

# KANTAR IBOPE MEDIA

## Cluster & Correspondencia

Guía del Usuario

Target Group Index Consumer Analysis  
Mayo 2023



# Conteúdo

1. Correspondencia
  - I. Introducción a la Análisis de Correspondencia
  - II. Configurando su tabla cruzada
  - III. Empezando
  - IV. Limpieza Manual
  - V. Limpieza Automática
  - VI. Interpretando el mapa de Correspondencia
  - VII. Personalización y Exportación
  - VIII. Guardar
  - IX. Abrir
2. Cluster – de un mapa de Correspondencia
  - I. Empezando
  - II. Resumen del Proyecto
  - III. Nombrando Grupos
  - IV. Resumen de la Análisis
  - V. Solución de Cluster: Resumen
  - VI. Solución de Cluster: Estadísticas
  - VII. Selección de grupos: criterios
  - VIII. Guardar/Abrir
3. Cluster – a partir de una tabla Cruzada
  - I. Empezando un Cluster a partir de una tabla cruzada
  - II. Asistente de Cluster
  - III. Módulo de Definición de Cluster
  - IV. Ejecutar el proceso
  - V. Guardar
  - VI. Solución de Cluster y Grupos
  - VII. Abrir un archivo guardado
4. Cluster – importar las soluciones
  - I. Importar segmentaciones para usar en una tabla cruzada
  - II. Soluciones de Cluster en el diccionario

1

# Correspondencia

# Introducción a la Análisis de Correspondencia

Análisis de Correspondencia es una herramienta de segmentación de mercado que representa gráficamente la relación entre marcas o productos y otras variables como opiniones y actitudes, medios de comunicación y demografía.

A través del Mapa de correspondencia, los usuarios pueden medir la relación entre frases de opinión y actitudes, la correlación entre marcas y también cómo las diferentes marcas se relacionan con las opiniones seleccionadas para el análisis.

Puede usarse como un paso preliminar para realizar un análisis de cluster, determinando las declaraciones más discriminatorias para el escenario analizado, o como una función de relación segmentaria independiente.

El Análisis de Correspondencia se genera a partir de la tabla cruzada. Las marcas o productos se incluyen en columnas y otras variables en filas.

# Configurando su tabla cruzada

En la página de inicio de Target Group Index Consumer Analysis, haga clic en el módulo Choices Online y siga los pasos habituales hasta la página de creación de una tabla cruzada.

Para habilitar el botón Correspondencia:

- Base – Universo analizado
- Columnas – Targets (generalmente marcas, productos o medios de comunicación) – al menos 3 columnas – se recomienda una muestra mínima de 200 casos
- Filas: una selección de declaraciones de opinión y actitud (Sugerencia: puede seleccionar "Totalmente/parcialmente de acuerdo" para garantizar una muestra relevante en los cruces o "Totalmente de acuerdo" para obtener un perfil más claro de su mercado)
- **ATENCIÓN:** Si planea realizar un análisis de Clúster a través de su mapa de correspondencias, debe utilizar una de las 5 opciones de acuerdo "Totalmente de acuerdo" "Bastante de acuerdo" "Me es indiferente" "Bastante en desacuerdo" "Totalmente en desacuerdo", o combinaciones entre ellas, por ejemplo: "Totalmente de acuerdo O Bastante de acuerdo". No se deben utilizar las opciones "TOTAL/BASTANTE DE ACUERDO" y "TOTAL/BASTANTE EN DESACUERDO" directamente del diccionario.

Filtro: Consumidores-U12m	Elementos	TOTAL	Coca-Cola	Antartica-Guaraná	Fanta-Laranja	Fanta-Limão	Outras marcas	Pepsi Cola	Fanta-Guaraná	Sprite	Kuat
TOTAL	Amostra: 99.208 Vert%: 100% Hor%: 100% Atividade: 100	15.924	5.837	12.253	7.551	7.201	4.532	4.500	3.964	3.772	945
Eu sou sempre s(a) primeira(s) a provar novos alimentos saudáveis ou produtos nutricionais	Amostra: 15.201 Vert%: 22% Hor%: 62% Atividade: 100	2.559	4.351	2.397	1.607	1.702	703	808	815	208	694
Eu não tenho tempo para preparar refeições saudáveis	Amostra: 13.422 Vert%: 19.4% Hor%: 65.1% Atividade: 100	2.299	3.940	679	1.535	1.684	700	955	236	464	378
Sempre procura as versões diet/light dos alimentos e bebidas	Amostra: 9.071 Vert%: 13.1% Hor%: 80.2% Atividade: 100	1.421	1.395	453	231	481	146	199	120	108	402
Sempre considera as calorias dos alimentos que como	Amostra: 15.477 Vert%: 22.4% Hor%: 59.3% Atividade: 100	9.204	4.321	2.688	1.667	1.778	699	749	541	793	214%
Sou vegetariano	Amostra: 1.769 Vert%: 2.56% Hor%: 54% Atividade: 100	990	2.02%	1.87%	0.97%	1.45%	2.30%	1.53%	2.03%	1.64%	3.47%
Sou vegano	Amostra: 1.478 Vert%: 2.16% Hor%: 60.2% Atividade: 100	485	1.05%	0.71%	0.37%	0.76%	0.49%	0.70%	0.46%	0.51%	1.64%

Una vez que se agreguen elementos a la tabla cruzada, el icono de Correspondencia estará disponible. Al hacer clic en él, se iniciará la aplicación remota y se abrirá el mapa de correspondencia.

Sugerencia: le recomendamos que guarde el análisis cruzado antes de iniciar el envío de correos en caso de que necesite volver a este análisis en el futuro.

# Empezando

Al hacer clic en el botón “Correspondencia”, debe darle un nombre a su análisis y hacer clic en “Lanzar”.

The screenshot shows the Kantar Media Choices Online interface. The main area displays a data table with columns for 'Elementos' and various brands like Coca-Cola, 7 UP, Sprite, Pepsi, Fanta, etc. A modal dialog titled 'NOMBRE DEL ARCHIVO' is overlaid on the table, asking the user to specify a name for the file. The dialog contains a text input field with the text 'Correspondencia' and two buttons: 'CANCELAR' and 'LANZAR'.

**NOMBRE DEL ARCHIVO**

Especifique un nombre para guardar su archivo e iniciar la Correspondencia.

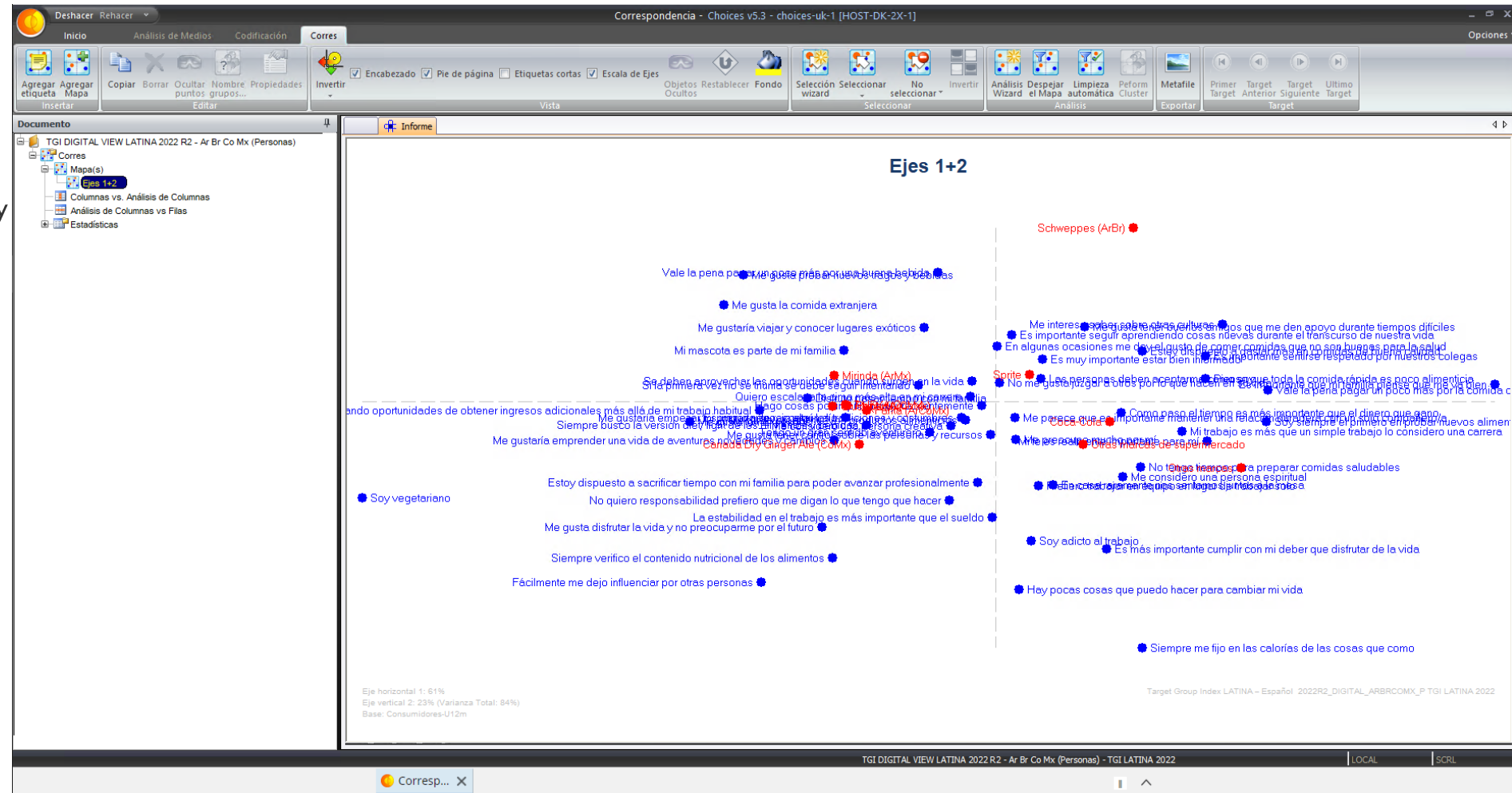
Correspondencia

CANCELAR LANZAR

# Empezando

## El mapa de Correspondencia

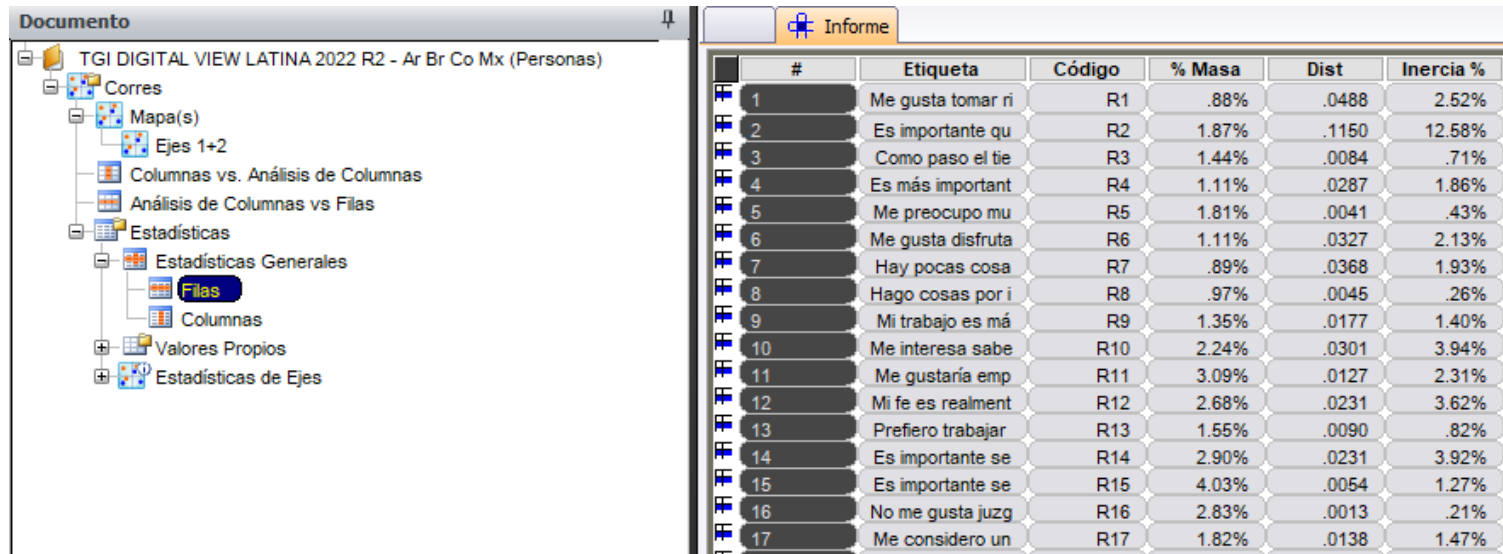
El ejemplo utilizado para esta guía muestra algunas frases de opiniones y actitudes cruzadas con algunas marcas de gaseosas, en un universo de consumidores de gaseosas de los últimos 12 meses.




# Limpieza Manual

Inicialmente, el mapa de correspondencia contendrá toda la información de la tabla cruzada, y necesita que se “limpien” para demostrar la información más relevante para describir el escenario..

Esto se puede hacer de forma manual o automática. Para limpiar el mapa manualmente, haga clic en "estadísticas generales" y seleccione Líneas. Haga clic en "Dist" para ordenar la información por distancia Chi-cuadrado (centro del mapa). Las variables en el centro del mapa son menos diferenciales que la información en los bordes del mapa.



