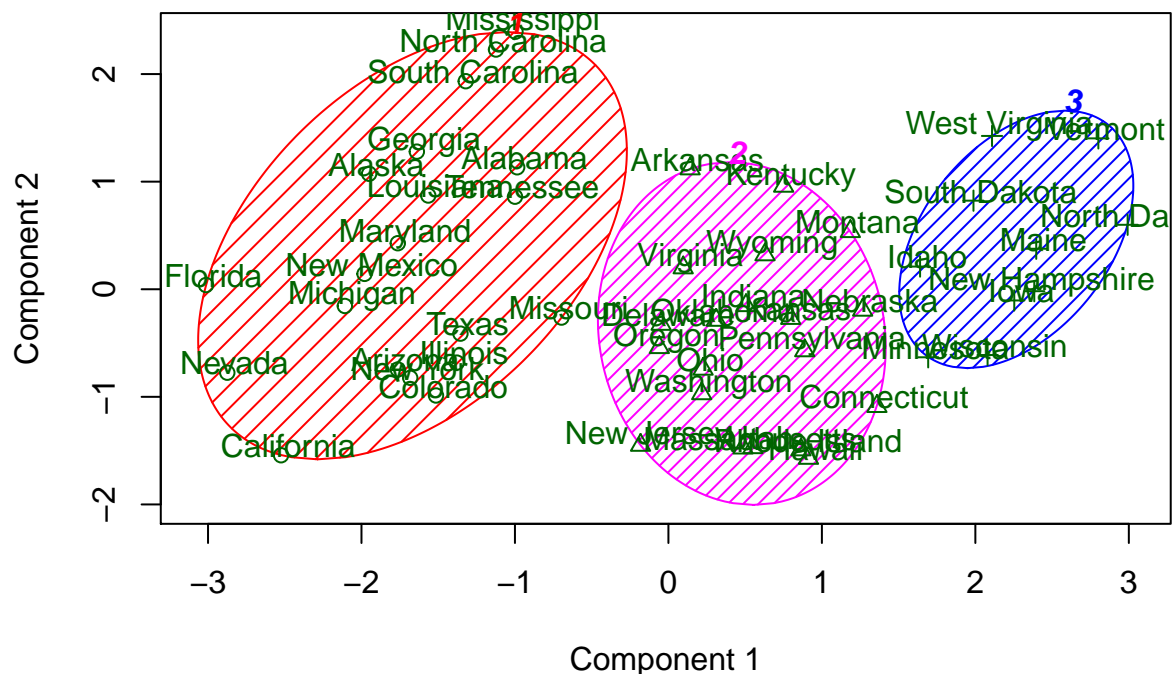
```
#view top 10 rows
table(fit$cluster, classif)
```

```
##      classif
##      1  2  3
##  1 20  0  0
##  2  0 20 10
```

Si queremos guardar el resultado

```
#write.table(mydata1,file.choose())
#save output
fit1=cbind(classif)
rownames(fit1)=rownames(mydata)
library(cluster)
clusplot(mydata, fit1, color=TRUE, shade=TRUE, labels=2, lines=0)
```

## CLUSPLOT( mydata )



These two components explain 86.75 % of the point variability.

Paara

obtener las medias en los segmentos

```
cmeans=aggregate(mydata.orig,by=list(classif),FUN=mean); cmeans
```

```
##   Group.1 Murder Assault UrbanPop Rape
## 1      1 12.165 255.25   68.40 29.165
## 2      2  5.965 136.60   69.95 18.460
## 3      3  2.680  70.10   51.00 10.910
```

## Identificación de los individuos que forman los segmentos

Supongamos que la división de teléfonos celulares de Conglomerate Inc. ha llegado a un acuerdo con un fabricante de microordenadores para desarrollar, producir y comercializar un producto híbrido entre un ayudante personal digital (PDA) y un teléfono ‘inteligente’. Provisionalmente lo han llamado ConneCtor que transmite y recibe tanto datos como voz (a diferencia de los PDAs actuales que únicamente transmiten datos.)

