

# TÉCNICAS DE MACHINE LEARNING PARA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES



## I. INFORMACIÓN GENERAL

|                 |                                     |
|-----------------|-------------------------------------|
| <b>Sector</b>   | : Retail                            |
| <b>Duración</b> | : 6 horas                           |
| <b>Sesiones</b> | : Miércoles 13/04 y Miércoles 20/04 |
| <b>Horario</b>  | : 7:00PM a 10:00PM                  |

## II. PRESENTACIÓN

La presente capacitación tiene como propósito aprender y conocer de manera práctica cómo segmentar usando metodologías de Machine Learning. Se trabajarán los casos aplicados al sector de consumo masivo. Se analizará información de inicio a fin de un caso del sector de consumo masivo.

## III. DIRIGIDO A

- Profesionales de las áreas de Marketing, Informática, Economía, Administración, Estadística y afines.
- Personas que trabajan en áreas de Marketing, Segmentos de clientes, Analíticas y afines.
- Personas interesadas en actualizarse en temas de segmentación usando Machine Learning.

## IV. PRE REQUISITOS

### Software:

- Google Colab y Python.

### Conocimientos:

- Fundamentos de programación y conceptos básicos de estadística.

## V. CERTIFICACIÓN

Todos los alumnos recibirán una constancia digital de participación, la cual se entregará siempre que el estudiante asista a las 2 sesiones programadas en el curso correspondiente y finalice las 6 horas de contenido programado del mismo.



## VI. PROGRAMA

| Bloque | Contenidos  | Estrategia Metodológica              | Duración horas |
|--------|---|--------------------------------------|----------------|
| 1      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qué es Machine Learning.</li> <li>• Tipos de aprendizaje en el ML.</li> <li>• Algoritmos que aprenden de manera no supervisada.</li> <li>• Presentación del caso de negocio, entendimiento del problema y de los datos.</li> </ul> | Sesiones Virtuales y casos prácticos | 3              |
| 2      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de los datos.</li> <li>• Entrenamiento y validación de algoritmos de ML que resuelvan el problema de negocio.</li> <li>• Simulación e impacto económico de la solución analítica.</li> </ul>                           | Sesiones Virtuales y casos prácticos | 3              |

## VII. DOCENTE

David Allende

### Experiencia:

Lead Data Scientist en Tottus Perú y Chile, previamente ha tenido experiencia en business analytics, CRM analítico y transformación digital para compañías como Interbank, Entel y Telefónica Perú. Ingeniero Estadístico por la UNALM.

