



Análise Quantitativa de Dados em Marketing

Mestrado em Marketing



Ana Brochado

Ficha n.º 5

**Testes paramétricos e não paramétricos para
amostras independentes**

Teste a existência de diferenças na importância atribuída aos 10 critérios de escolha de um Hostel (P2Q1.1 a P2Q1.10) em função das seguintes características dos respondentes:

- Sexo (P4Q3);
- Idade (AgeGroup);
- Origem (Origin).

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. Elabore conclusões finais e recomendações, numa perspetiva de identificação de segmentos e de definição de uma oferta para cada segmento.