ConneCtor es ligero y adopta la forma de un teléfono móvil con una pequeña pantalla de cristal líquido (LCD) sensible al tacto, a todo lo largo del teléfono. Su sistema operativo (abierto) desarrolla las funciones estándares de un teléfono móvil y las tareas habituales de una agenda electrónica (calendario, calculadora, libro de direcciones, etc.) Puede enviar y recibir faxes, mensajes orales y e-mail.

Supongamos que han identificados unas bases de segmentación (Innovador, usuadio de busca, usuario de teléfono, usuario de agenda, accede a información pasiva, envía información, tiempo que trabaja fuera de la oficina, importancia de los móviles, importancia compartir información) así como un conjunto de variables descriptivas de los individuos (edad, educación, ingresos, trabaja en construcción, en emergencias, en ventas, en servicios, es un profesional, tiene un pda, lee la revista Business Week, pc Magazine, Field & Stream, Modern Gourmet).

Con las de segmentación han explorado la estructura de las preferencias y beneficios buscados por los consumidores y han identificado 4 segmentos.

```
##   Innovador UsePage UsePhone UseSchdl InfoPaisve InfoActive RemoteLoc
## 1      1      2      4      4      1      2      5
## 2      3      5      3      3      5      5      5
## 3      4      3      3      4      2      3      4
## 4      1      1      6      5      2      2      3
## 5      3      4      2      6      5      4      4
## 6      6      4      5      5      4      5      5
##   Wireless ShareInfo Monthly Invoice Age Eduaction Income Construction
## 1      1      5      20      500 32      3      20      0
## 2      7      2      40      650 42      3      47      0
## 3      2      5      30      800 22      3      28      0
## 4      2      3      10      650 46      2      45      0
## 5      1      3      35      650 54      2      51      0
## 6      2      2      0     1400 25      4      81      0
##   Emergency Sales Service Professnl PDA Bus_Week PC_Mag Fiel.Stream
## 1      0      0      0      0 0      0      1      0
## 2      0      0      1      0 0      0      0      0
## 3      0      0      1      0 0      1      1      0
## 4      0      1      0      0 0      1      0      0
## 5      0      0      1      0 0      0      0      1
## 6      0      0      0      1 1      0      1      0
```

```
## M_Gourmet
## 1 0
## 2 0
## 3 0
## 4 0
## 5 0
## 6 1
```

