

Análise de Sentimento em um Contexto Econômico de Previsão de Tendências do Consumidor



Isadora Russo Friedericks
2023

hipóteses:

- A qualidade da análise de sentimento pode influenciar a precisão da previsão de tendências do consumidor. Ou seja, a qualidade da análise de sentimento, incluindo a escolha de fontes de dados, a seleção de palavras-chave relevantes e o uso de algoritmos de análise de sentimento adequados, pode ter um impacto significativo na precisão das previsões de tendências do consumidor.
- Existe uma relação positiva entre o sentimento do consumidor e a demanda do produto. Ou seja, quando o sentimento do consumidor em relação ao produto é positivo, é esperado que a demanda do produto aumente.
- O preço do produto pode afetar a relação entre o sentimento do consumidor e a demanda do produto. Por exemplo, quando o preço do produto é alto, o sentimento do consumidor pode ter um efeito menor na demanda do produto em comparação com quando o preço é baixo.
- O efeito da publicidade na demanda do produto pode variar dependendo do sentimento do consumidor. Por exemplo, quando o sentimento do consumidor em relação ao produto é negativo, a publicidade pode ter um efeito menor na demanda do produto em comparação com quando o sentimento é positivo.

objetivos

- O objetivo principal é prever as tendências do consumidor, a partir da análise de sentimentos dos consumidores em relação a um produto ou marca. Isso ajudará as empresas a planejar suas estratégias de negócios, como produção, distribuição e marketing, para atender às demandas do mercado. Além disso, ao prever as tendências do consumidor, o modelo pode ser usado para identificar as causas por trás dessas tendências. Isso permitirá que as empresas entendam melhor as necessidades e desejos dos consumidores, bem como as mudanças no mercado.

questões

referencias bibliograficas iniciais

Análise de Sentimentos: Relação da experiência do consumidor com base nas avaliações das online reviews (Camilo, 2021)