#	Etiqueta	Código	% Masa	Dist	Inercia %
1	Me gusta tomar ri	R1	.88%	.0488	2.52%
2	Es importante qu	R2	1.87%	.1150	12.58%
3	Como paso el tie	R3	1.44%	.0084	.71%
4	Es más important	R4	1.11%	.0287	1.86%
5	Me preocupó mu	R5	1.81%	.0041	.43%
6	Me gusta disfruta	R6	1.11%	.0327	2.13%
7	Hay pocas cosa	R7	.89%	.0368	1.93%
8	Hago cosas por i	R8	.97%	.0045	.26%
9	Mi trabajo es má	R9	1.35%	.0177	1.40%
10	Me interesa sabe	R10	2.24%	.0301	3.94%
11	Me gustaría emp	R11	3.09%	.0127	2.31%
12	Mi fe es realment	R12	2.68%	.0231	3.62%
13	Prefiero trabajar	R13	1.55%	.0090	.82%
14	Es importante se	R14	2.90%	.0231	3.92%
15	Es importante se	R15	4.03%	.0054	1.27%
16	No me gusta juzg	R16	2.83%	.0013	.21%
17	Me considero un	R17	1.82%	.0138	1.47%

Para seleccionar, por ejemplo, la información top 15, haga clic en el icono , a la izquierda de la información de las líneas, y con el botón derecho del mouse seleccione top n..., cámbielo a 15, usando el botón derecho nuevamente seleccione invierte, y nuevamente con el clic derecho seleccione Cambiar a pasivo.

**Masa %** representa el porcentaje de datos contenidos en Filas basado en valores ponderados (000).

**Dist(anica)** ordena la distancia Chi de los datos contenidos en las Líneas según el porcentaje vertical (Vert) del origen. Cuanto mayor sea el valor, más distintivo será el atributo.

**Inercia** determina cuánto contribuye cada variable a la forma del mapa multiplicando el % de masa por la distancia.

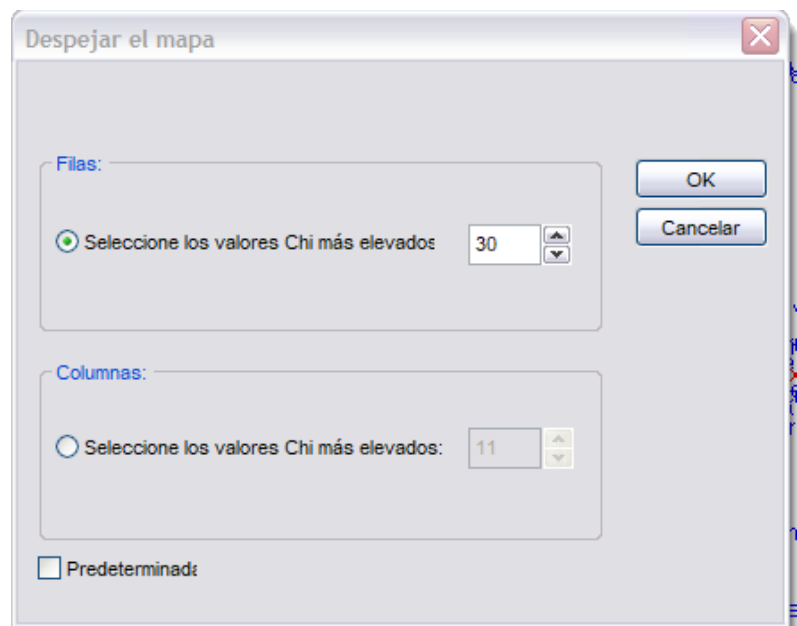


# Limpieza Automática

Hay dos formas de borrar su mapa de correspondencia automáticamente.

1. Haga clic en el icono  y seleccione el número de variables (normalmente entre 15 y 35).

Despejar  
el Mapa



Despejar el mapa

Filas:

Seleccione los valores Chi más elevados: 30

Columnas:

Seleccione los valores Chi más elevados: 11

Predeterminada:

OK

Cancelar

2. Una vez que se determina un valor como Predeterminado (marque la casilla "Predeterminada"), haga clic en el icono  y el mapa seleccionará automáticamente el número determinado de variables.

Limpieza  
automática



# Análisis de Correspondencia

La relación entre la información de las filas y las columnas se ilustra en el gráfico Columna vs. Columna y Fila vs. Columna. La información en naranja tiene una correlación positiva, el blanco no tiene correlación y el amarillo tiene una fuerte correlación negativa.

Para cambiar la información que está viendo en las correlaciones, use los botones en la parte superior derecha:



Documento

TGI DIGITAL VIEW LATINA 2022 R2 - Ar Br Co Mx (Personas)

- Mapa(s)
  - Ejes 1+2
  - Columnas vs. Análisis de Columnas**
  - Análisis de Columnas vs Filas
- Estadísticas
  - Estadísticas Generales
  - Filas
  - Columnas
  - Valores Propios
  - Estadísticas de Ejes

	Columna	Código
Coca-Cola Eje 1x2		
FF	1 Coca-Cola	C1
FF	6 Otras marcas	C6
FF	11 Otras marcas de supermercado	C11
FF	3 Sprite	C3
FF	9 Schweppes (ArBr)	C9
FF	8 Canada Dry Ginger Ale (CoMx)	C8
FF	5 Fanta (ArCoMx)	C5
FF	7 Crush (ArMx)	C7
FF	4 Pepsi (ArCoMx)	C4
FF	2 7 UP (ArCoMx)	C2
FF	10 Mirinda (ArMx)	C10

Positivo



Negativo

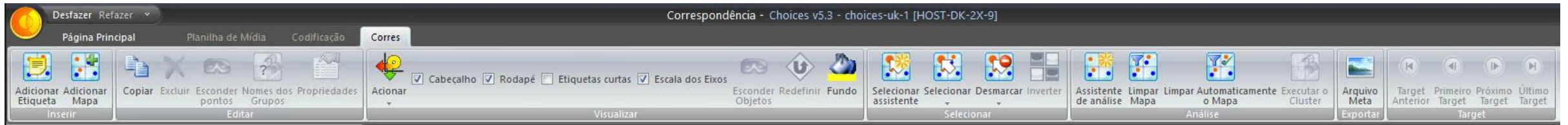
Documento

TGI DIGITAL VIEW LATINA 2022 R2 - Ar Br Co Mx (Personas)

- Mapa(s)
  - Ejes 1+2
  - Columnas vs. Análisis de Columnas
  - Análisis de Columnas vs Filas**
- Estadísticas
  - Estadísticas Generales
  - Filas
  - Columnas
  - Valores Propios
  - Estadísticas de Ejes

	Columna	Código
Coca-Cola Eje 1x2		
FF	9 Mi trabajo es más que un simple trab	R9
FF	12 Mi fe es realmente importante para	R12
FF	3 Como paso el tiempo es más importa	R3
FF	61 Soy siempre el primero en probar nu	R61
FF	2 Es importante que mi familia piense q	R2
FF	52 No tengo tiempo para preparar comi	R52
FF	46 Vale la pena pagar un poco más por	R46
FF	47 Pienso que toda la comida rápida es	R47
FF	17 Me considero una persona espiritual	R17
FF	14 Es importante sentirse respetado po	R14
FF	27 Me parece que es importante mante	R27
FF	10 Me interesa saber sobre otras cultu	R10
FF	44 Estoy dispuesto a gastar más en co	R44
FF	4 Es más importante cumplir con mi de	R4
FF	28 Las personas deben aceptarme co	R28
FF	31 En casa raramente nos sentamos ju	R31
FF	48 Siempre me fijo en las calorías de la	R48
FF	5 Me preocupo mucho por mí	R5
FF	13 Prefiero trabajar en equipo en lugar	R13
FF	33 Soy adicto al trabajo	R33
FF	19 Me gusta tener buenos amigos que	R19
FF	29 Es muy importante estar bien inform	R29
FF	7 Hay pocas cosas que puedo hacer	R7
FF	38 La estabilidad en el trabajo es más i	R38
FF	20 Me gusta tener control sobre las per	R20
FF	35 Estoy dispuesto a sacrificar tiempo	R35
FF	24 No quiero responsabilidad prefiero q	R24
FF	16 No me gusta juzgar a otros por lo qu	R16
FF	15 Es importante seguir aprendiendo c	R15
FF	43 En algunas ocasiones me doy el gu	R43
FF	49 Siempre verifico el contenido nutricio	R49
FF	36 Fácilmente me dejo influenciar por ot	R36
FF	6 Me gusta disfrutar la vida v no nroo	R6

# Personalización y Exportación



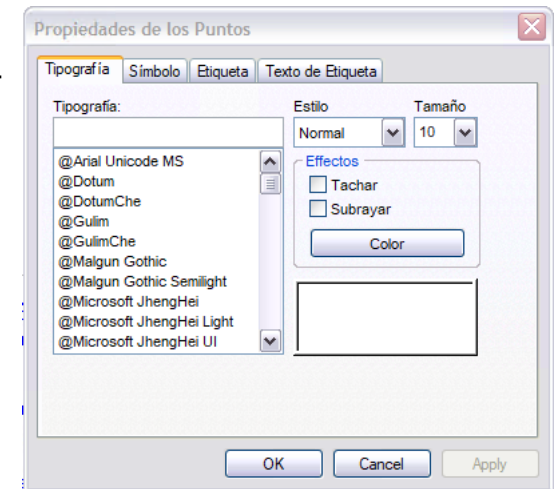
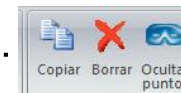
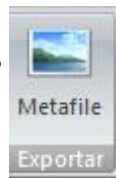
Al hacer clic en Agregar etiqueta, se agregará una nueva etiqueta en el centro del mapa. Es posible renombrar y cambiar la posición de la etiqueta en el mapa.

Al hacer doble clic en una variable, o seleccionar la variable y hacer clic en Propiedades, se abre una ventana de propiedades del punto.

Para cambiar el símbolo de un punto en el mapa (por ejemplo, dejando diferentes filas y columnas), haga clic en **Símbolo** en la pestaña dentro de la propiedad del punto.

Para "Copiar", "Borrar" u "Ocultar puntos" de las variables seleccionadas, haga clic en la función deseada.

Para exportar el mapa como imagen, haga clic en el icono



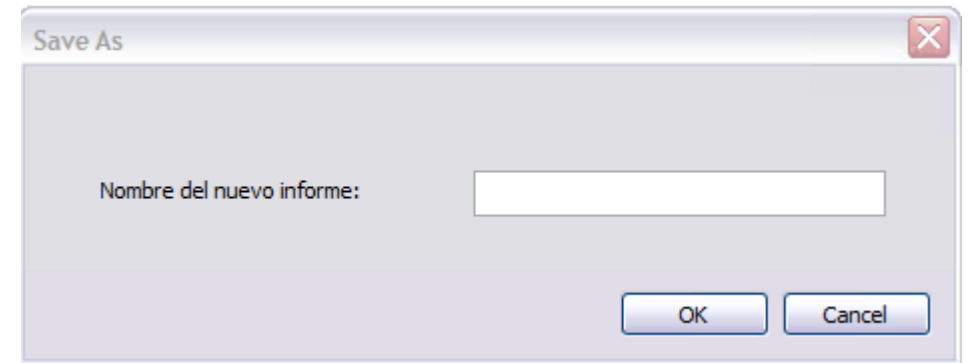
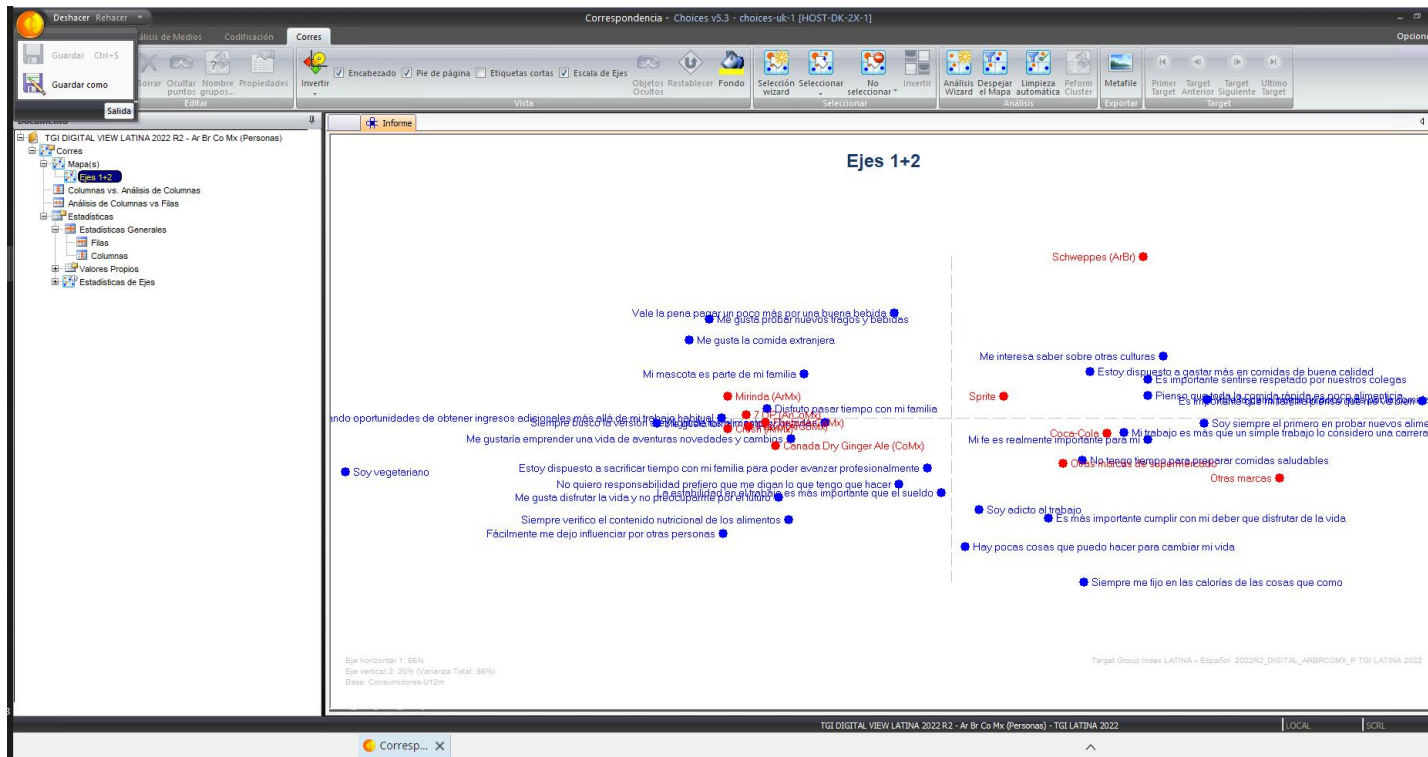
# Guardar

Cualquier actualización o edición aplicada a su análisis de correspondencia debe guardarse.

