

Inicio de proyecto: Sistema de Recomendación

[Subtítulo del documento]



Esteban Hidekel Solares Orozcoa01657027

Diego Armando Ayala Hernández a01376727

Leonardo Seguraa01176833

1. Introducción a los sistemas de recomendación:

Los sistemas de recomendación son herramientas que analizan datos históricos de usuarios y mercancías para recelar y prevenir ítems que un favorecido independiente podría rondar sobre aviso en consumir. Su gravedad radica en su preparación para enmendar la indagación del favorecido, agrandar la requisa y la fidelidad, de esta manera como incrementar las ventas y la comodidad del cliente en diversas industrias.

Importancia y relevancia en diferentes industrias:

- Comercio electrónico: En naciente ámbito, los sistemas de recomendación pueden agrandar las ventas cruzadas y enmendar la indagación de transacción del cliente al prevenir mercancías complementarias ya similares a los que ha mostrado tesón previamente. Por ejemplo, Amazon utiliza sistemas de asideros para prevenir mercancías relacionadas ya basados en él circunstancias de compras de un favorecido.

- Servicios de streaming: Plataformas como Netflix, Spotify y YouTube utilizan los sistemas de recomendación para personalizar la capacidad que se notifica a los usuarios, aumentando de esta manera la requisa y el vigencia de estadía en la plataforma. Estos sistemas analizan el circunstancias de reproducción, las preferencias declaradas y otros datos para prevenir películas, programas de televisión, tonada y videos que se adapten a los gustos individuales de cada favorecido.

2. Tipos de sistemas de recomendación:

- Filtrado colaborativo: estos sistemas recomiendan elementos en función de similitudes en las preferencias del usuario. Pueden ser de dos tipos: basadas en usuario, que recomiendan productos similares a los que el usuario ha consumido anteriormente, o basadas en productos, que recomiendan productos similares a los que el usuario ha consumido anteriormente.

- Filtrado basado en contenidos: Este método recomienda productos similares a los que el usuario ha utilizado en el pasado, en función de sus atributos o características (como género, categoría, palabra clave, etc.). Este método no se basa en la interacción entre usuarios, sino que se basa en las propiedades del contenido mismo.

- Sistemas de recomendación híbridos: estos sistemas combinan múltiples métodos de recomendación para aprovechar cada método. Por ejemplo, los sistemas híbridos podrían combinar colaboración y filtrado basado en contenido para brindar recomendaciones más precisas y personalizadas.

3. Metas y objetivos:

Comercio electrónico: El objetivo principal de los sistemas de recomendación en el comercio electrónico es aumentar las ventas recomendando productos relevantes y personalizados a cada usuario. Además, busca mejorar la experiencia del cliente y aumentar la fidelidad a la marca.

Servicios de streaming: en este caso, el objetivo principal es aumentar la participación y retención de los usuarios en la plataforma proporcionando recomendaciones precisas y personalizadas que coincidan con los gustos y preferencias personales de cada usuario. También busca aumentar la satisfacción del usuario facilitando el descubrimiento de contenidos nuevos y relevantes.

4. Creación de repositorio GitHub:

https://github.com/DiegoAyalaH/ProyectoBigData.git