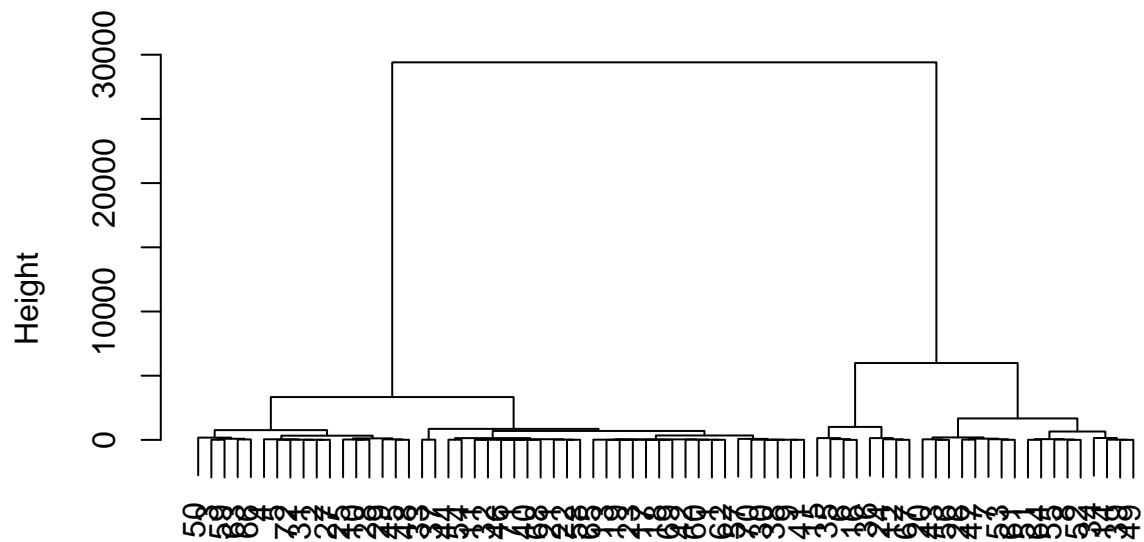
```
## [1] "Innovador" "UsePage" "UsePhone" "UseSchdl"
## [5] "InfoPaisve" "InfoActive" "RemoteLoc" "Wireless"
## [9] "ShareInfo" "Monthly" "Invoice" "Age"
## [13] "Eduaction" "Income" "Construction" "Emergency"
## [17] "Sales" "Service" "Professnl" "PDA"
## [21] "Bus_Week" "PC_Mag" "Fiel.Stream" "M_Gourmet"
```

```
## Innovador UsePage UsePhone UseSchdl InfoPaisve InfoActive RemoteLoc
## 1 1 2 4 4 1 2 5
## 2 3 5 3 3 5 5 5
## 3 4 3 3 4 2 3 4
## 4 1 1 6 5 2 2 3
## 5 3 4 2 6 5 4 4
## 6 6 4 5 5 4 5 5
```

```
## Wireless ShareInfo Monthly Invoice
## 1 1 5 20 500
## 2 7 2 40 650
## 3 2 5 30 800
## 4 2 3 10 650
## 5 1 3 35 650
## 6 2 2 0 1400
```

```
## The "ward" method has been renamed to "ward.D"; note new "ward.D2"
```

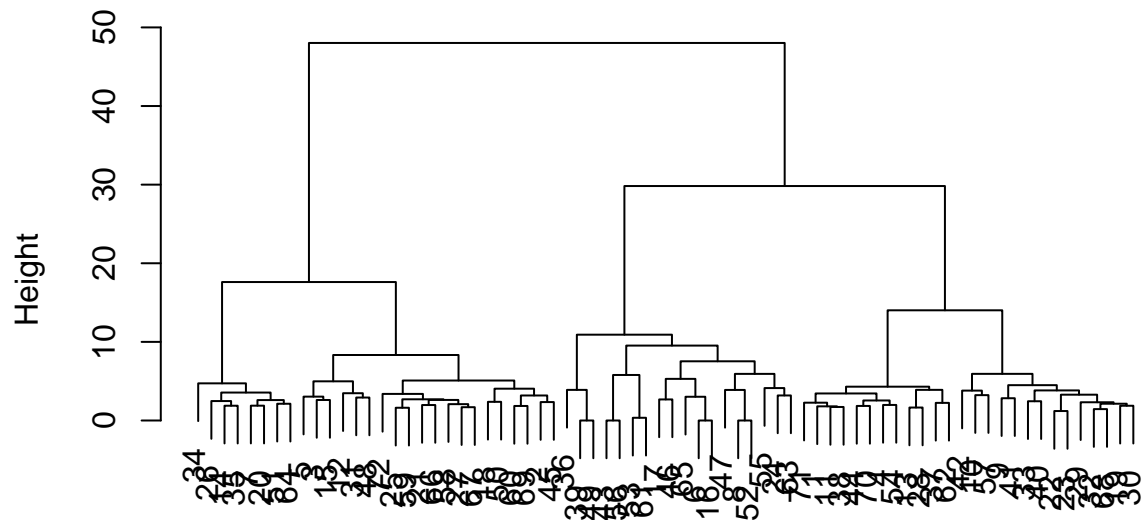
## Cluster Dendrogram



```
dist(pda.bases)
hclust (*, "ward.D")
```

```
## The "ward" method has been renamed to "ward.D"; note new "ward.D2"
```