Haga clic en el icono Opciones y seleccione "Guardar". Esto guardará el análisis con el nombre que proporcionó al comenzar con el análisis cruzado.

Haga clic en "Guardar como" para guardar el archivo con un nuevo nombre.

Nota: El archivo original se guardará y también estará disponible en la página de inicio del navegador.



# Abrir

Sus análisis de correspondencias guardados se pueden encontrar en la página Navegador del Target Group Index Consumer Analysis, con el tipo "Correspondencia".

Al seleccionar este tipo de archivo, la aplicación remota se abrirá nuevamente mostrando el mapa. Atención: este tipo de archivo no incluye la tabla cruzada utilizado como base para la creación del mapa. Si necesita estos datos para uso futuro, debe guardar el análisis cruzado antes de iniciar la Correspondencia.


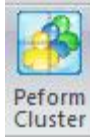
The screenshot shows the 'TGI Consumer Analysis' application interface. On the left, there is a sidebar with navigation options: Choices Online, TGI Snapshot, Exportación de Target, Análisis de Medios, Insights, and En progreso. The main area displays a list of files under the 'MIS ARCHIVOS' tab. The table has columns for 'Nombre del Archivo', 'Encuesta', 'Tipo', and 'Fecha'. The first row, 'Correspondencia', is highlighted with a red circle around the 'Tipo' column. Below the table is a 'COMPARTIR' button.

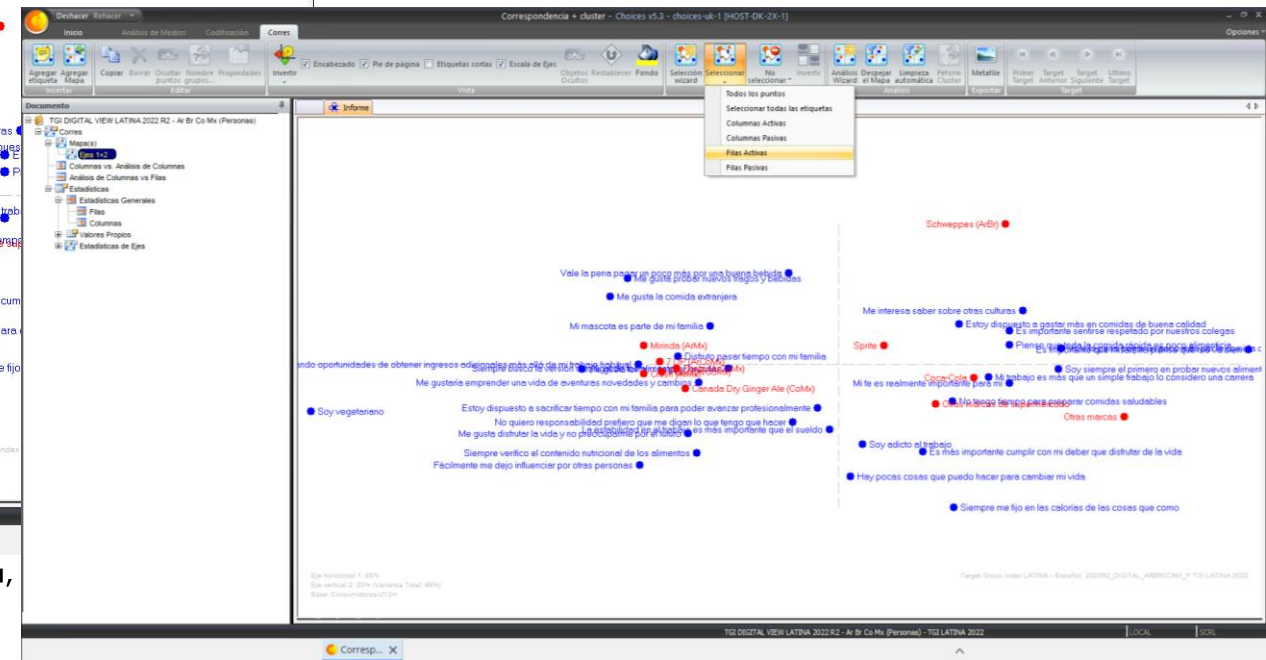
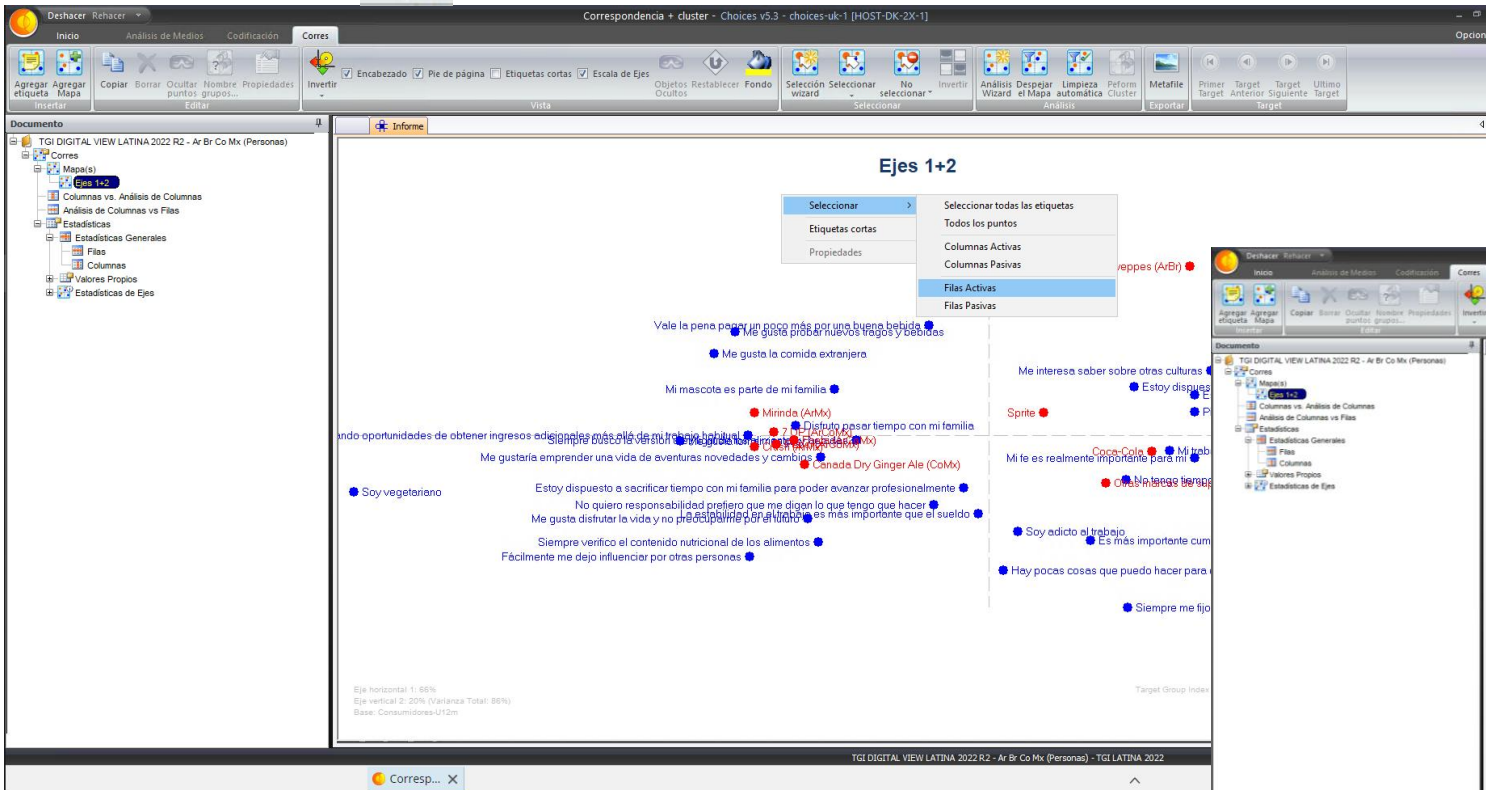
Nombre del Archivo	Encuesta	Tipo	Fecha
<input type="checkbox"/> Correspondencia	Target Group Index LATINA - Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Correspond...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Gaseosas	Target Group Index LATINA - Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Tabulación ...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Cluster - Novedades	Target Group Index LATINA - Español 2022R2_P	Tabulación ...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Correspondencia - Novedades	Target Group Index LATINA - Español 2022R2_P	Corres...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Análisis de Medios	Target Group Index LATINA - Español 2022R2_P	Medios	11/05/2023
<input type="checkbox"/> Medios	Target Group Index LATINA - Portugués 2022R2_P	Medios	11/05/2023
<input type="checkbox"/> informe tendencia	Target Group Index LATINA - Español 2022R2_P	Tabulación ...	11/05/2023

# 2

## Cluster – de un mapa de Correspondencia

# Empezando

Para llevar las frases de opinión y actitud activas en el mapa al Análisis de Conglomerados, haga clic derecho en el mapa → “Seleccionar” → “Filas Activas” o haga clic en el icono  y luego haga clic en “Filas Activas” en el menú desplegable y haga clic en el icono  para ejecutar el Cluster.

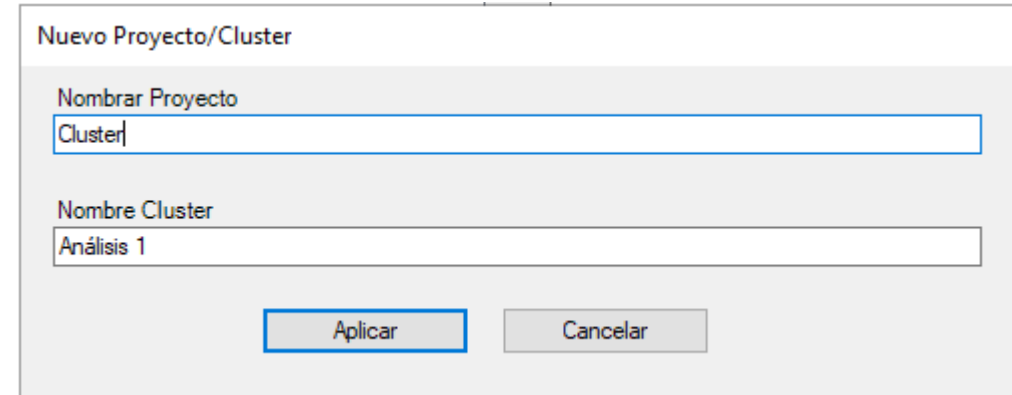
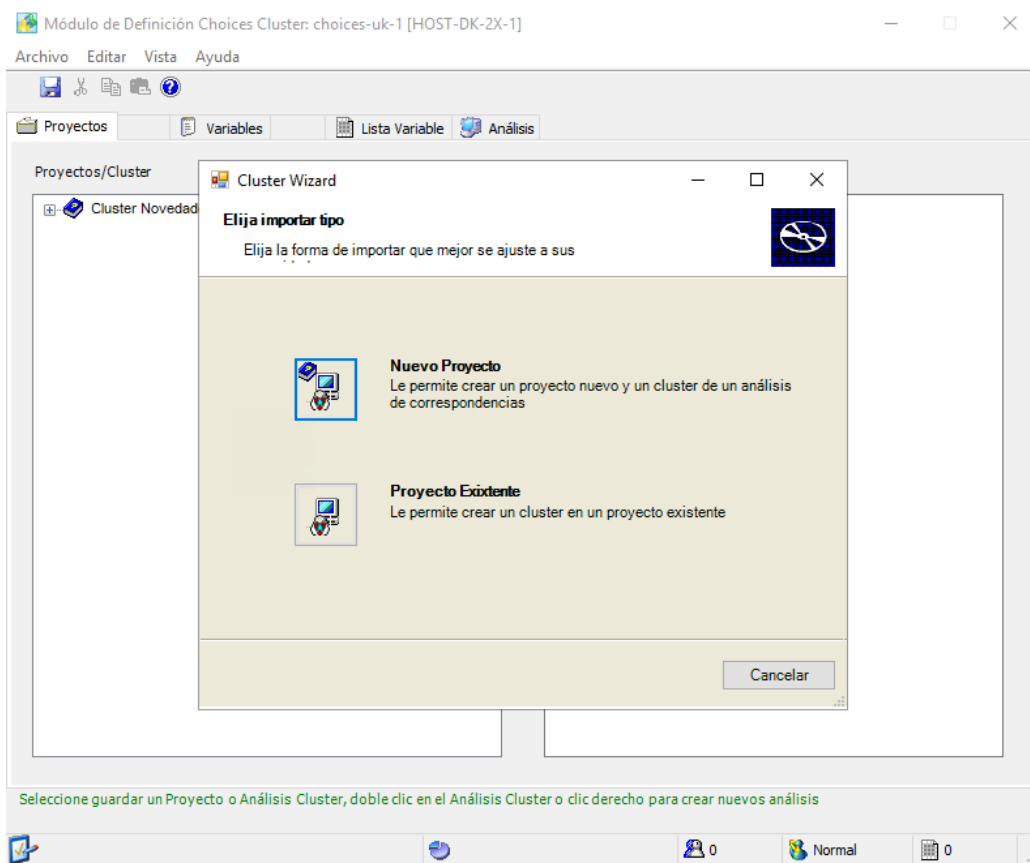


Atención: Para la generación de un Clúster a partir de un mapa de Correspondencia, se utilizarán únicamente las frases de opiniones y actitudes presentes en las filas, el resto de información se descarta en el proceso del Clúster.



