

BancAlpes:

Segmentación de mercado para la fidelización de clientes.

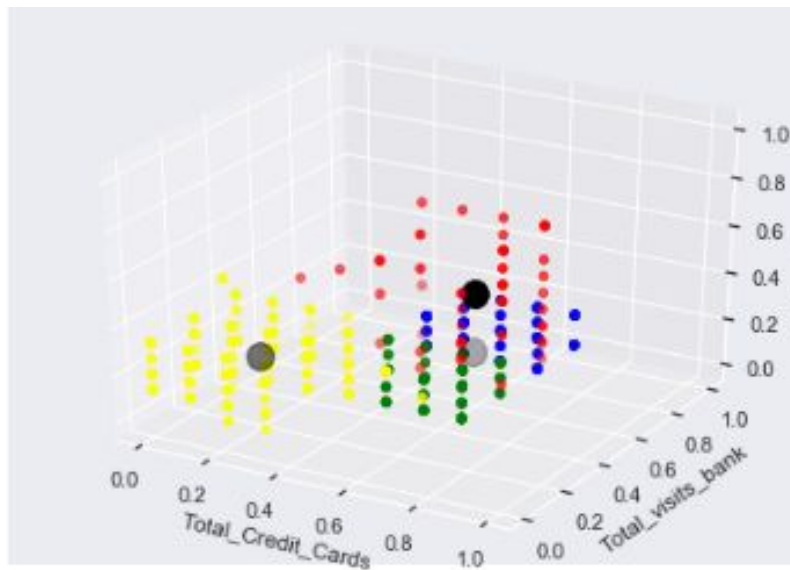
Equipo de consultores:

Pablo Arango
Santiago Moreno
Juan Diego Trujillo

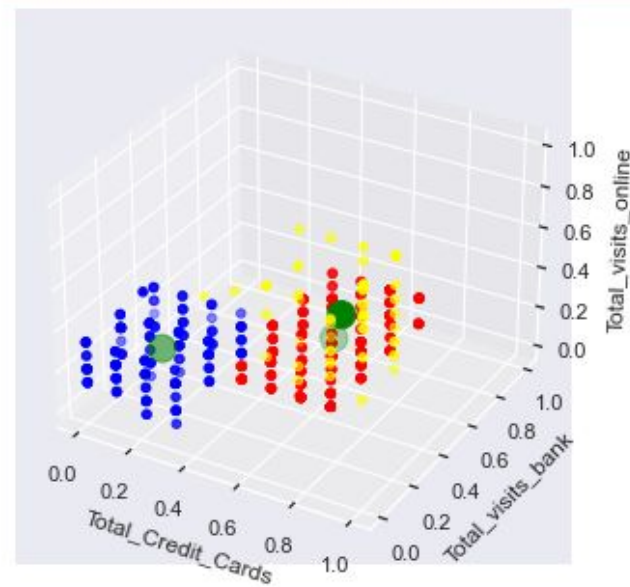


Resultados

KMeans



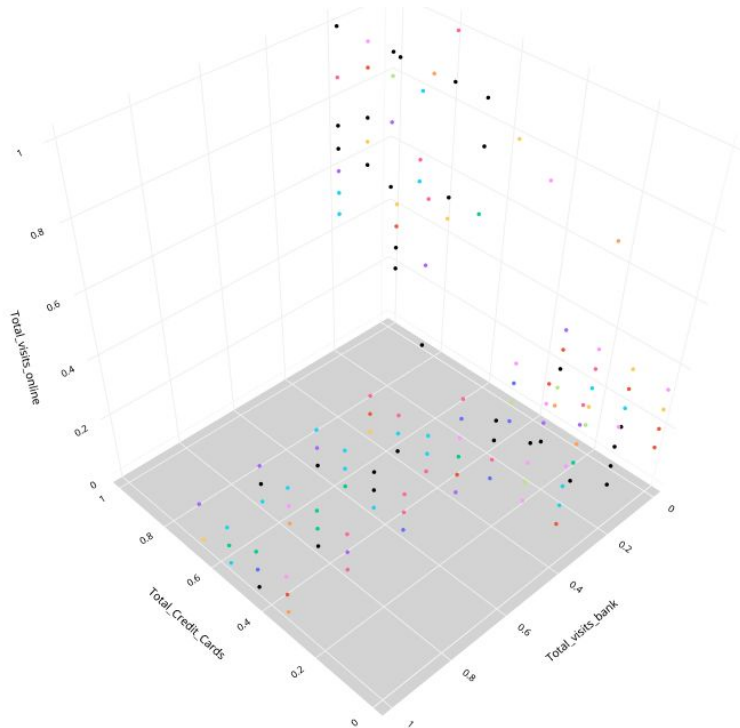
Mean Shift





Resultados

DBScan: ¡Más
de 60 clusters
encontrados!