## Cluster Dendrogram



```
dist(pda.bases.norm)
hclust (*, "ward.D")
```

```
##      1      2      3      4      5      6      7      8      9     10     11
## 1 -0.747 -1.05  0.67  0.23 -0.28 -0.598  0.03 -0.72  0.16 -0.54 -0.76
## 2 -0.014  0.83 -0.88 -0.49  0.17 -0.054  0.23  1.04 -0.23  0.74 -0.38
## 3  1.189  0.18  0.41  0.62 -0.33  0.506 -0.48 -0.61 -0.78 -0.67  0.87
## 4 -0.213  0.94 -0.91 -0.91  1.22  0.941  0.39  1.11  1.80  1.40  1.47
```

```
## [1] "cluster"      "centers"      "totss"        "withinss"
## [5] "tot.withinss"  "betweenss"    "size"         "iter"
## [9] "ifault"
```

```
## [1] 28 20 15 9
```

Una vez identificados los segmentos que estructuran el mercado, debemos identificar a los individuos que forman cada segmento. Esta información nos permite: 1) cuantificar el volumen de los segmentos y así analizar su rentabilidad, y 2) Conocer a qué medios de comunicación están expuestos.

Para ello podemos utilizar la función discriminante lineal, `lda` implementada en el paquete `MASS`.

```
## [1] "Innovador"      "UsePage"      "UsePhone"     "UseSchdl"
## [5] "InfoPaisve"     "InfoActive"   "RemoteLoc"    "Wireless"
## [9] "ShareInfo"      "Monthly"      "Invoice"      "Age"
## [13] "Eduaction"      "Income"       "Construction" "Emergency"
## [17] "Sales"          "Service"      "Professnl"    "PDA"
## [21] "Bus_Week"       "PC_Mag"       "Fiel.Stream"  "M_Gourmet"
```

```
## [1] "Age"            "Eduaction"    "Income"       "Construction"
## [5] "Emergency"      "Sales"        "Service"      "Professnl"
## [9] "PDA"           "Bus_Week"     "PC_Mag"       "Fiel.Stream"
## [13] "M_Gourmet"
```

```
## Call:
```

```
## lda(pda.des, pda.bases.norm.kmeans4$cluster)
```

```
##
```

```
## Prior probabilities of groups:
```

```
##      1      2      3      4
## 0.39 0.28 0.21 0.12
```

```
##
```

```
## Group means:
```

```
##   Age Eduaction Income Construction Emergency Sales Service Professnl PDA
## 1  34      2.4     39      0.071     0.036  0.54   0.11     0.14 0.21
## 2  39      1.9     42      0.050     0.100  0.20   0.50     0.10 0.15
## 3  36      3.3     69      0.067     0.000  0.13   0.00     0.67 0.87
## 4  37      1.9     36      0.556     0.333  0.00   0.00     0.11 0.11
```

```
##   Bus_Week PC_Mag Fiel.Stream M_Gourmet
```

```
## 1    0.29   0.36      0.071    0.036
## 2    0.10   0.30      0.150    0.050
## 3    0.73   0.67      0.133    0.333
## 4    0.00   0.22      0.667    0.000
```

```
##
```

```
## Coefficients of linear discriminants:
```

```
##           LD1      LD2      LD3
## Age      -0.0068 -0.0048 -0.0321
## Eduaction -0.6758 -0.2229  0.3940
```

```
## Income      -0.0196  0.0102 -0.0245
## Construction 1.3648  2.3666 -0.1541
## Emergency    1.3794  1.9141 -0.7648
## Sales        0.5361 -0.6424  0.1606
## Service      1.7271 -0.3852 -2.5807
## Professnl   -0.4024  0.3514 -0.5924
## PDA          -0.9967  0.3256 -0.5583
## Bus_Week     -1.2479  0.1140  0.1745
## PC_Mag       -0.0551  0.2075  0.3053
## Fiel.Stream  -0.1314  1.2222 -0.0063
## M_Gourmet    0.2046  0.4655 -1.0074
##
## Proportion of trace:
## LD1 LD2 LD3
## 0.67 0.21 0.12
```