# Empezando

Seleccione Nuevo proyecto en la ventana del asistente de clúster, luego nombre el proyecto y el clúster para los análisis. Otra opción es seleccionar un proyecto de clúster existente y agregar un nuevo clúster a un proyecto ya guardado.



# Empezando

El Asistente seleccionará automáticamente frases predefinidas del mapa de coincidencias y las agregará a la [Lista de variables](#).

La [Lista de variables](#) proporciona una vista gráfica de la distribución de respuestas para cada una de las declaraciones seleccionadas. Tenga en cuenta que Totalmente de acuerdo tiene una puntuación de 5, mientras que Totalmente en desacuerdo tiene una puntuación de 1.

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro	Gráfico	M
Totalmente de acuerdo	5.00	3931	13485	11%		
Bastante de acuerdo	4.00	5120	16110	14%		
Me es indiferente	3.00	8774	30095	24%		
Bastante en desacuerdo	2.00	7010	24921	19%		
Totalmente en desacuerdo	1.00	12196	46187	33%		

OPINIONES Y ACTITUDES

- Me gusta probar nuevos tragos y bebidas
- Vale la pena pagar un poco más por una buena bebida
- Estoy dispuesto a gastar más en comidas de buena calidad
- Vale la pena pagar un poco más por la comida orgánica
- Pienso que toda la comida rápida es poco alimenticia
- Siempre me fijo en las calorías de las cosas que como
- Siempre verifico el contenido nutricional de los alimentos
- Soy vegetariano
- Soy siempre el primero en probar nuevos alimentos saludables o productos nutricionales
- No tengo tiempo para preparar comidas saludables
- Siempre busco la versión diet/ light de los alimentos y bebidas

Desactivado | Borrar | Reiniciar TODO | Siguiente

Seleccione una variable de la lista para mostrar las estadísticas de la tabulación cruzada

En la pestaña de [Variables](#), es posible agregar o quitar frases de opiniones y actitudes antes de crear los grupos de Clúster. Al hacer clic en "Agregar a la lista de variables", se actualiza la lista y se lleva al usuario de regreso a la pestaña [Lista de variables](#).

Cluster Definition Module - Cluster

Archivo Editar Vista Ayuda

Proyectos Variables Lista Variable Análisis

OPINIONES Y ACTITUDES

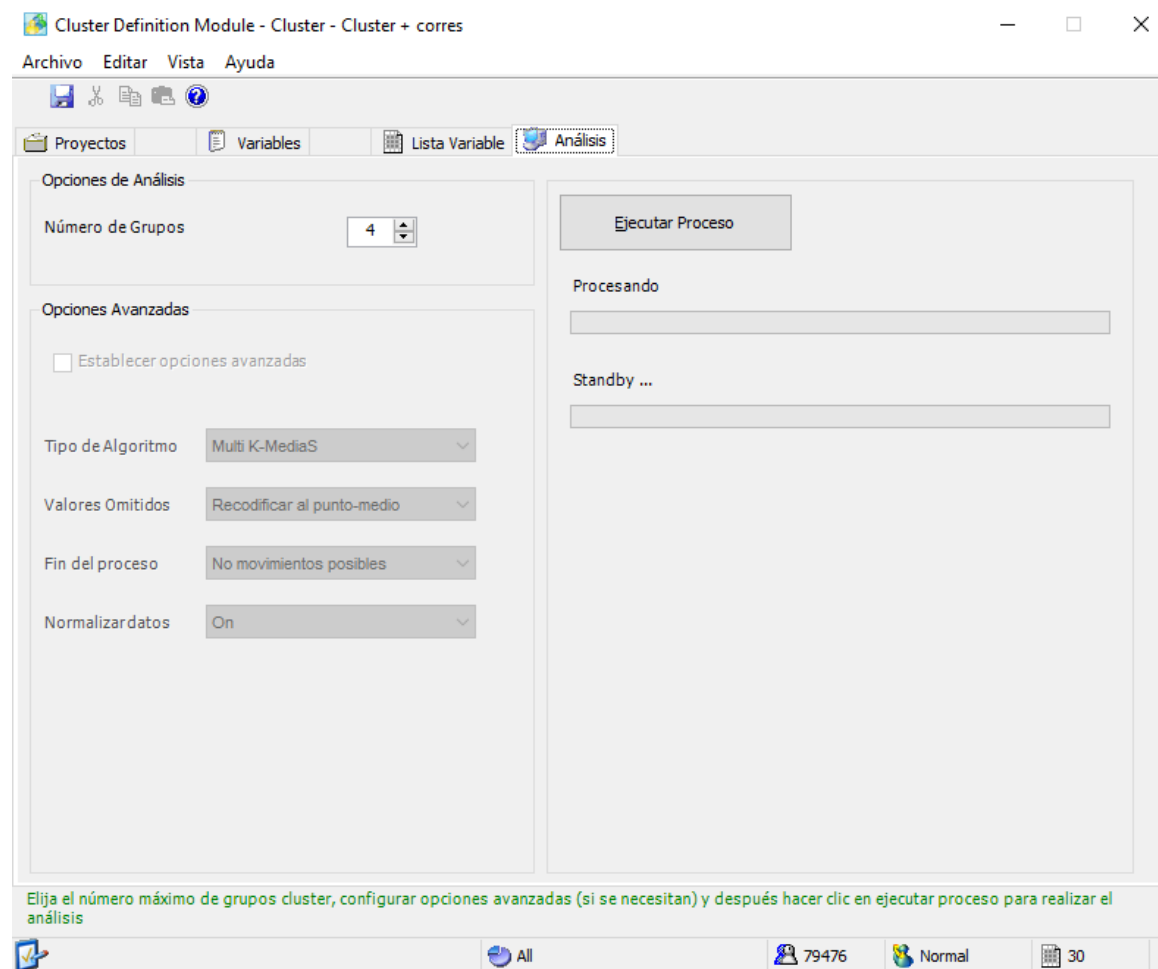
- Me gusta tomar riesgos
- Es importante que mi familia piense que me va bien
- Como paso el tiempo es más importante que el dinero que gano
- Es más importante cumplir con mi deber que disfrutar de la vida
- Me preocupa mucho por mí
- Me gusta disfrutar la vida y no preocuparme por el futuro
- Hay pocas cosas que puedo hacer para cambiar mi vida
- Hago cosas por impulso muy frecuentemente
- Mi trabajo es más que un simple trabajo, lo considero una carrera
- Me interesa saber sobre otras culturas
- Me gustaría empezar mi propio negocio algún día
- Mi fe es realmente importante para mí
- Prefiero trabajar en equipo en lugar de trabajar solo
- Es importante sentirse respetado por nuestros colegas
- Es importante seguir aprendiendo cosas nuevas durante el transcurso de nuestra vida
- No me gusta juzgar a otros por lo que hacen en su vida
- Me considero una persona espiritual
- Me considero una persona creativa
- Me gusta tener buenos amigos que me den apoyo durante tiempos difíciles
- Me gusta tener control sobre las personas y recursos
- Tengo un gran sentido aventurero
- Me gustaría emprender una vida de aventuras, novedades y cambios
- Es importante respetar las tradiciones y costumbres
- No quiero responsabilidad, prefiero que me digan lo que tengo que hacer
- Quiero escalar a la cima más alta en mi carrera

No Seleccionar Todo | Agregar al Listado de Variables

Seleccione variables para el análisis de la lista predefinida haciendo clic en la casilla de comprobación. Alternativamente, hacer clic en una categoría de la casilla de comprobación para seleccionar/ Eliminar selección de todas. Hacer clic en Añadir a lista de variables.

# Empezando

Haga clic en *Siguiente* o en la pestaña **Análisis** y seleccione la cantidad de grupos que se crearán y luego haga clic en Ejecutar proceso para generar el Análisis de cluster.



# Resumen del Proyecto

El resumen del proyecto proporciona un resumen general del mercado en el que se basa el análisis de conglomerados. Enumera todas las variables incluidas en el análisis y detalla el objetivo, la puntuación media y la desviación estándar.

**Análisis 3**  
TGI LATINA 2022 R2 - Persons Sample Weights  
Copyright TGI Latina 2022

Filtro	Muestra	Ponderado
Consumidores-U12m	52262	164219

Detallado Abreviar

Me gusta tomar riesgos

	Score Media	Desviación standard
	3.00	1.33

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	6945	22272	14 %
Bastante de acuerdo	4.00	14914	43804	27 %
Me es indiferente	3.00	12034	37178	23 %
Bastante en desacuerdo	2.00	8052	24350	15 %
Totalmente en desacuerdo	1.00	10317	36615	22 %

Es importante que mi familia piense que me va bien

	Score Media	Desviación standard
	3.81	1.16

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	18756	64323	39 %
Bastante de acuerdo	4.00	14562	42869	26 %
Me es indiferente	3.00	12073	35979	22 %
Bastante en desacuerdo	2.00	4198	12682	8 %
Totalmente en desacuerdo	1.00	2673	8366	5 %

Es más importante cumplir con mi deber que disfrutar de la vida

	Score Media	Desviación standard
	3.26	1.29

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	10909	36461	22 %

El filtro muestra el universo utilizado para realizar el Cluster, la muestra y el valor ponderado representan numéricamente este universo (se recomienda una muestra mínima de 2.000 casos).

El Score Media muestra la puntuación media (promedio) basada en la asignación de 5 puntos para Totalmente de acuerdo a 1 punto para Totalmente en desacuerdo para cada variable en el mercado analizado. Es importante tener en cuenta este valor para cada variable, ya que esto se hace para los grupos de clúster donde las declaraciones se asignan en función de su desviación de esta puntuación media.

La desviación estándar indica la medida (diferencia) de dispersión de respuestas para cada variable. En los casos en que se utilizan diferentes escalas de respuestas, todas las variables se normalizan a 1 antes de ejecutar el análisis, lo que garantiza que cada declaración tenga la misma ponderación.

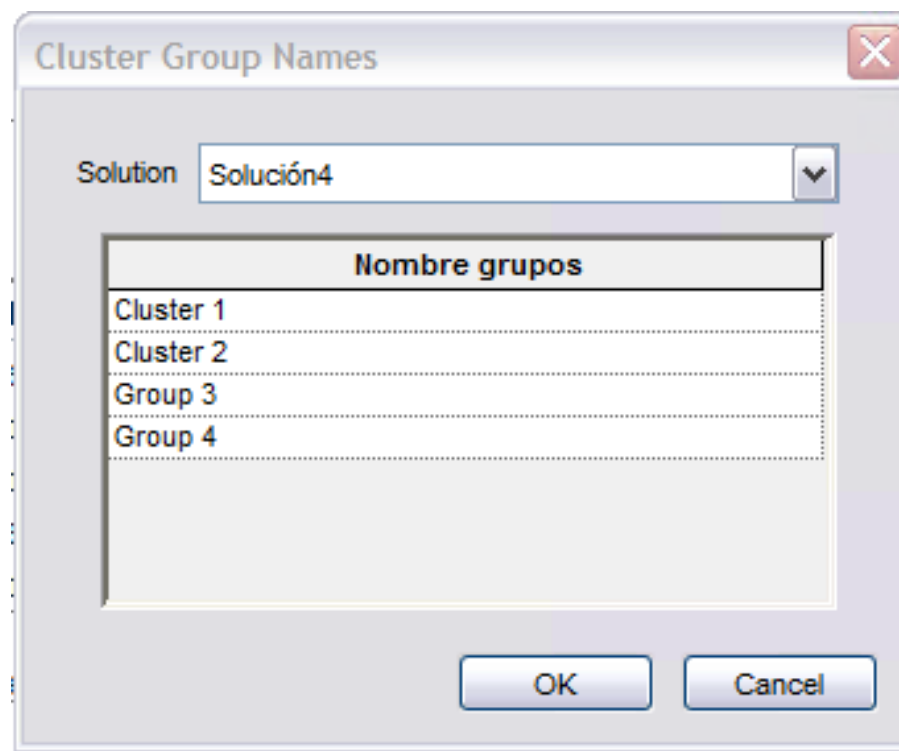
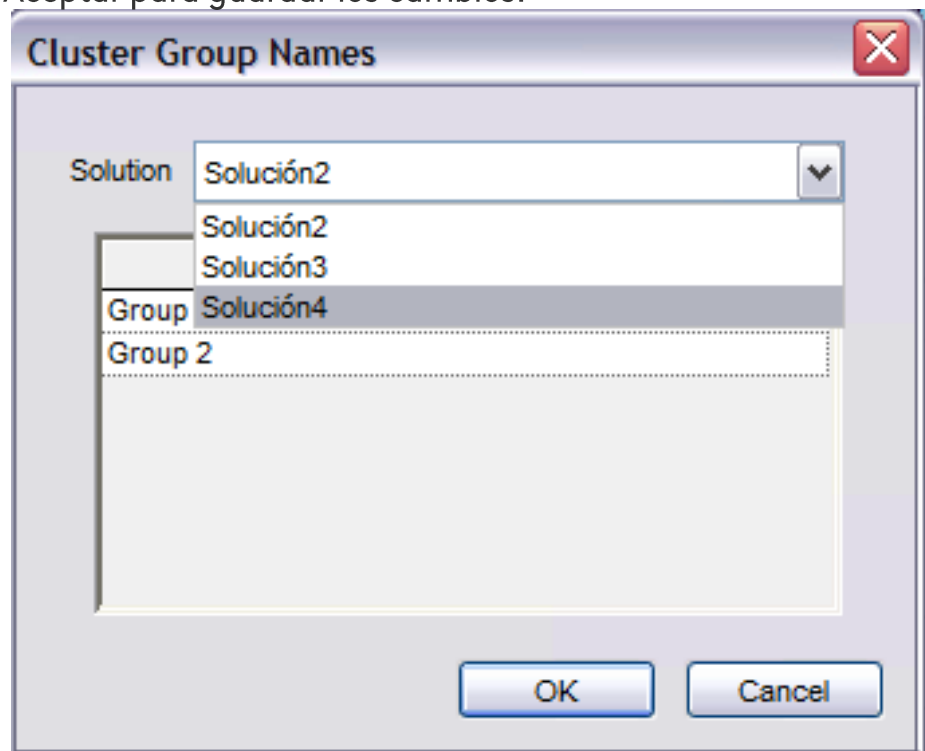
# Nombrando Grupos

