

# SRA

Service Reputation Algorithm

# Relación entre usuarios

- Reputación independiente para cada usuario
- Usuarios con gustos similares => Más peso
- Usuarios con gustos distintos => Menos peso

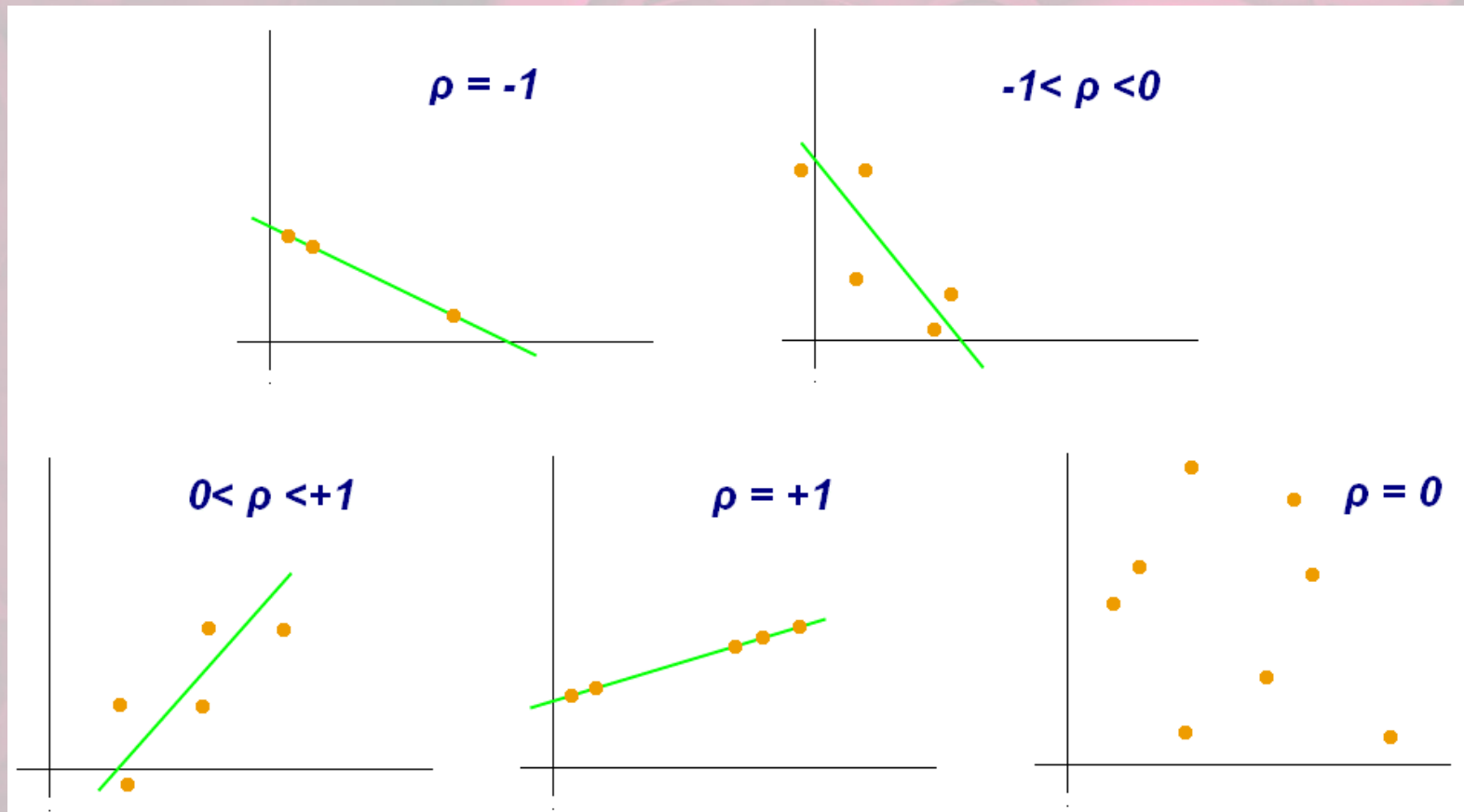


# Pearson

- Valores entre  $[-1, 1]$
- $-1 \Rightarrow$  usuarios con gustos totalmente distintos
- $1 \Rightarrow$  usuarios con gustos totalmente iguales
- $0 \Rightarrow$  usuarios con gustos dispares



# Pearson





# Ventajas

- Reputación más eficaz
- Anima al usuario a valorar más veces y de forma correcta
  - La reputación obtenida va a depender de lo sincero que sea valorando los servicios

# Penalizaciones

- Valoraciones demasiado seguidas
- Valoraciones en un intervalo de tiempo cercano
- Valoraciones muy antiguas
- Concepto: CALIDAD DE LA VALORACIÓN



# Parámetros

- Aspectos
  - Tipos de clientes con diferentes aspectos
    - Ponderados
  - Aspectos variables
    - Ponderados
- Quality Degradation
  - Cada valoración tiene su calidad
    - $1 \Rightarrow$  Máxima calidad
    - $< 1 \Rightarrow$  Calidad mermada (fechas muy seguidas,...)
    - $0 \Rightarrow$  Descartado (“spam”)

# Parámetros

- Quality Degradation
  - Fechas
    - Mismo día => Varias MUY penalizadas
    - Intervalos cortos => Penalización ponderada
      - Penalización difusa
- Antigüedad
  - Quitar peso a valoraciones MUY antiguas



# Quality Degradation

- Valoración = Valoración \* calidad
- Calidad
  - $[0, 1] \Rightarrow$  Fechas extrañas \* Fechas seguidas \* degradación de cercanía \* penalización antiguas



SRA