

Tabla de Contenido

| | |
|--|-----------|
| 1. Introducción | 1 |
| 1.1. Motivación | 1 |
| 1.2. Descripción del problema | 2 |
| 1.3. Objetivos | 2 |
| 1.3.1. Objetivo general | 2 |
| 1.3.2. Objetivo específico | 3 |
| 1.4. Resumen de la metodología | 3 |
| 2. Marco Teórico y Estado del Arte | 4 |
| 2.1. Marco Teórico | 4 |
| 2.1.1. Sistemas de Recomendación | 4 |
| 2.1.1.1. Sistemas de recomendación colaborativos | 4 |
| 2.1.1.2. Sistemas de recomendación por contenido | 6 |
| 2.1.1.3. Sistemas de recomendación por conocimiento | 6 |
| 2.1.1.4. Sistemas de recomendación híbridos | 7 |
| 2.1.1.5. Métricas de evaluación de los sistemas de recomendación | 9 |
| 2.1.2. Métricas de evaluación de desempeño en ecommerce (KPI) | 11 |
| 2.2. Estado del Arte | 13 |
| 3. Metodología | 14 |
| 3.1. Exploración de las fuentes | 14 |
| 3.2. Selección del <i>embedding</i> | 15 |
| 3.3. Cálculo de la distancia coseno e iteración diaria | 16 |
| 3.4. Evaluación | 17 |
| 3.5. Plataforma | 18 |
| 3.6. Pruebas a realizar | 20 |
| 4. Resultados y análisis | 22 |
| 4.1. Resultados de la exploración de las bases de datos | 22 |
| 4.2. Resultados de la selección del <i>embedding</i> | 22 |
| 4.3. Resultados del modelo | 23 |
| 5. Conclusión y trabajo futuro | 29 |
| 5.0.1. Conclusión | 29 |
| 5.0.2. Trabajo futuro | 30 |
| Bibliografía | 31 |

| | |
|-------------------------------|-----------|
| Anexo A. Resultados | 34 |
| A.1. Distribuciones | 34 |