Una vez estimada la función discriminante podemos ver las medias de las variables descriptivas en los segmentos:

```
t(pda.des.lda$means)
```

```
##           1      2      3      4
## Age       34.464 39.20 36.000 36.56
## Eduaction  2.357  1.85  3.267  1.89
## Income     39.000 42.05 68.933 35.56
## Construction 0.071  0.05  0.067  0.56
## Emergency   0.036  0.10  0.000  0.33
## Sales       0.536  0.20  0.133  0.00
## Service     0.107  0.50  0.000  0.00
## Professnl   0.143  0.10  0.667  0.11
## PDA         0.214  0.15  0.867  0.11
## Bus_Week    0.286  0.10  0.733  0.00
## PC_Mag      0.357  0.30  0.667  0.22
## Fiel.Stream  0.071  0.15  0.133  0.67
## M_Gourmet   0.036  0.05  0.333  0.00
```

*#Ahora vamos a calcular los valores medios de las variables en los grupos  
#Observemos primero los valores medios. Con esta información ya sería suficiente  
#para caracterizar a los grupos. Su representación en el espacio de las funciones  
#discriminante nos permiten visualizar la tabla de medias y ver su asociación con los grupos.*

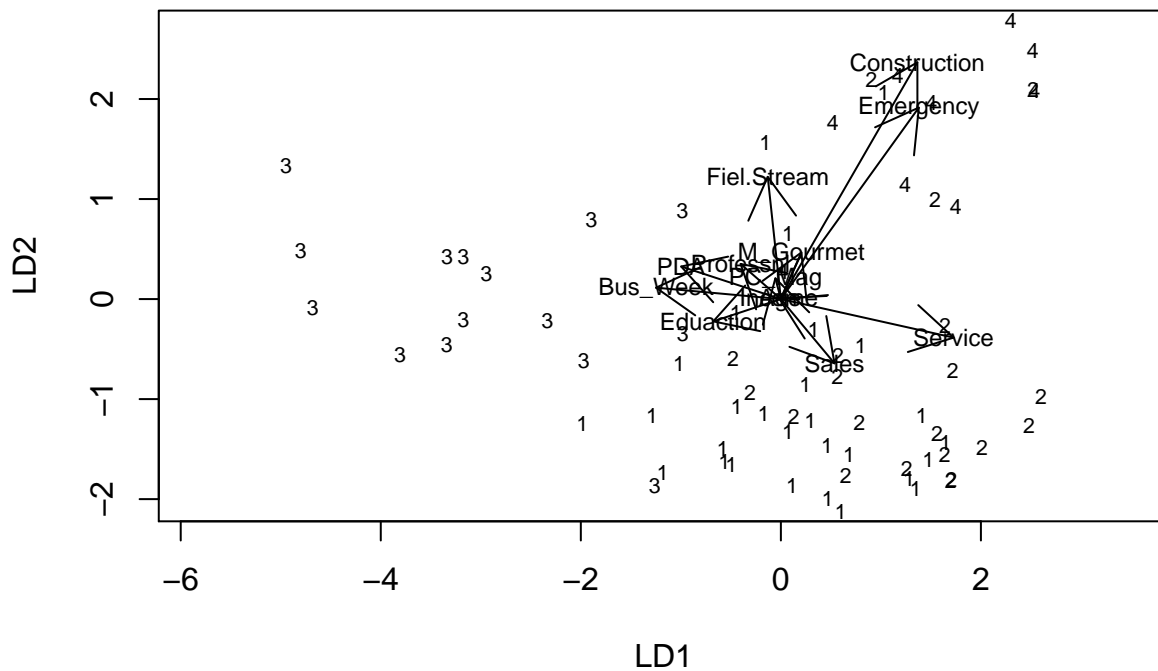
También podemos visualizar el resultado

```
plot(pda.des.lda, dimen=2)
?lda
lda.arrows <- function(x, myscale = 1, tex = 0.75, choices = c(1,2), ...){
  ## adds `biplot` arrows to an lda using the discriminant function values
  heads <- coef(x)
  arrows(x0 = 0, y0 = 0,
        x1 = myscale * heads[,choices[1]],
        y1 = myscale * heads[,choices[2]], ...)
  text(myscale * heads[,choices], labels = row.names(heads),
```

```

    cex = tex)
}
lda.arrows(pda.des.lda)

