

## TESTE de HIPÓTESE

Casos para aulas de teste de hipóteses para duas amostras.

- (1) **Teste de hipótese para duas proporções.** Você é um gerente da *T.C. Resort Properties*, um grupo de hotéis cinco estrelas localizados em duas ilhas balneárias. Em uma das ilhas, a *T.C. Resort Properties* possui dois hotéis, o *Beachcomber* e o *Windsurfer*. Você definiu como objetivo estratégico da empresa melhorar a taxa de retorno de hóspedes nos hotéis *Beachcomber* e o *Windsurfer*. No questionário preenchido pelos hóspedes na hora que deixam o hotel, uma das perguntas é se ele retornaria ao hotel. Respostas a essa e outras perguntas foram coletadas de 227 hóspedes no *Beachcomber* e 262 hóspedes no *Windsurfer*. Os resultados para a pergunta em questão indicaram que 163 dos 227 hóspedes do *Beachcomber* responderam que sim, retornariam ao hotel, enquanto 154 dentre 262 hóspedes do *Windsurfer* responderam que sim, retornariam ao hotel. No nível de significância de 0,05, existem evidências de uma diferença significativa em termos da satisfação dos hóspedes (medida com base na probabilidade de retorno ao hotel) entre os dois hotéis?
- (2) **Teste de hipótese para duas médias e dois desvios-padrão.** O tipo de disposição de mercadorias utilizado em um supermercado afeta as vendas dos produtos? Como gerente regional de vendas da *BLK Alimentos* você deseja comparar o volume de vendas de refrigerantes da marca *BLK* quando o produto é exposto em uma localização normal de prateleira com o volume de vendas quando o produto é exposto em posições especiais de ponta de corredor. Para testar a eficácia da exposição em ponta de corredor você seleciona 20 filiais da cadeia de supermercados que apresentam volumes de vendas similares. Depois disso, você designa aleatoriamente 10 dentre as 20 para um grupo (grupo 1) e as outras 10 para outro grupo (grupo 2). Os gerentes das 10 lojas do grupo 2 passam a utilizar a exposição em locais especiais em ponta de corredor. Ao final de uma semana são registradas as vendas do refrigerante da marca *BLK*. De que modo você determinaria se as vendas do refrigerante *BLK* nas lojas que fizeram uso da exposição promocional de ponta de corredor são iguais àquelas ocorridas quando o refrigerante é exposto em prateleiras com localização regular? Como você seria capaz de decidir se a variabilidade das vendas de refrigerantes da marca *BLK*, de loja pra loja, é a mesma no que diz respeito aos dois tipos de exposição do produto? Como utilizar as respostas para essas perguntas de modo a incrementar as vendas dos refrigerantes *BLK*? Utilize as informações a seguir:

**Tabela 1.** Comparação de vendas (volume) de acordo com o local de exposição do produto

Normal					Ponta de Corredor				
22	34	52	62	30	52	71	76	54	67
40	64	84	56	59	83	66	90	77	84

- (3) **Teste de hipótese para duas médias.** Nove especialistas classificaram duas marcas de café colombiano em um experimento sobre testes de degustação. Uma classificação em uma escala de sete pontos (1 = extremamente desagradável, 7 = extremamente agradável) é atribuída a cada uma de quatro características: gosto, aroma, intensidade e acidez. Os dados a seguir apresentam as classificações resumidas – acumuladas ao longo de todas as quatro características.

**Tabela 2.** Classificação resumida (pontuação acumulada em quatro categorias).

Especialista	C.C	S.E.	E.G.	B.L.	C.M.	C.N.	G.N.	R.M.	P.V.
Marca A	24	27	19	24	22	26	27	25	22
Marca B	26	27	22	27	25	27	26	27	23

No nível de significância de 0,05, existem evidências de alguma diferença, em termos de média aritmética para as classificações resumidas, entre as duas marcas?