



Análise Quantitativa de Dados em Marketing

Mestrado em Marketing



Ana Brochado

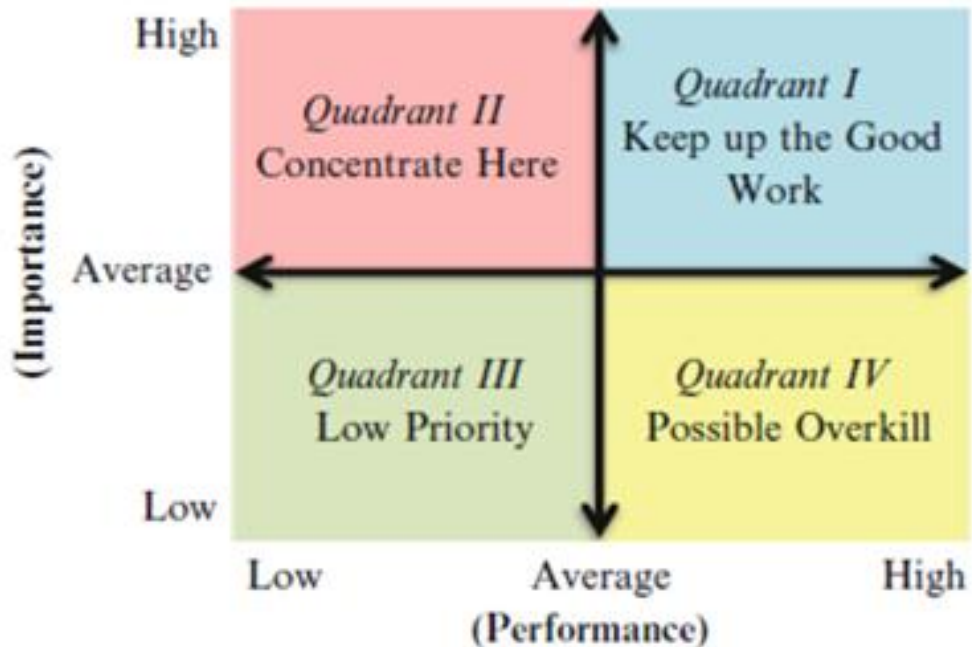
Ficha n.º 6

**Testes paramétricos e não paramétricos para
amostras emparelhadas**

- Teste a existência de diferenças entre a importância (P2Q1) e a avaliação do hostel (P3Q2) para cada um dos 10 critérios:
 - Atmosphere: P2Q1.1 e P3Q2.1;
 - Location: P2Q1.2 e P3Q2.2;
 - Quality of the Staff: P2Q1.3 e P3Q2.3;
 - Facilities: P2Q1.4 e P3Q2.4;
 - Price: P2Q1.5 e P3Q2.5;
 - Cleanliness: P2Q1.6 e P3Q2.6;
 - Security: P2Q1.7 e P3Q2.7;
 - Existence of a bar service: P2Q1.8 e P3Q2.8;
 - Meeting other travelers: P2Q1.9 e P3Q2.9;
 - Internet facilities: P2Q1.10 e P3Q2.10.

1. Formule, para cada teste realizado, a hipótese nula e alternativa.
2. Justifique o teste escolhido.
3. Comente os resultados.
4. Apresente os resultados obtidos numa tabela com um formato adequado à inserção num relatório.

5. Realize uma análise para os 10 atributos da relação entre a importância e a percepção da qualidade usando a abordagem IPA – Importance Performance Analysis.



6. Elabore conclusões finais e recomendações, numa perspetiva de melhoria a qualidade do serviço.