```



Tam-

bién podemos construir un gráfico sintético:

```

#para interpretar el significado de las funciones discriminantes
#estimamos su correlación con los descriptores
pda.des.puntos<-predict(pda.des.lda, pda.des)$x
cor(pda.des, pda.des.puntos)

```

```

##          LD1      LD2      LD3
## Age      0.077  0.03304 -0.2851
## Eduaction -0.623  0.00094  0.1102
## Income   -0.668  0.10709 -0.4053
## Construction 0.196  0.65519  0.2488
## Emergency  0.271  0.42002  0.0179
## Sales     0.037 -0.52229  0.4898
## Service   0.354 -0.32762 -0.6683
## Professnl -0.590  0.15320 -0.1677
## PDA       -0.695  0.11732 -0.1936
## Bus_Week  -0.638 -0.07559  0.0057
## PC_Mag    -0.355 -0.01577 -0.0759
## Fiel.Stream 0.200  0.67248  0.0493
## M_Gourmet -0.455  0.07720 -0.2318

```

```

#Para visualizar los segmentos

```

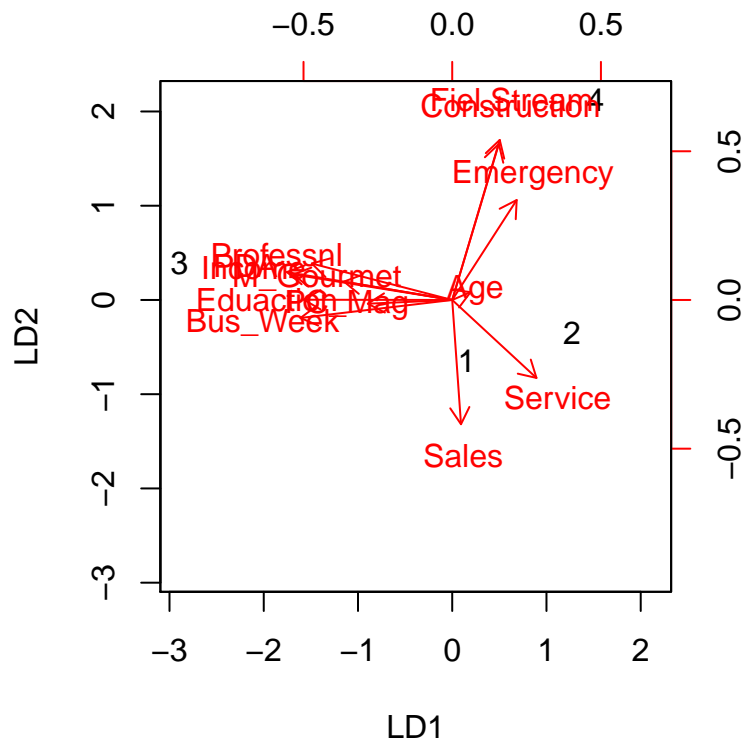
```

#También podemos representar gráficamente los centros de los grupos en el espacio de las funciones disc
#Para ello tenemos, primero, la función predict que toma como argumento un objeto de la clase lda y uti
#las funciones discriminantes obtenidas para predecir los valores de un conjunto de valores,
#concretamente nos interesa conocer la puntuación de las medias en el espacio de las funciones discrimi
predict(pda.des.lda, pda.des.lda$means)$x