Se puede cambiar el nombre de los grupos de cluster haciendo clic en el icono



de la barra de herramientas..

Para cambiar el nombre, primero seleccione la solución, luego haga clic en el grupo al que desea cambiar el nombre y escriba el nombre deseado. Haga clic en Aceptar para guardar los cambios.



# Resumen de la Análisis

La opción Estadísticas en Resumen de análisis proporciona la varianza explicada de cada solución de clúster. Los tamaños de muestra de cada grupo dentro de las soluciones se muestran con el grupo con muestra más grande resaltado en rojo y el grupo con la muestra más pequeño en azul.

La varianza explicada puede ser un filtro de las soluciones que se pueden usar para el análisis. Recomendamos que se utilicen soluciones con una varianza explicada de al menos el 15%.

Las soluciones que tienen grupos con una muestra significativamente mayor o menor que otros grupos también indican que esta solución no es la mejor para explicar el universo.

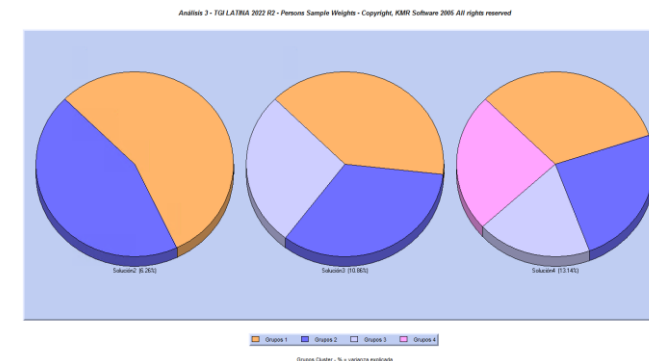
**Análisis 3**  
TGI LATINA 2022 R2 - Persons Sample Weights  
Copyright TGI Latina 2022 **Filtro:** Consumidores-U12m

**Estadísticas**

Solución	Varianza Explicada	Muestra			
		Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
2	6,3 %	28977	23285		
3	10,9 %	20535	17485	14242	
4	13,1 %	16975	12748	9804	12735

La opción Gráficos muestra la misma información que Estadísticas pero en un gráfico circular que muestra la Varianza explicada para cada solución entre paréntesis.

La opción Registros es un informe de texto simple, que muestra el resultado generado al ejecutar el análisis de conglomerados.

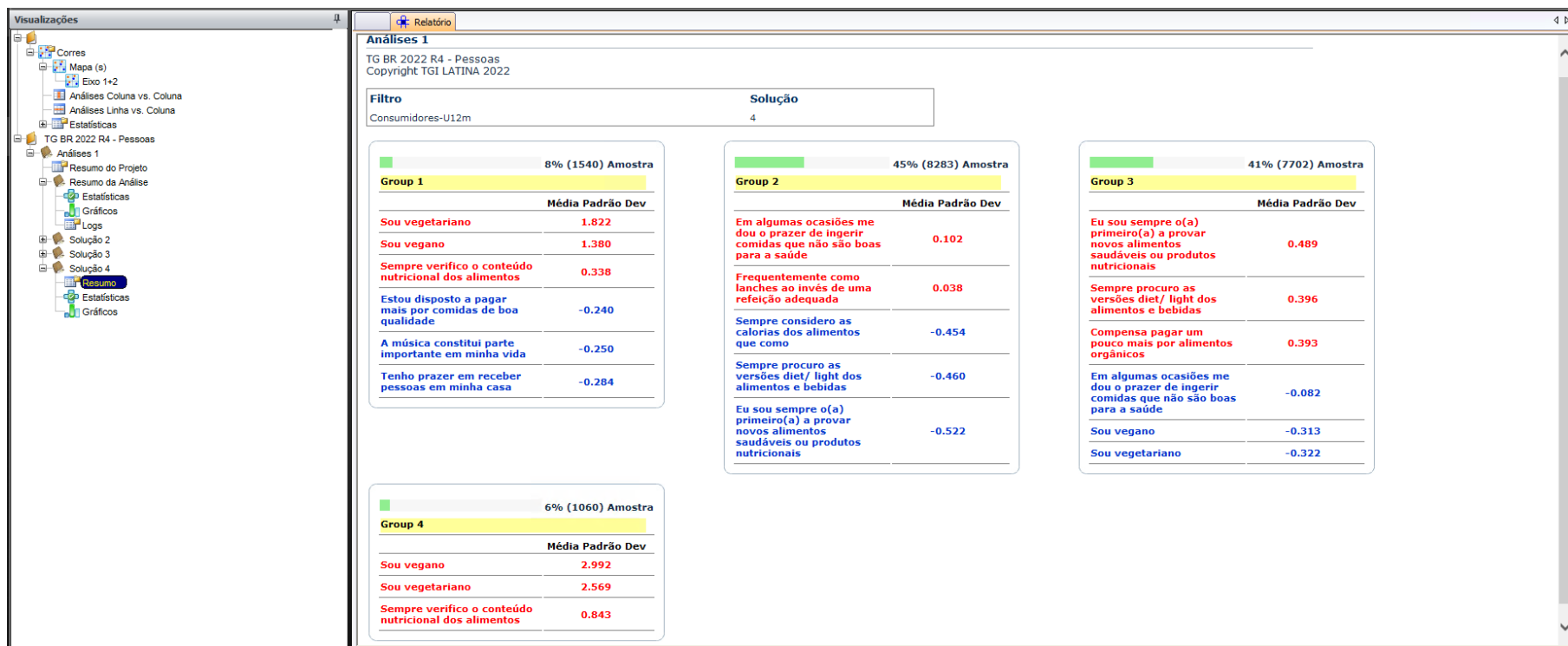


# Solução de Cluster: Resúmen

La opción Resúmen en Soluciones de clúster muestra un resúmen de los grupos dentro de cada solución con las 3 mejores opiniones positivas en rojo y las 3 más negativas en azul.

Si un grupo no tiene opiniones en rojo o azul, la relación con las opiniones de ese grupo es totalmente positiva o negativa (ejemplo: Grupo 4 en la imagen).

Esta información puede utilizarse en la etapa preliminar para dar una indicación de la naturaleza del grupo. Si todos los grupos tienen características distintivas claras, es probable que la solución grupal ilustre mejor la imagen.

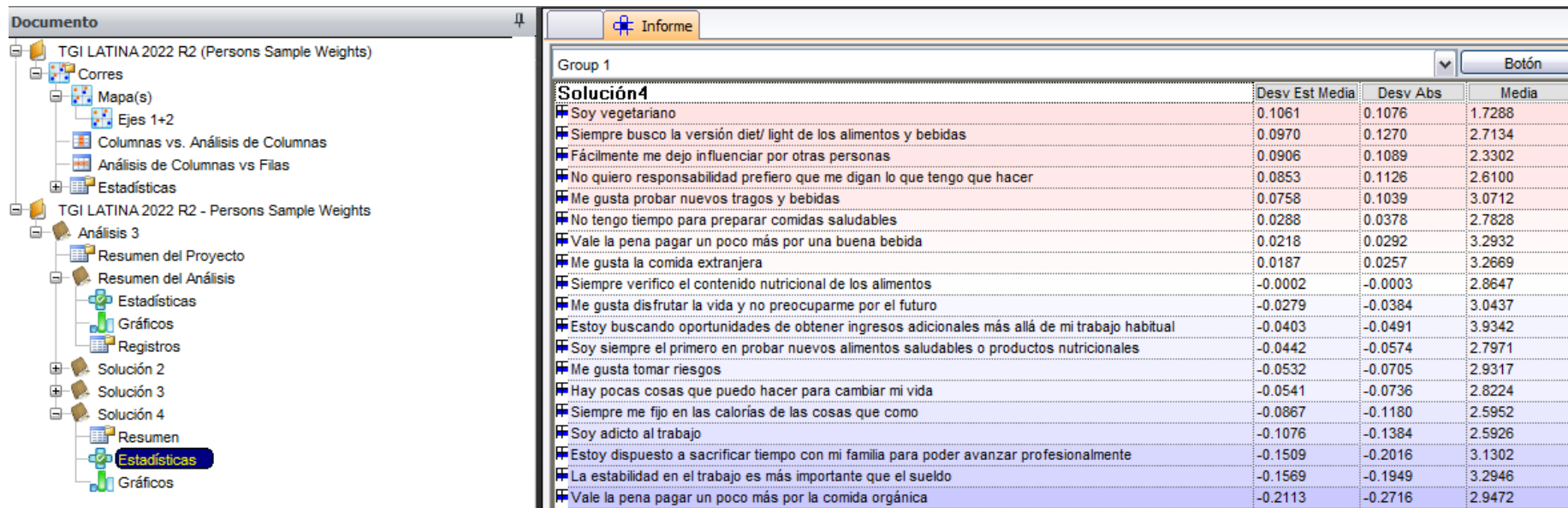


# Solución de Cluster: Estadísticas

La opción Estadísticas en soluciones de Cluster, analiza las declaraciones individuales que componen cada grupo dentro de la solución en función de la desviación estándar media, la desviación absoluta de la media o la media. Los cambios positivos o negativos en el grupo se escalan de rojo oscuro a azul oscuro.

La Desviación Estándar de la Media (Desv Est Media) es la estadística recomendada para analizar los grupos, ya que los números proporcionados son los sesgos para el grupo de Cluster (en comparación con el universo del escenario) que están estandarizados en unidades de desviaciones estándar. Por lo tanto, un valor positivo o negativo es la desviación de la media total de la muestra que se encuentra en el Resumen del proyecto.

En el ejemplo vemos las estadísticas del grupo 1 de la solución 4



	Desv Est Media	Desv Abs	Media
<b>Solución 4</b>			
Soy vegetariano	0.1061	0.1076	1.7288
Siempre busco la versión diet/ light de los alimentos y bebidas	0.0970	0.1270	2.7134
Fácilmente me dejo influenciar por otras personas	0.0906	0.1089	2.3302
No quiero responsabilidad prefiero que me digan lo que tengo que hacer	0.0853	0.1126	2.6100
Me gusta probar nuevos tragos y bebidas	0.0758	0.1039	3.0712
No tengo tiempo para preparar comidas saludables	0.0288	0.0378	2.7828
Vale la pena pagar un poco más por una buena bebida	0.0218	0.0292	3.2932
Me gusta la comida extranjera	0.0187	0.0257	3.2669
Siempre verifico el contenido nutricional de los alimentos	-0.0002	-0.0003	2.8647
Me gusta disfrutar la vida y no preocuparme por el futuro	-0.0279	-0.0384	3.0437
Estoy buscando oportunidades de obtener ingresos adicionales más allá de mi trabajo habitual	-0.0403	-0.0491	3.9342
Soy siempre el primero en probar nuevos alimentos saludables o productos nutricionales	-0.0442	-0.0574	2.7971
Me gusta tomar riesgos	-0.0532	-0.0705	2.9317
Hay pocas cosas que puedo hacer para cambiar mi vida	-0.0541	-0.0736	2.8224
Siempre me fijo en las calorías de las cosas que como	-0.0867	-0.1180	2.5952
Soy adicto al trabajo	-0.1076	-0.1384	2.5926
Estoy dispuesto a sacrificar tiempo con mi familia para poder avanzar profesionalmente	-0.1509	-0.2016	3.1302
La estabilidad en el trabajo es más importante que el sueldo	-0.1569	-0.1949	3.2946
Vale la pena pagar un poco más por la comida orgánica	-0.2113	-0.2716	2.9472



# Solución de Cluster: Estadísticas

Para revisar todas las soluciones a la vez, haga clic en “Botón”. Dentro de la visualización, puede alternar usando el menú desplegable entre Desviación estándar de la media, Desviación absoluta de la media y Media para crear una descripción resumida de cada solución.

