

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo generar una propuesta de patrones de consumo que permitan mejorar la entrega de fuentes de información para una publicidad focalizada a las necesidades de los clientes, mejorar el procesamiento de grandes volúmenes de datos y mejorar los tiempos de ejecución del proceso, la propuesta será materializada a través de la consolidación de las transacciones de los consumos, mediante un gestor de datos, realizar la limpieza y depuración de variables para aplicar técnicas de data mining, el resultado será disponibilizado en un repositorio que facilite el análisis y acceso para la obtención de los resultados. Para lograr el propósito se seguirá la **metodología de investigación experimental**, la cual consta de cinco fases, la fase **planteamiento de un problema de conocimiento** donde se realiza la elección del problema, continua con la **formulación de hipótesis** donde es la anticipación de un resultado, luego pasa a la **realización de un diseño adecuado a la hipótesis** donde el diseño refleja el plan o esquema de trabajo del investigador, es su organización formal. El diseño incluye diversos subprocesos, describe con detalle qué se debe hacer y cómo realizarlo, continua con la fase de **recogida y análisis de datos**, y finalmente llega a la fase de **elaboración de conclusiones**. Al finalizar el estudio se espera tener un proceso documentado, que cumpla con el objetivo propuesto y que aporte a la gestión de Marketing en la mejora de su publicidad asertiva focalizada a las necesidades de cliente.

PALABRAS CLAVE:

- **DATA MINIG**
- **MARKETING**
- **PATRONES DE CONSUMO**

ABSTRACT

This study aims to generate a proposal of consumption patterns that allow improving the delivery of information sources for targeted advertising to the needs of customers, improve the processing of large volumes of data and improve the execution times of the process, The proposal will be materialized through the consolidation of consumption transactions, through a data manager, perform the cleaning and debugging of variables to apply data mining techniques, the result will be available in a repository that facilitates the analysis and access to Obtaining the results. To achieve the purpose, the experimental research methodology will be followed, which consists of five phases, the approach phase of a knowledge problem where the choice of the problem is made, continues with the formulation of hypotheses where the anticipation of a result is, then It goes on to the realization of a design adapted to the hypothesis where the design reflects the plan or scheme of work of the researcher, is his formal organization. The design includes various threads, describes in detail what should be done and how to do it, continues with the phase of data collection and analysis, and finally reaches the stage of drawing conclusions. At the end of the study, it is expected to have a documented process that meets the proposed objective and that contributes to Marketing management in the improvement of its assertive advertising focused on customer needs.

KEY WORD:

- **DATA MINIG**
- **MARKETING**
- **CONSUMPTION PATTERNS**