

IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO
REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

UM SISTEMA DE RECOMENDAÇÃO QUE ENCONTRE COMPRADOR PARA PRODUTOS COM BAIXO GIRO

AUTOR PRINCIPAL: Luiz Eugênio Barbieri

COAUTORES: -

ORIENTADOR: Dr. Cristiano Roberto Cervi

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO:

Atualmente as empresas possuem técnicas de aprimoramento de estoque, objetivando que não falte ou sobre produtos, qualificando o tradicional conceito de giro de estoque. No entanto, técnicas de vendas para produtos com baixo giro não foram encontradas na literatura.

Neste contexto, um conceito que pode potencializar a venda de tais produtos é o de sistemas de recomendação, que tem como intuito apresentar a um determinado usuário, com base em determinados critérios, itens que apontem alta possibilidade de interesse ao mesmo (HERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ et al., 2016).

Tal conceito tem forte presença em trabalhos das ciências cognitivas, teorias da aproximação, recuperação de informação, teoria de previsões e também nas áreas de administração e marketing (MURTHI; SARKAR, 2003).

Com base nessas informações, este trabalho tem por objetivo desenvolver um sistema de recomendação que encontre o cliente com maior probabilidade de aquisição de um determinado produto com baixo giro.

DESENVOLVIMENTO:

Para vender um produto que está parado no estoque há muito tempo, empresas procuram baixar seu preço a ponto de igualar ao preço de compra, alegando ao cliente uma alta porcentagem de desconto, e o faz gerando publicidade aberta em praça pública, procurando fazer a informação chegar ao maior número de pessoas. Diante de tal abordagem, identificou-se que existe grandes possibilidades de aplicação de sistemas de recomendação, pois pode-se analisar o tempo passado, procurando

IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



dentre os clientes que já compraram produtos da empresa, aqueles que terão maior probabilidade de adquirir o produto em questão.

A partir de pesquisas bibliográficas e demanda empresarial, principalmente do setor de atacado (distribuidoras), foi proposta a implementação de um sistema de recomendação que realize o procedimento descrito acima.

O mesmo será desenvolvido em linguagem de programação C#, ASP.NET, Bootstrap e SQL Server, podendo ser ligado a outros bancos de dados, tendo como único requisito estar adaptado às informações e estruturas necessárias para pleno funcionamento.

Num primeiro momento será definida a fórmula para a categorização dos produtos, a modelagem do perfil dos clientes e o método de recomendação mais adequado. Estas etapas são essenciais para que se chegue a bons resultados.

A etapa seguinte se configura como fase de testes do sistema em campo. Tais testes consistem em uma propaganda direcionada a possíveis compradores, ou seja, aqueles com perfil de compra que mais possuem similaridade com determinado produto.

Ao final, espera-se que o sistema possa encontrar com precisão compradores para os produtos com baixo giro, fazendo com que a rotatividade do produto aumente, os gastos com manutenção do estoque e propaganda diminuam, as propagandas sejam mais direcionadas ao consumidor que possui mais interesse nos produtos, bem como ocorra uma redução no desperdício de materiais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Conclui-se que a aplicação de sistemas de recomendação é capaz de auxiliar empresas de diversos setores a aumentar o fluxo do estoque, reduzindo os gastos relacionados ao produto parado e aumentando a renda da empresa. Além disso, melhorará a experiência de compra do cliente, tendo em vista que o mesmo receberá uma propaganda personalizada, focada em seus principais interesses.

REFERÊNCIAS:

HERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, S. et al. A recommender system applied to the indirect materials selection process (RS-IMSP) for producing automobile spare parts. *Computers in Industry*, v. 82, p. 233–244, out. 2016.

MURTHI, B. P. S.; SARKAR, S. The Role of the Management Sciences in Research on Personalization. *Management Science*, v. 49, n. 10, p. 1344–1362, 1 out. 2003.

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa): -

ANEXOS: