



Análise Quantitativa de Dados em Marketing

Mestrado em Marketing



Ana Brochado

Ficha n.º 2

TRANSFORMAÇÃO DE VARIÁVEIS E SELECÇÃO DE CASOS

1. Partindo da variável P4Q2 – ano de nascimento, crie uma nova variável ‘Age’, com a idade dos inquiridos.

Transform – Compute Variable

2. Partindo da variável ‘Age’ criada na alínea anterior, crie uma nova variável ‘Age Group’, considerando 3 categorias de idades: (i) 15-25; (ii) 26-29; (iii) 30 ou mais

Transform – Recode into Different Variables

3. A questão P2Q4 ‘[...] what do you think about the hostel rating/review by the users?’ encontra-se codificada de forma inversa:

- ‘Most of the times is correct’ **[1]**
 - ‘Sometimes is correct’ **[2]**
 - ‘It is rarely correct’ **[3]**
- Recodifique criando uma nova variável P2Q4Rec, em que:
 - ‘It is rarely correct’ **[1]**
 - ‘Sometimes is correct’ **[2]**
 - ‘Most of the times is correct’ **[3]**

4. Efetue uma análise descritiva da variável P1Q6 'How many nights are you planning to stay in Lisbon?'.

- Identifique o número médio de dias de estadia em Lisboa.

Analyse – Descriptive Statistics – Explore

- Com base representações gráficas: caixa de bigodes 'boxplot' e diagram de caule e folhas 'stem & leaf' identifique os outliers extremos.
- Identifique o número médio de dias de estadia em Lisboa sem os outliers extremos.

Data – Select Cases

Analyse – Descriptive Statistics - Explore