```

```
##      LD1    LD2    LD3
## 1  0.15 -0.64  0.67
## 2  1.27 -0.35 -0.88
## 3 -2.90  0.40 -0.32
## 4  1.52  2.12  0.41
```

```
#Vamos ya podemos representar visualmente la caracterización de los grupos.
#Para ello utilizamos la función biplot con dos grupos de datos,
#la puntuación de los centros de los grupos en las funciones discriminantes
#y la correlación de las variables discriminantes con las funciones discriminantes.
pda.des.cor<-cor(pda.des, pda.des.puntos)
biplot(predict(pda.des.lda, pda.des.lda$means)$x, pda.des.cor)
```



También podemos comprobar la calidad de la predicción realizada por la función discriminante:

```
#Comprobamos la calidad de la predicción realizada por la función discriminante
options(digits=4)
pda.des.predict<-predict(pda.des.lda, pda.des)$class
table(segmento=pda.bases.norm.kmeans4$cluster, lda=pda.des.predict)
```

```
##      lda
## segmento  1  2  3  4
##      1 23  3  0  2
##      2  5 12  0  3
##      3  3  0 12  0
##      4  1  0  0  8
```



## Anexo

### Referencias

- Fraley, C., Raftery, A. E., Murphy, T. B., & Scrucca, L. (2012). Mclust Version 4 for R: Normal Mixture Modeling for Model-Based Clustering, Classification, and Density Estimation. Technical Report No. 597, Department of Statistics, University of Washington.
- Fraley, C., & Raftery, A. E. (1998). How many clusters? Which clustering Method? Answers via model-based cluster analysis. *Computer Journal*, 41, 578–588.
- Helsen, K., & Green, P. E. (1991). A Computational Study of Replicated Clustering with an Application to Market Segmentation. *Decision Sciences*, 22, 1124–1141.
- Wishart, D. (1998). Efficient hierarchical cluster analysis for data mining and knowledge discovery. *Computing Science and Statistics*, 30.
- Wishart, D. (1999). Clustering Methods for Large Data Problems. In *International Statistical Institute* (pp. 437–440). Helsinki.
- Celeux, G., Biernacki, C., & Govaert, G. (2006). Choosing models in model-based clustering and discriminant analysis.
- Wedel, M., & Kamakura, W. A. (1998). *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. Boston: Kluwer Academic.
- Bartholomew, D. J., Knott, M., & Moustaki, I. (2011). *Latent Variable Models and Factor Analysis: A Unified Approach* (3 edition.). Chichester, West Sussex: Wiley.
- Hoek, J., Gendall, P., & Esslemont, D. (1996). Market Segmentation. A Search for the Holy Grail? *Journal of Marketing Practice*, 2(1), 25–34.
- Johnson, R. M. (1971). Market Segmentation: A Strategic Management Tool. *Journal of Marketing Research*, 8(February), 13–18.
- Winter, F. W. (1979). A Cost-Benefit Approach to Market Segmentation. *Journal of Marketing*, 43(Fall), 103–111.
- Mahajan, V., & Jain, A. K. (1978). An Approach to Normative Segmentation. *Journal of Marketing Research*, 15(August), 338–345.
- Klastorin, T. D. (1983). Assessing Cluster Analysis Results. *Journal of Marketing Research*, 20(February), 92–98.
- Funkhouser, G. R. (1983). A Note on the Reliability of Certain Clustering Algorithms. *JMR, Journal of Marketing Research*, 20(1), 99.
- Kaufman, L., & Rousseeuw, P. J. (1990). *Finding Groups in Data—An Introduction to Cluster Analysis*. New York: John Wiley & Sons.