



Análise Quantitativa de Dados em Marketing

Mestrado em Marketing



Ana Brochado
Professora Catedrática
Ana.brochado@iseg.ulisboa.pt

Ficha n.º 8

Análise de Clusters

1. Considere as seguintes variáveis, relativas a critérios usados na escolha de um hostel

P2Q1.1	Atmosphere
P2Q1.2	Location
P2Q1.3	Quality of the staff
P2Q1.4	Facilities
P2Q1.5	Price
P2Q1.6	Cleanliness
P2Q1.7	Security
P2Q1.9	Meeting other travelers
P2Q1.10	Internet facilities

Avaliados numa escala de 7-pontos, em que **1** significa nada importante e **7** extremamente importante

Base de dados: hostels

- 1. Determine o número de segmentos de mercado para descrever os dados, usando como critério a variação do coeficiente de fusão obtido pela aplicação do método hierárquico de ward e usando como medida de distância o quadrado da distância euclidiana
- 2. Com base no número de clusters obtido na etapa anterior, efetue uma análise de clusters usando o método K-means; crie uma nova variável com a classificação de cada consumidor a cada clusters
 - Qual o número de consumidores em cada segmento?
 - Existem diferenças no valor médio das variáveis usadas na produção dos clusters?
 - Atribua um nome a cada cluster
- 3. Descreva cada cluster em função do sexo, grupo etário e origem.