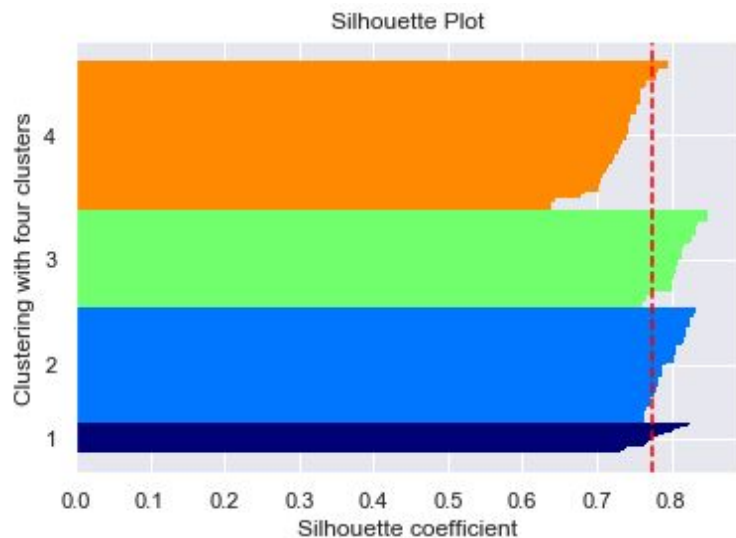


color

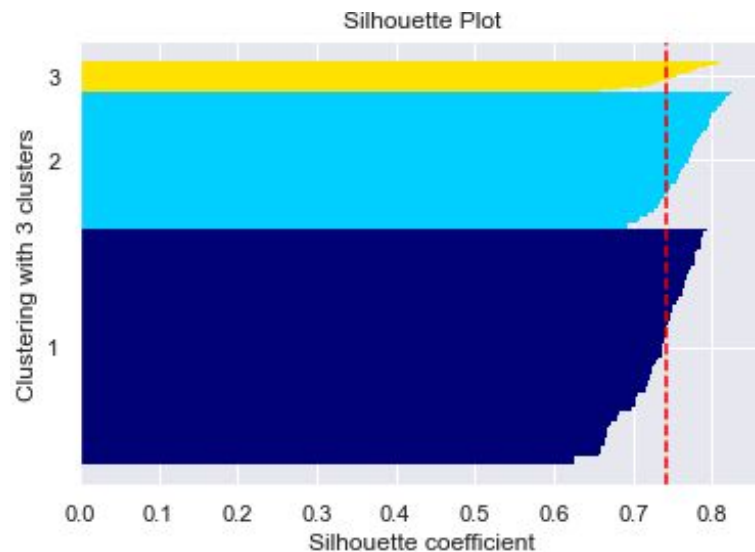
• -1	• 0	• 1	• 2	• 3	• 4	• 5	• 6	• 7	• 8	• 9	• 10	• 11	• 12	• 13	• 14
• 15	• 16	• 17	• 18	• 19	• 20	• 21	• 22	• 23	• 24	• 25	• 26	• 27	• 28	• 29	• 30
• 31	• 32	• 33	• 34	• 35	• 36	• 37	• 38	• 39	• 40	• 41	• 42	• 43	• 44	• 45	• 46
• 47	• 48	• 49	• 50	• 51	• 52	• 53	• 54	• 55	• 56	• 57	• 58	• 59	• 60	• 61	

