

Resumen

Se ha establecido una nueva estrategia de marketing para la Marca Fideos Cayambe, en la que se analiza el posicionamiento a través de redes sociales, para obtener un porcentaje de incremento en las ventas de marca a nivel nacional. Es necesario contar con información precisa, que nos permita conocer cuáles son las opiniones de los consumidores acerca de la marca a nivel de la red social Facebook. Según varias investigaciones, existen diferentes técnicas y herramientas con las que se puede realizar la extracción, preparación y procesamiento de datos, aplicando algoritmos de minería de datos. Este proyecto consiste en el desarrollo de la metodología CRISP-DM, mediante la cual, se ha analizado la información recolectada de la red social Facebook; con la finalidad de evaluar y determinar las opiniones de las personas, dejando como resultado una percepción positiva, en base a los comentarios publicados por los seguidores de la marca a nivel nacional. Las técnicas aplicadas fueron: árboles de clasificación, clustering y regresión lineal. Se ha establecido como la técnica más adecuada, según el análisis realizado, la técnica de árboles de clasificación, por su mayor porcentaje de correlación entre las variables establecidas. WEKA y Qlick View fueron las herramientas que han sido evaluadas y usadas para el procesamiento de dichas técnicas

Palabras Clave:

- **MINERIA DE DATOS**
- **ANALISIS DE SENTIMIENTOS**
- **INTELIGENCIA DE NEGOCIOS**

Abstract

A new marketing strategy has been established for the Cayambe Noodle Brand, which analyzes the positioning through social networks, to obtain a percentage increase in brand sales nationwide. It is necessary to have accurate information, which allows us to know what are the opinions of consumers about the brand at the level of the social network Facebook. According to several investigations, there are different techniques and tools that can be used to extract, prepare and process data, applying data mining algorithms. This project consists of the development of the CRISP-DM methodology, through which the information collected from the social network Facebook has been analyzed; with the purpose of evaluating and determining the opinions of the people, leaving as a result a positive perception, based on the comments published by the followers of the brand at the national level. The applied techniques were: classification trees, clustering and linear regression. According to the analysis carried out, the technique of classification trees has been established as the most adequate technique, due to its higher percentage of correlation between the established variables. WEKA and Qlick View were the tools that have been evaluated and used for the processing of these techniques

Key words:

- **DATA MINING**
- **FEELING ANALYSIS**
- **BUSINESS INTELLIGENCE**