

# Problema de negócio

Como fazer com que os agentes conversacionais atinjam a sua medida de desempenho de forma mais eficiente.

# Contexto – Medida de desempenho

Medida de desempenho é o objetivo definido pelo botmaster (quem constroe o cérebro do chatbot) para seu agente conversacional, por exemplo se for um chatbot para abrir uma conta, a medida de desempenho pode ser “abrir a conta com o mínimo de interações possíveis” se for um chatbot que identifica risco de covid a medida de desempenho é “a quantidade de riscos identificados com sucesso”

# Stakeholders/Impactados pela pesquisa

- Empresas que querem ou utilizam agentes conversacionais
- Programadores que estão criando agentes convencionais
- Usuários dos chatbots que terão disponível chatbots que simulam e entendem sentimentos, ou seja quase todo mundo que utiliza chatbots, caso os chatbots utilizem o arcabouço teórico que será construído e a hipótese se confirme que o uso de sentimentos melhora a interação

Questão de pesquisa (apesar de várias, querem dizer a mesma coisa – escolher uma delas)

- O uso de sentimentos em agentes conversacionais pode influenciar positivamente a medida de desempenho de um agente conversacional?
- Qual é a influência dos sentimentos em agentes conversacionais na medida de desempenho?
- Um agente conversacional que usa sentimentos atinge melhor seus objetivos definidos?
- Sentimentos em chatbots melhoram a interação com o usuário?

# Título: Analise de sentimentos em Agentes Conversacionais com Dinâmica de Sistemas

Doutorando: Giseldo

Orientadores: Dr. Antônio e Dr. Tarcio

# Campo de Estudo

- Agentes Conversacionais
- Dinâmica de Sistemas
- Análise de sentimentos
- Processamento de Linguagem Natural

# Hipótese

- H1 O uso de um motor de análise de sentimentos influencia positivamente a medida de desempenho de agentes conversacionais
- H2 O uso de dinâmica de sistemas em um motor de análise de sentimentos influencia positivamente a medida de desempenho de agentes conversacionais

# Metodologia

- Pesquisa Exploratória com análise quantitativa dos resultados
- Experimento com usuários:
  - Comparação da medida de desempenho com chatbots que usam sentimento com chatbots que não usam sentimentos.
  - Medição: Confiança do usuário, satisfação do usuário, e análise das medida de desempenho (tempo para atingir o objetivo da tarefa)



# Referências

- Métodos para Análise de Sentimentos em mídias sociais:  
<https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/webmedia-short-course.pdf>
- Tese “Capturando a Dinâmica da Gestão da Terceirização de Tecnologia da Informação para o Apoio a Decisões: Um estudo de caso em organizações públicas” Bezerra, 2015.
- Livro “Software Process Dynamic” Madachy 2007