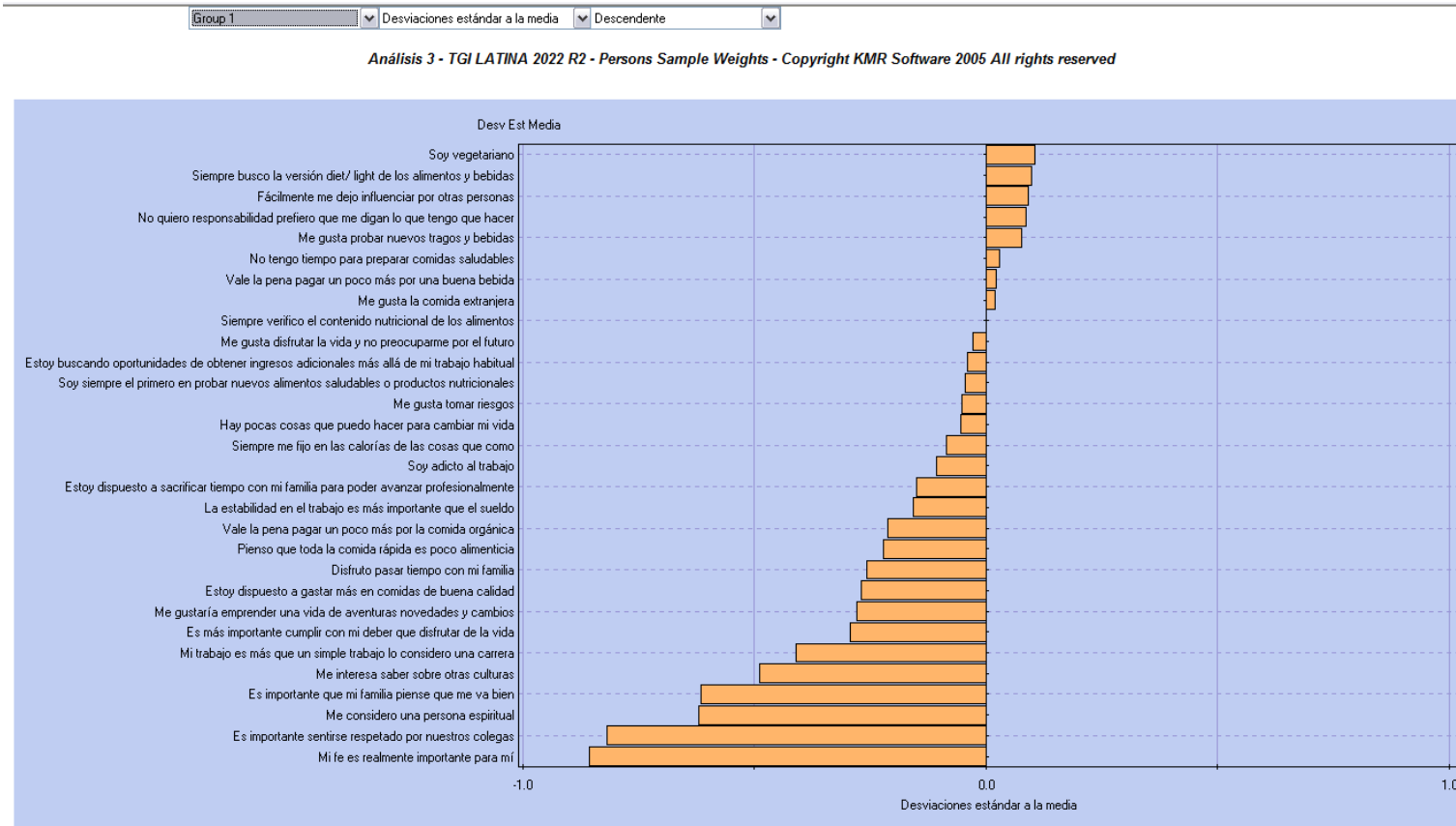
La opción Gráficos demuestra en forma de gráfico las variables individuales que componen cada grupo. Los menús desplegables le permiten cambiar entre soluciones, desviaciones y clasificar en orden ascendente o descendente.

Esta vista se puede utilizar para identificar declaraciones que generan una desviación baja de la media para todos los grupos, por lo tanto, tienen un poder explicativo bajo en todos los grupos. Dichas declaraciones pueden potencialmente eliminarse de la selección de variables antes de que el clúster se ejecute nuevamente, para un análisis más nítido y significativo.

Desviaciones estándar a la media		Botón			
Solución4		Group 1	Group 2	Group 3	Group 4
<input checked="" type="checkbox"/>	Soy vegetariano	0.1061	0.4898	-0.4386	-0.2941
<input checked="" type="checkbox"/>	Siempre busco la versión diet/ light de los alimentos y bebidas	0.0970	0.4223	-0.5069	-0.1618
<input checked="" type="checkbox"/>	Fácilmente me dejo influenciar por otras personas	0.0906	0.3943	-0.4251	-0.1882
<input checked="" type="checkbox"/>	No quiero responsabilidad prefiero que me digan lo que tengo que hacer	0.0853	0.5852	-0.2738	-0.4887
<input checked="" type="checkbox"/>	Me gusta probar nuevos tragos y bebidas	0.0758	0.2119	-0.9093	0.3868
<input checked="" type="checkbox"/>	No tengo tiempo para preparar comidas saludables	0.0288	0.2501	-0.2213	-0.1184
<input checked="" type="checkbox"/>	Vale la pena pagar un poco más por una buena bebida	0.0218	0.1425	-0.7757	0.4255
<input checked="" type="checkbox"/>	Me gusta la comida extranjera	0.0187	0.2766	-0.8999	0.3910
<input checked="" type="checkbox"/>	Siempre verifico el contenido nutricional de los alimentos	-0.0002	0.5369	-0.4496	-0.1911
<input checked="" type="checkbox"/>	Me gusta disfrutar la vida y no preocuparme por el futuro	-0.0279	0.5792	-0.3588	-0.2664
<input checked="" type="checkbox"/>	Estoy buscando oportunidades de obtener ingresos adicionales más allá de mi trabajo habitual	-0.0403	0.2729	-0.5210	0.1817
<input checked="" type="checkbox"/>	Soy siempre el primero en probar nuevos alimentos saludables o productos nutricionales	-0.0442	0.4011	-0.2839	-0.1241
<input checked="" type="checkbox"/>	Me gusta tomar riesgos	-0.0532	0.5431	-0.8367	0.1714
<input checked="" type="checkbox"/>	Hay pocas cosas que puedo hacer para cambiar mi vida	-0.0541	0.6253	0.0377	-0.5828
<input checked="" type="checkbox"/>	Siempre me fijo en las calorías de las cosas que como	-0.0867	0.5375	-0.2590	-0.2230
<input checked="" type="checkbox"/>	Soy adicto al trabajo	-0.1076	0.6168	-0.4094	-0.1588
<input checked="" type="checkbox"/>	Estoy dispuesto a sacrificar tiempo con mi familia para poder avanzar profesionalmente	-0.1509	0.3618	-0.0591	-0.1155
<input checked="" type="checkbox"/>	La estabilidad en el trabajo es más importante que el sueldo	-0.1569	0.2987	0.0068	-0.0951
<input checked="" type="checkbox"/>	Vale la pena pagar un poco más por la comida orgánica	-0.2113	0.3036	-0.0562	0.0210

# Selección de grupos: criterios

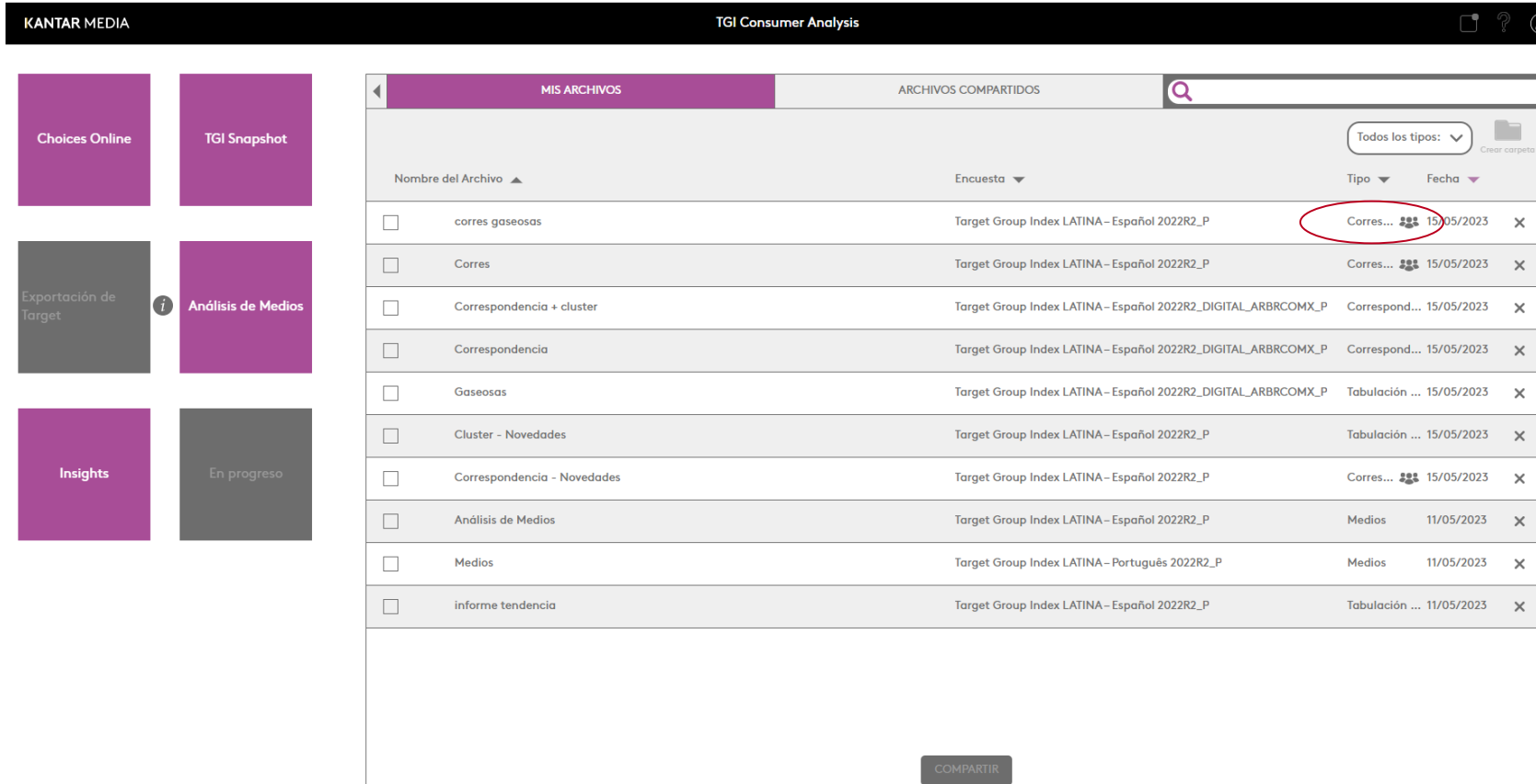
1. Mire cada grupo en detalle, examinando cualquier tendencia basada en las declaraciones. Se puede obtener información adicional al llevar a los grupos de vuelta a Choices, para compararlos con variables demográficas y de otro tipo. No recomendamos nombrar grupos según la edad, el género o la clase social.
2. Examine si agregar más grupos (es decir, 4 o 5 soluciones grupales) aumenta la comprensión o pierde el enfoque y viceversa al eliminar un grupo.
3. Asegúrese de que los grupos tengan tamaños de muestra que sean representativos para un análisis posterior en Choices (se recomiendan más de 200 casos) y que tengan una varianza explicada de al menos el 15 %.



# Guardar/Abrir

Un clúster que cree a partir de un mapa de correspondencia se guardará automáticamente como un proyecto de correspondencia y se podrá acceder a él a través de la página Navegador.




Los archivos que tienen el icono  son análisis de correspondencia que incluyen un análisis de Cluster.



