

RESUMEN

La información constituye hoy en día un medio estratégico fundamental para la gestión de la organización. En la Industria Retail – ventas al detalle – cada vez es más necesario contar con información que optimice la toma de decisiones para lograr una mayor competitividad y posicionamiento de la empresa. La Minería de Datos, proporciona la información requerida, en este caso particular, a través de la generación de Reglas de Asociación, la cual busca encontrar asociaciones entre los productos involucrados en las transacciones.

En esta investigación se examinan las ventas de una empresa perteneciente a la Industria Retail, un supermercado, determinando Reglas de Asociación entre productos a través del algoritmo Dynamic Itemset Counting (DIC), para analizar la Canasta de Compra, desde una base de datos compuesta por 124.028 transacciones, 3.070 productos y 105 rubros de familia, obteniendo información adecuada para diseñar estrategias de precio, promoción y administración del inventario con el principal efecto del aumento de las ventas.

De los resultados obtenidos, se puede concluir que los rubros de familia y productos encontrados en las reglas representan compras comunes sin la presencia de patrones inusuales, no obstante, se generan reglas válidas, y según las medidas de calidad son interesantes y los productos asociados son positivamente dependientes.