**Sobre Vásquez JD**

Para productos de moda con ciclo de vida corto y alta rotación (¿es nuestro caso?). Tiene dos etapas: demanda estimada por regresiones y modelo de estimación; y algoritmo de programación dinámica (muy parecido a lo que queremos hacer).

En la figura 3 aborda el tema de las promociones y ofertas, mediante la comparación de unidades vendidas con el precio promedio, cuando ambos valores son demasiado diferentes.

Metodología: KDD *Knowledge Discovery Database* (Descubrir conocimientos de base de datos).

Pricing es parte de las 4 P del marketing (Producto, Promoción, Plaza y Precio).

Modelo: maximizar ingresos dados por el precio por el mínimo entre inventario y demanda por producto y por periodo. (interesante considerar la función mínimo, pero para optimizar puede traer problemas)

Demanda la estima por regresión lineal, pero nosotros lo haremos buscando distribuciones y predicción por Machine Learning.

El modelo de optimización con programación dinámica se parece más a lo que queremos hacer nosotros. Habría que ajustar los límites de las series. Decidió utilizar heurísticas finalmente.

No aborda mucho más de la programación dinámica al ir por heurísticas en el desarrollo.

**Sobre Chen y Simchi-Levi**

Horizonte finito de tiempo, para un único producto. El problema de pricing y decisiones de inventario ocurren de forma simultánea. Hay una política (s, S, p) óptima. Tiene el modelo y ecuaciones pensadas para esas características.

**Sobre Deep reinforcement learning for inventory control**