KANTAR MEDIA TGI Consumer Analysis

MIS ARCHIVOS ARCHIVOS COMPARTIDOS

Nombre del Archivo Encuesta Tipo Fecha

<input type="checkbox"/>	corres gaseosas	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Corres... 	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Corres	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Corres... 	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Correspondencia + cluster	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Correspond...	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Correspondencia	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Correspond...	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Gaseosas	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Tabulación ...	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Cluster - Novedades	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Tabulación ...	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Correspondencia - Novedades	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Corres... 	15/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Análisis de Medios	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Medios	11/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	Medios	Target Group Index LATINA – Portugués 2022R2_P	Medios	11/05/2023	×
<input type="checkbox"/>	informe tendencia	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Tabulación ...	11/05/2023	×

COMPARTIR

3

Cluster – a partir de una tabla

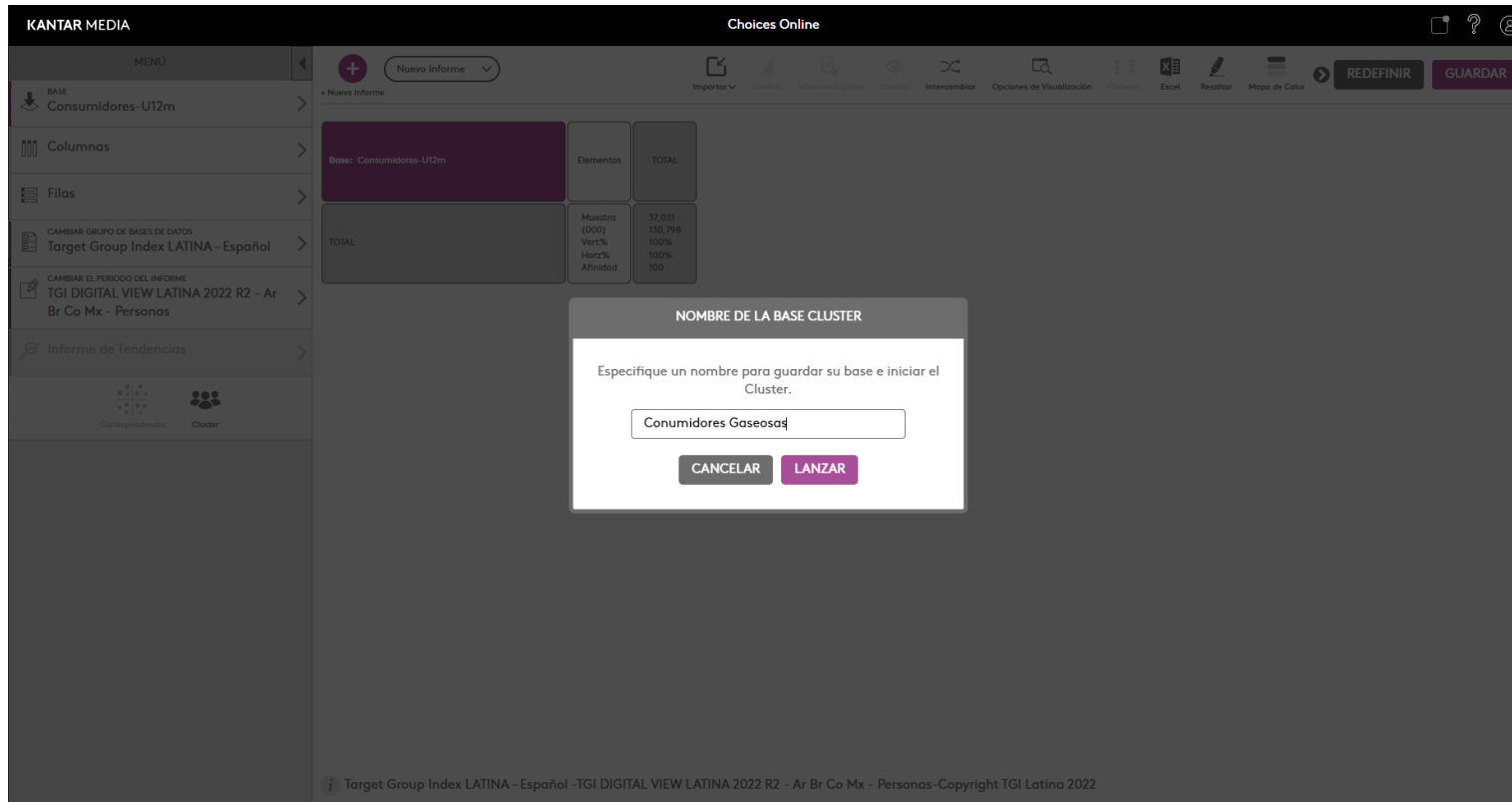
Cruzada

# Empezando un Cluster a partir de una tabla cruzada

El cluster también se puede abrir desde una tabla cruzada. No es necesario crear un mapa de correspondencia antes de ejecutar el clúster.

Para ello, debe incluir el universo que desea analizar como un Filtro y luego hacer clic en el icono . Se le pedirá que dé un nombre para guardar el filtro. Esto guardará una tabla cruzada con el Filtro seleccionado y estará disponible en la página Navegador.

Al hacer clic en "Lanzar" se abrirá el módulo de clúster en una aplicación remota.



The screenshot shows the Kantar Media Choices Online interface. The main area displays a cross-tabular data view with the following structure:

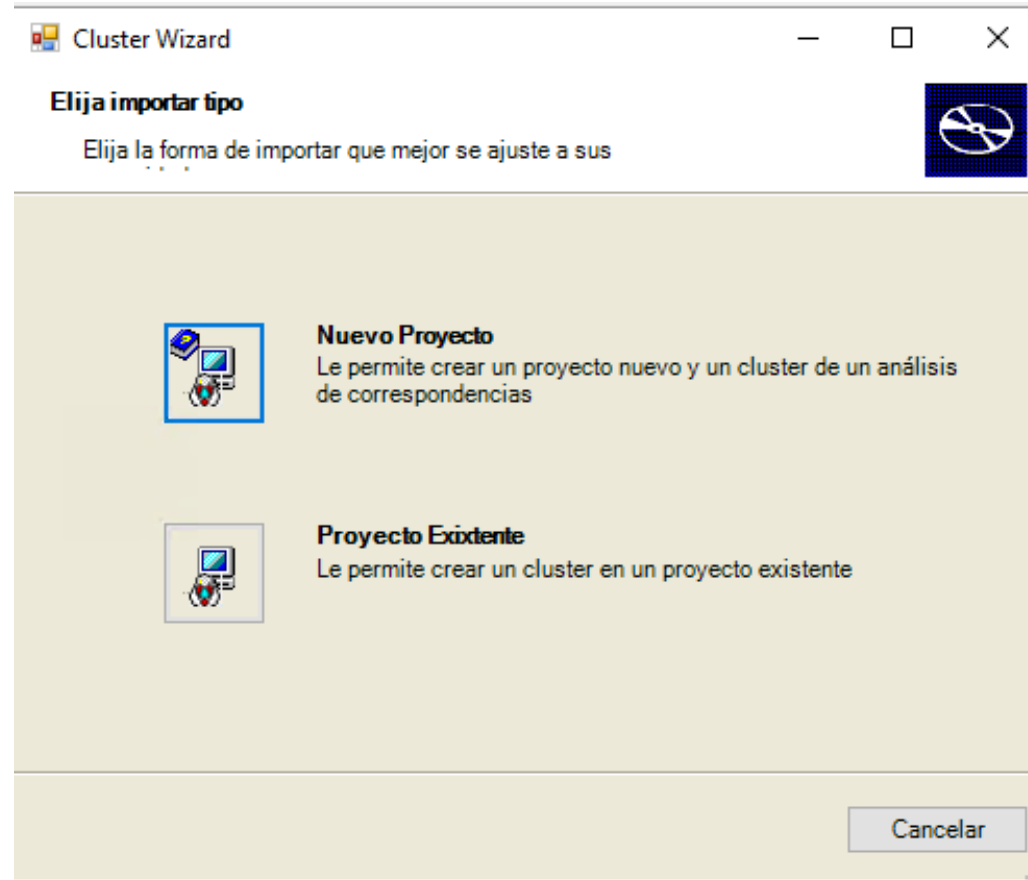
Base: Consumidores-U12m	Elementos	TOTAL
TOTAL	Muestra (000)	37,031
	Vert%	100%
	Horz%	100%
	Afinidad	100

A dialog box titled "NOMBRE DE LA BASE CLUSTER" is overlaid on the screen, prompting the user to specify a name for the cluster. The input field contains "Consumidores Gaseosaq" and there are "CANCELAR" and "LANZAR" buttons.

Si no hay información en el Filtro, el módulo de Clúster comenzará con la población total como universo de construcción de Clúster.

# Asistente de Cluster

La ventana del asistente de clúster se abre en una aplicación remota y le solicita que seleccione si desea abrir un nuevo proyecto de clúster o un proyecto existente.



# Asistente de clúster – Nuevo Proyecto/Proyecto existente

Nuevo Proyecto/Cluster

Nombrar Proyecto  
Cluster

Nombre Cluster  
Análisis 1

Aplicar Cancelar

Al seleccionar *Nuevo proyecto*, se le pedirá que asigne un título a su nuevo proyecto de clúster y luego se lo dirigirá al Módulo de definición de clúster para seleccionar las vistas deseadas y ejecutar su análisis.

Nombrar Proyecto	Cuenta
Cluster	3
Cluster Novedades	2

Seleccionar Cancelar

Módulo de Definición Choices Cluster: choices-uk-1 [HOST-DK-2X-4]

Archivo Editar Vista Ayuda

Proyectos Variables Lista Variable Análisis

Proyectos/Cluster

Cluster Novedades  
Cluster

Notas  
Agregue las notas aquí

Nuevo Cluster

Nombrar Proyecto  
Cluster

Nombre Cluster  
Análisis 4

Aplicar Cancelar

Agregue las notas aquí0

Al seleccionar *Proyecto existente* en el asistente de clúster, se abrirá una lista de proyectos existentes.

Seleccione el proyecto, la aplicación le dará automáticamente un nombre de análisis.

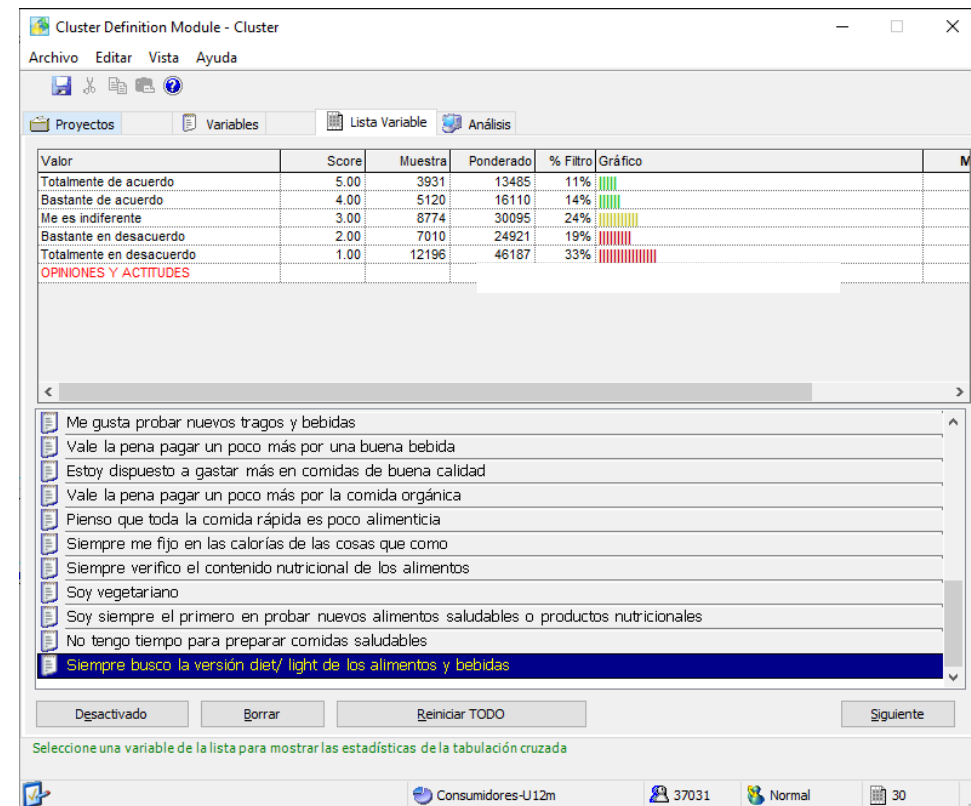
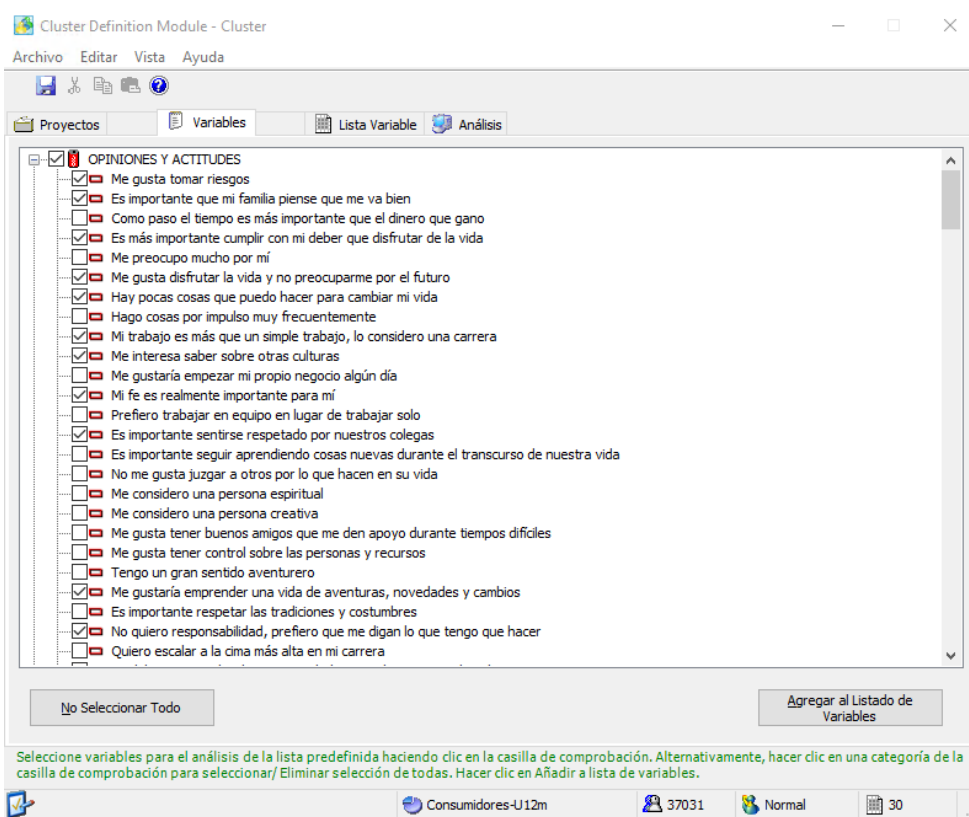
Puede editar esto y agregar su propio nombre de análisis. Haga clic en Aplicar para continuar con el módulo de definición de clúster.

