

## **O uso de agentes inteligentes aplicados ao comércio eletrônico como medida de maximização de vendas no varejo**

**Roney D. Freitas<sup>1</sup>, Janaide N. de Sousa<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Faculdade Ieducare – Campus Tianguá, <sup>2</sup>Discente do Curso de Sistemas de Informação, Professor(a) Orientador(a).

Palavras Chave: *Agentes. Comércio Eletrônico. Vendas.*

### **INTRODUÇÃO**

O comércio eletrônico trata-se de todos os processos envolvidos na cadeia de valor em um ambiente eletrônico, utilizando de ferramentas com grande tecnologia de informação e de comunicação com o propósito de proporcionar em um ambiente virtual as necessidades exigidas pelos negócios. Os agentes inteligentes são sistemas computacionais que habitam em um ambiente complexo e dinâmico, sensoreiam e atuam automaticamente nesse ambiente realizando suas tarefas e metas as quais foram designadas. Nesse enfoque a principal característica dos agentes aplicados ao comércio eletrônico é promover a venda de produtos aos compradores de forma rápida atrativa e eficiente. Esse trabalho tem como objetivo relatar a aplicação de agentes inteligentes de como é eficiente empregar ao comércio eletrônico com o objetivo de um significativo aumento nas vendas do varejo.

### **METODOLOGIA**

O trabalho foi realizado através de pesquisas feitas em forma de livros, matérias digitais e outras fontes, a metodologia a ser explorado consiste em realizar o levantamento da ideia, de como são aplicados os agentes inteligentes, nas vendas de produtos no varejo, por meio da tecnologia da informação onde está implantado o comércio eletrônico, que grande parte das empresas tem si preocupado na implementação desse método, com objetivo de buscar negócios que satisfaçam as necessidades dos clientes, aproximando, fidelizando, agradando e consequentemente obter um aumento considerável ao número de vendas.

### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os agentes inteligentes com suas aplicabilidades em comércio eletrônico, proporcionam aos usuários maior facilidade na escolha de mercadoria, com características específicas para o mesmo, sugerindo modos de obtenção de informações desejadas, selecionando produtos,

mostrando comparações e negociando preços. Além de conceder às empresas, vantagens de como buscar clientes externos sem incomodar os não interessados, levando seus itens de forma eficaz.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conclui-se, que aplicações realizadas pelos agentes em comércio eletrônico, facilita a obtenção de produtos por clientes de forma ágil, economizando tempo de busca e negociações, mostrando melhores possibilidades de compras, deixando assim os clientes com um grau maior de satisfação, maximizando as vendas de produtos no varejo.

### **AGRADECIMENTOS**

A Faculdade Ieducare, aos coordenadores de campus e de curso e em especial aos docentes da instituição que colaboraram para a realização desse trabalho.

<sup>1</sup>Stuart J. Russell y Peter Norvig. *Inteligencia Artificial Un Enfoque Moderno*. 2ª edición. Editora Person Educación, S.A., Madrid 2004.

<http://www.freelibros.org/ingenieria/inteligencia-artificial-un-enfoque-moderno-segunda-edicion.html>

<sup>2</sup><http://www.fatecsp.br/dti/tcc/tcc0027.pdf>

<sup>3</sup><http://www.centropaulasouza.sp.gov.br/pos-graduacao/workshop-de-pos-graduacao-e-pesquisa/anais/2007/comunicacao-oral/gestao-e-desenvolvimento-de-tecnologias-da-informacao-aplicadas/carazato,%20flavio.pdf>