Resultados - Silueta

KMeans

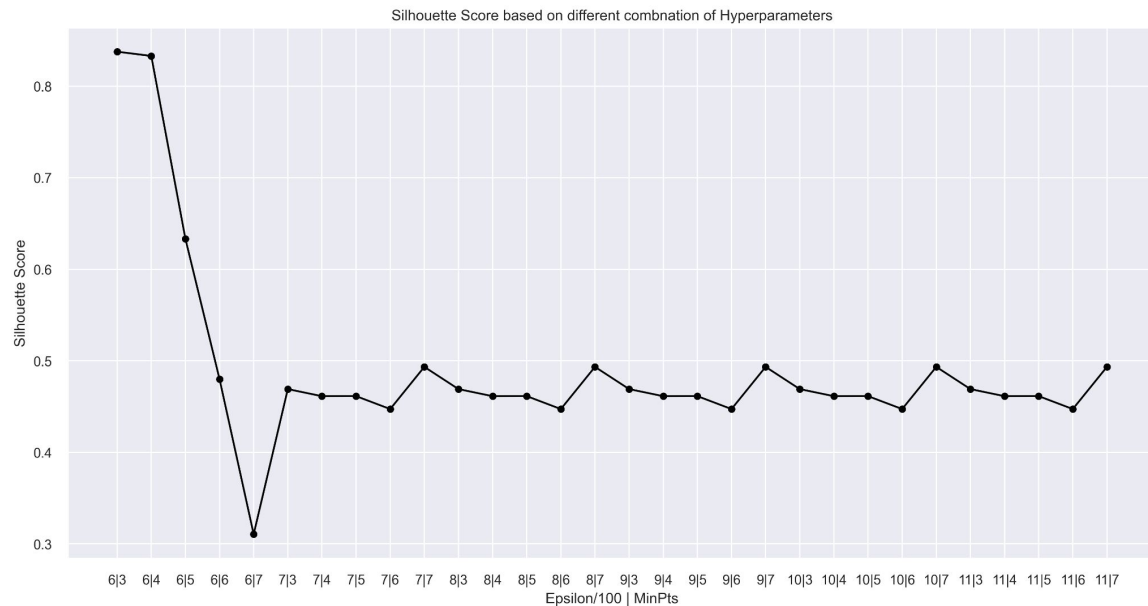


Mean Shift



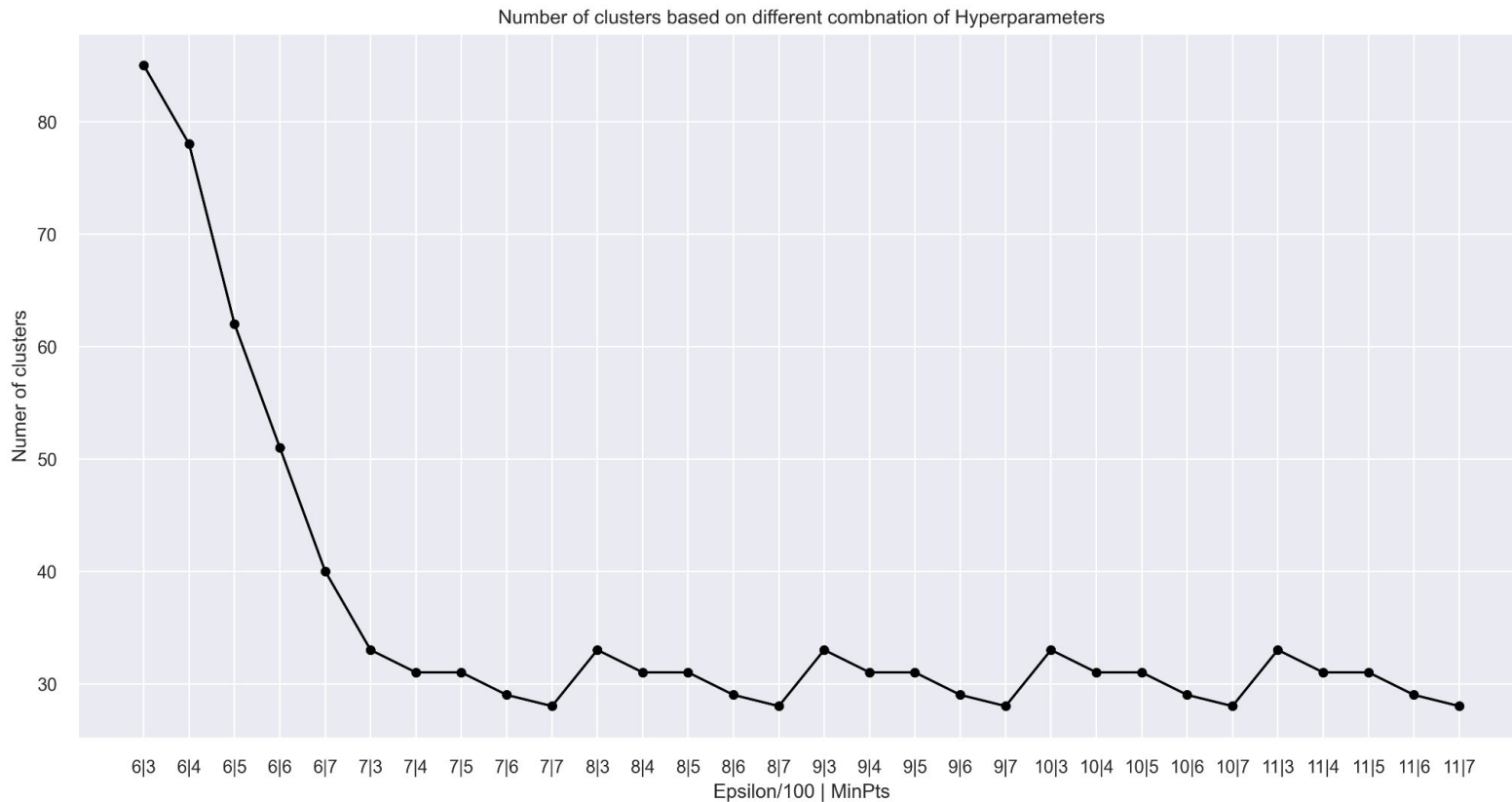


Resultados - DBScan



Valores de
silueta elevados
pero alto número
de clusters

Resultados - DBScan





Mejor Modelo

KMeans

Mean Shift

Clusters = 4	Clusters = 3
Puntaje Silueta = 0.77	Puntaje Silueta = 0.74





Conclusiones

- No recomendamos el uso de DBScan
- A pesar de compartir valores silueta similares, encontramos un mayor rendimiento en K-Means y un mayor número de clusters, lo cual permite segmentar de mejor a los clientes de BancAlpes; en otras palabras, **recomendamos el uso de K-Means sobre Mean Shift.**