# Módulo de Definición de Cluster

En el Módulo de Definición de Cluster se pueden ver, además de la pestaña Proyectos, las pestañas Variables, Lista de Variables y Análisis.

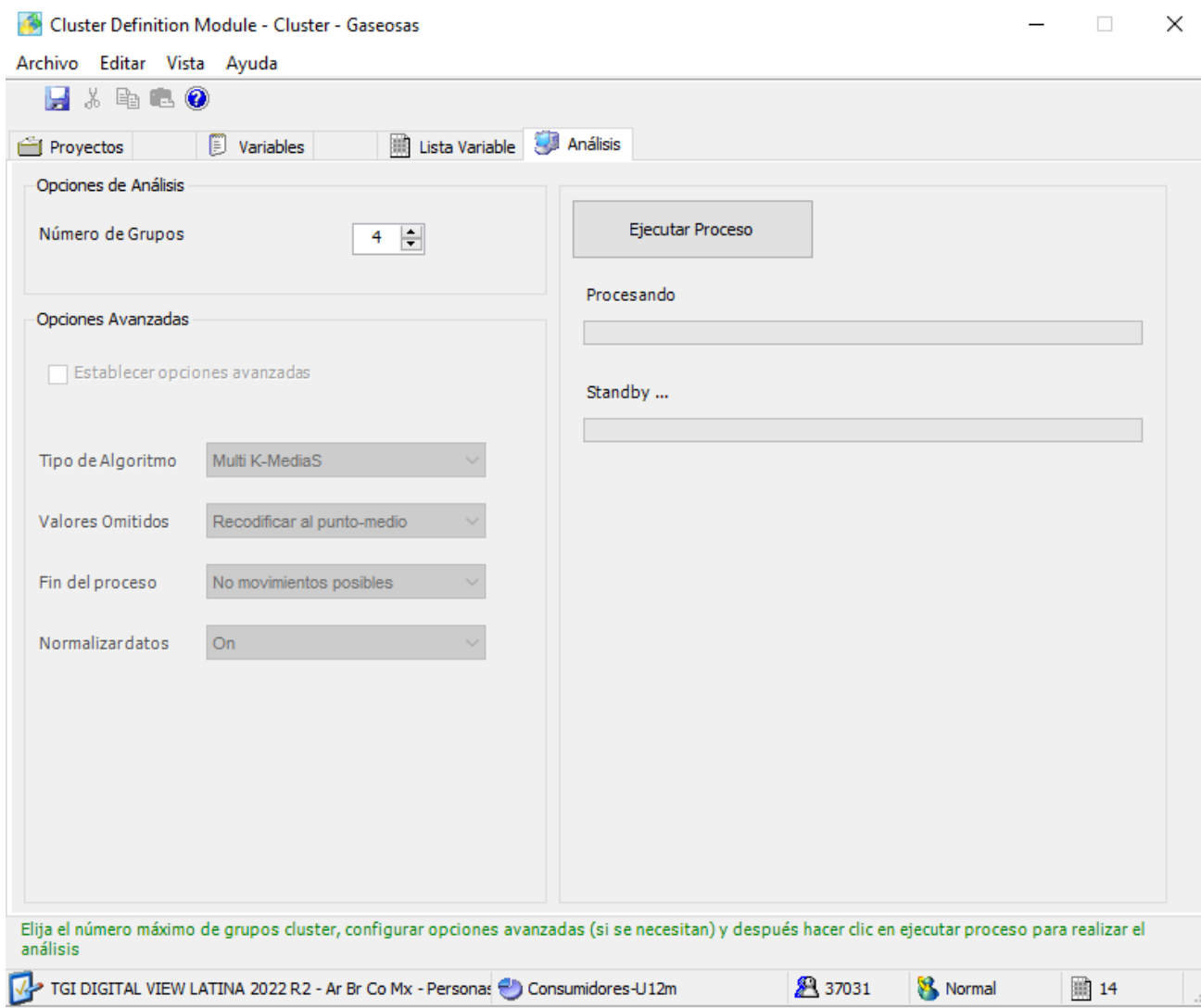
La pestaña Variables le permite seleccionar las declaraciones de opinión y actitud que desea incluir en su análisis de cluster. Es recomendable seleccionar hasta 20 afirmaciones para obtener mejores resultados.

La pestaña Lista de variables muestra una representación gráfica de la distribución de respuestas para cada frase de opinión seleccionada.





# Ejecutar el proceso



Una vez que haya terminado de seleccionar y refinar su selección de frases, vaya a la pestaña Análisis para ingresar la cantidad de grupos de Cluster que desea ver y haga clic en Ejecutar proceso.

Tiene la opción de guardar su análisis de conglomerados antes del lanzamiento. Esto guardará las frases predefinidas que haya seleccionado.

# Guardar

Su proyecto de clúster se guarda tan pronto como ingresa un nombre para el documento de clúster después de ejecutar el proceso de cluster.

The screenshot displays the software interface with a 'Save Cluster Results' dialog box open. The dialog box contains a text input field for 'Nombre del Documento Cluster' with the value 'Consumidores Gaseosas' and 'OK' and 'Cancel' buttons.

The background window shows a data analysis report for 'Gaseosas' with the following table:

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	10191	36428	28 %
Bastante de acuerdo	4.00	11061	37298	29 %
Me es indiferente	3.00	8474	30191	23 %
Bastante en desacuerdo	2.00	4339	15637	12 %
Totalmente en desacuerdo	1.00	2966	11244	9 %

# Solución de Cluster y Grupos

Después de darle un nombre a su documento, puede ver sus soluciones de clúster y revisarlas antes de importarlas a Choices.

**Nota:** Se puede cambiar el nombre de los grupos de clústeres desde el icono Nombres de grupos

The screenshot shows the software interface for 'Consumidores Gaseosas - Choices v5.3'. The 'Nombre de grupos' icon in the toolbar is circled in red. The main window displays a tree view on the left with 'Solución 2', 'Solución 3', and 'Solución 4' selected. The main content area shows three cluster solutions for 'Gaseosas'.

Filtro	Muestra	Ponderado
Consumidores-U12m	37031	130798

Me gusta tomar riesgos

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	4488	16749	13 %
Bastante de acuerdo	4.00	9425	32554	25 %
Me es indiferente	3.00	8363	28944	22 %
Bastante en desacuerdo	2.00	5776	19024	15 %
Totalmente en desacuerdo	1.00	8979	33527	26 %

Como paso el tiempo es más importante que el dinero que gano

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	10191	36428	28 %
Bastante de acuerdo	4.00	11061	37298	29 %
Me es indiferente	3.00	8474	30191	23 %
Bastante en desacuerdo	2.00	4339	15637	12 %
Totalmente en desacuerdo	1.00	2966	11244	9 %

Es más importante cumplir con mi deber que disfrutar de la vida

Valor	Score	Muestra	Ponderado	% Filtro
Totalmente de acuerdo	5.00	7999	30005	23 %

# Abrir un archivo guardado

Su análisis de Cluster guardado se puede encontrar en la página Navegador del Análisis de consumidores del índice de grupos objetivo, marcado como un tipo de archivo Cluster'.

The screenshot shows the KANTAR MEDIA TGI Consumer Analysis interface. On the left, there are several menu items: Choices Online, TGI Snapshot, Exportación de Target, Análisis de Medios, Insights, and En progreso. The main area displays a table of saved files under the heading 'MIS ARCHIVOS'. The table has columns for 'Nombre del Archivo', 'Encuesta', 'Tipo', and 'Fecha'. The first row is highlighted, and the word 'Cluster' in the 'Tipo' column is circled in red. Below the table is a 'COMPARTIR' button.

Nombre del Archivo	Encuesta	Tipo	Fecha
<input type="checkbox"/> Consumidores Gaseosas	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Cluster	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Conumidores Gaseosas	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Tabulación ...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> corres gaseosas	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Corres...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Corres	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Corres...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Correspondencia + cluster	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Correspond...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Correspondencia	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Correspond...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Gaseosas	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_DIGITAL_ARBRCOMX_P	Tabulación ...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Cluster - Novedades	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Tabulación ...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Correspondencia - Novedades	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Corres...	15/05/2023
<input type="checkbox"/> Análisis de Medios	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Medios	11/05/2023
<input type="checkbox"/> Medios	Target Group Index LATINA – Portugués 2022R2_P	Medios	11/05/2023
<input type="checkbox"/> informe tendencia	Target Group Index LATINA – Español 2022R2_P	Tabulación ...	11/05/2023

4

Cluster – importar las  
soluciones

# Importar segmentaciones para usar en una tabla cruzada

Puede importar grupos de cluster para usar en su tabla cruzada haciendo clic en el botón Importar y seleccionando Cluster'. Esto abrirá un cuadro de diálogo que enumera todos los proyectos de clúster guardados disponibles, mostrando de dónde proviene cada uno: creado a partir de un proyecto de clúster o correspondencia.

Seleccione un proyecto de la lista para ver sus soluciones. Tiene la opción de importar a 'Usuario' (solo estará disponible para usted - opción predeterminada) o 'Común' (estará disponible para todos los usuarios de Choices Online en su empresa).

Seleccione una solución para importarla al diccionario y haga clic en OK. Tenga en cuenta que solo puede importar una solución a la vez.

The screenshot shows the Kantar Media Choices Online interface. The main menu on the left includes options like 'Base', 'Columnas', 'Filas', and 'Informe de Tendencias'. The top navigation bar contains 'Nuevo Informe', 'Importar', 'Grafico', 'Informes Rápidos', 'Ocultar', 'Intercambiar', 'Opciones de Visualización', 'Ordenar', 'Excel', 'Resaltar', 'Mapa de Color', 'REDEFINIR', and 'GUARDAR'. The 'Importar' dropdown menu is open, showing options for 'archivo .spc', 'Cluster', and 'Elementos'. The 'Cluster' option is highlighted by a mouse cursor. The 'IMPORTAR SOLUCIÓN DE CLUSTER' dialog box is open, displaying a table of projects and solutions.

Proyecto	Análisis	Fuente	Soluciones
Corres	Cluster-Cluster + corres	Correspondence	Solution 2
corres gaseosas	Cluster-Análisis 3	Correspondence	Solution 3
Correspondencia - Novedades	Cluster Novedades-Cluster Nov...	Correspondence	Solution 4

At the bottom of the dialog, there are radio buttons for 'Usuario' (selected) and 'Común', and 'CERRAR' and 'OK' buttons.

# Soluciones de Cluster en el diccionario

La solución de clúster ahora se importa al diccionario y se puede acceder desde Filas, Columnas o Generador de targets.



# Soluciones de Cluster en el diccionario

Dentro de la pestaña 'Clúster' en el diccionario, puede ver la Solución de clúster que importó anteriormente, que contiene las carpetas 'Usuario' y 'Común'.

The screenshot displays the software interface with the following elements:

- Left Menu (MENÚ):**
  - Base
  - Columnas
  - Filas
  - CAMBIAR GRUPO DE BASES DE DATOS: Target Group Index LATINA – Español
  - CAMBIAR EL PERIODO DEL INFORME: TGI LATINA 2022 R2 - Personas
  - Informe de Tendencias
  - Correspondencia (with icon)
  - Cluster (with icon)
- Top Bar:**
  - Search icon and input field
  - MIS TARGETS button
  - DICIONARIO button (highlighted in purple)
  - LISTA DE PERFILES button
- Navigation:**
  - CLUSTER breadcrumb (highlighted in red)
  - Soluciones breadcrumb
  - CLUSTER > SOLUCIONES breadcrumb (highlighted in red)
- Solutions List:**
  - > Común
  - > Usuario



# Soluciones de Cluster en el diccionario

The screenshot shows the Kantar Media Choices Online interface. The top navigation bar includes 'KANTAR MEDIA' and 'Choices Online'. Below this, there are tabs for 'MY TARGETS', 'DICTIONARY', and 'PROFILE LISTS'. The main content area displays a breadcrumb trail: 'CLUSTER > SOLUTIONS > USER'. The current view is 'Chocolate Users-Analysis 1-Solution 6'. A table lists several clusters with checkboxes for selection. The table has columns for 'Sample' and '(000)'. At the bottom, there are buttons for 'EDIT ROWS', 'BUILD ROWS', 'GROUP', and 'ADD'.

Cluster	Sample	(000)
<input type="checkbox"/> Select All ▲		
<input type="checkbox"/> White	962	2,093
<input type="checkbox"/> Red	641	491
<input type="checkbox"/> Yellow	1,081	2,176
<input type="checkbox"/> Blue	653	1,337
<input type="checkbox"/> Green	889	1,384
<input type="checkbox"/> Purple	932	1,747

Los usuarios pueden seleccionar Todos o clusters individuales y agregarlos al análisis cruzado para profundizar en su estudio y crear un target de clusters completo con datos demográficos, de medios o de consumo.

Los Clusters se tratan como cualquier otra información de diccionario y se pueden combinar con otras variables mediante el constructor Target.