

# **Experiências de turistas motivados por produções audiovisuais**

Isabelle de Oliveira

Joaquim Neto

# Visão geral

- Introdução
- Metodologia
- Tratamento dos dados
- Análise exploratória
- Variáveis influentes
- Modelo de Regressão logística
- Conclusão

# Introdução

## Foco do estudo

O estudo realizado tem como foco os turistas que foram motivados a viajar por influência de produções audiovisuais.

## Objetivo

O objetivo geral é compreender de que maneira os turistas induzidos por produções audiovisuais vivenciam o turismo enquanto uma experiência de lazer.

## Definição turista

Casual: estava em um local relacionado ao universo das produções audiovisual por acaso;

Geral: o local não foi escolhido especificamente motivado pelas produções audiovisuais, mas aproveitei para realizar alguma atividade relacionadas ao universo cinematográfico;

Específica: quando a escolha do destino foi exclusivamente induzida/motivada por uma produção audiovisual.

# Metodologia

1. Tratamento do banco de dados

2. Análise descritiva e exploratória

3. Testes estatísticos para verificar a independência entre as variáveis explicativas e a variável de interesse (tipo do turista).

4. Modelo de regressão logística com as variáveis explicativas que não passaram no teste de independência.

# Tratamento dos dados

Nessa etapa inicial pegamos o banco de dados, que consistia de um questionário respondido pelo google forms, e selecionamos as respostas relevantes. Após a seleção das variáveis, fizemos o tratamento específico que julgamos necessário para testar a relevância de cada uma delas.

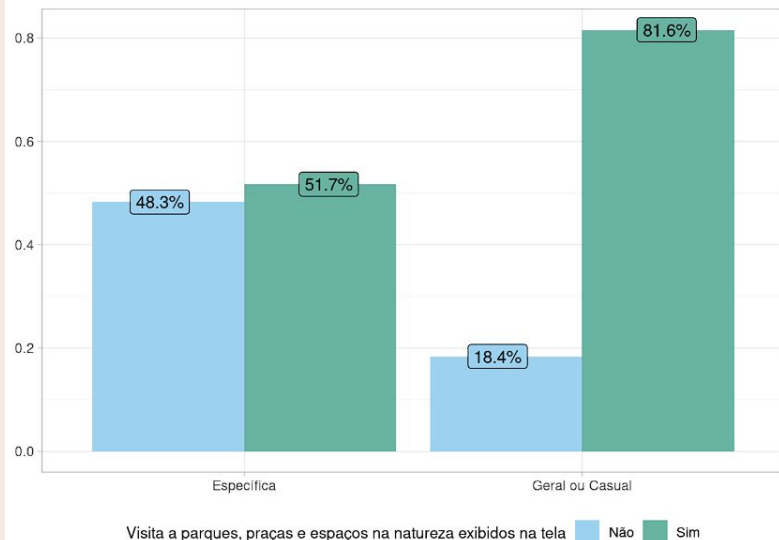
- A variável de interesse que originalmente tinha três categorias foi dicotomizada.
- Respostas estritamente abertas não foram levadas em consideração.
- Questões que permitiam múltipla escolha foram separadas em variáveis individuais com duas categorias (Sim ou Não).
- Variáveis com muitas categorias foram reduzidas à categorias mais relevantes e mais concisas (devido aos dados serem insuficientes).
- Os dados como um todo foram verificados e eventuais erros foram eliminados

# Análise exploratória

Após análise individual das variáveis em relação à variável de interesse, as perguntas relacionadas às **atividades de lazer durante a viagem, preferências em produções audiovisuais** e o **nível de satisfação com a experiência audiovisual-induzida** se destacaram.

## Resultados

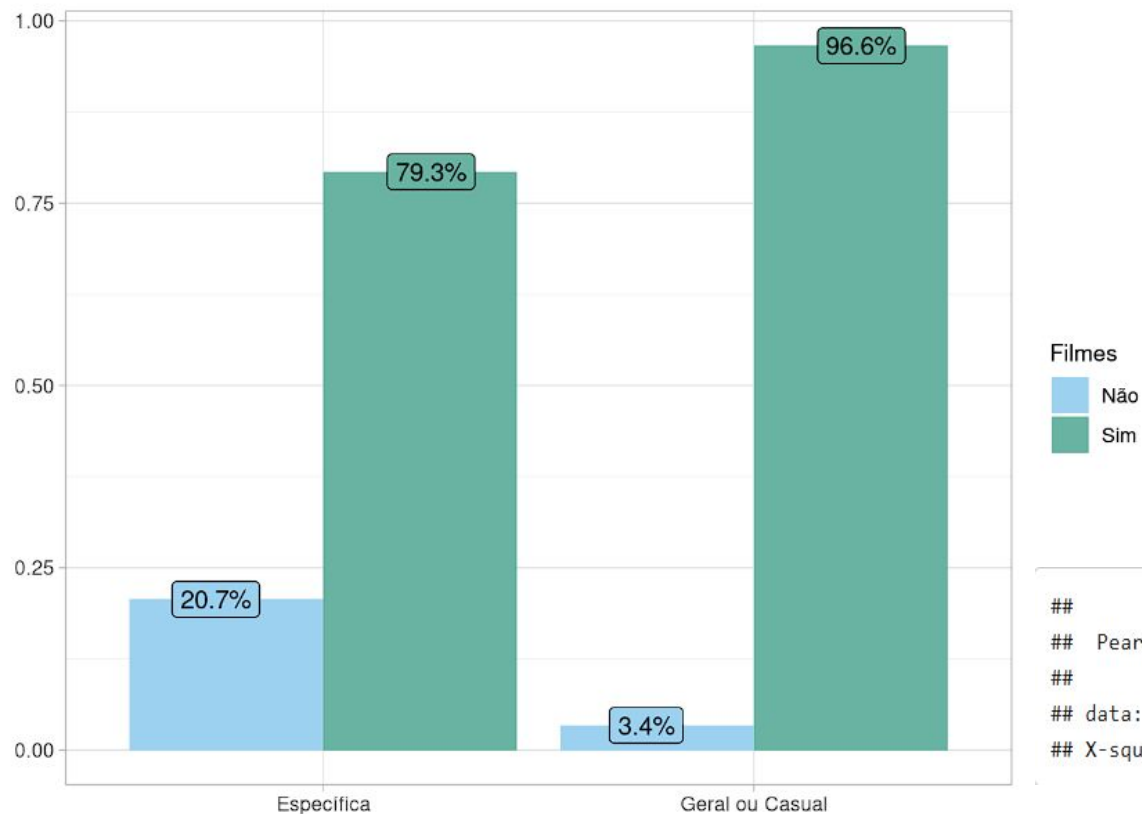
Gráfico: Turistas que realizaram a atividade Visita a parques, praças e espaços na natureza exibidos na tela por grupo



```
##  
## Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction  
##  
## data: data[, 1] and data[, 2]  
## X-squared = 8.6326, df = 1, p-value = 0.003302
```

# Resultados

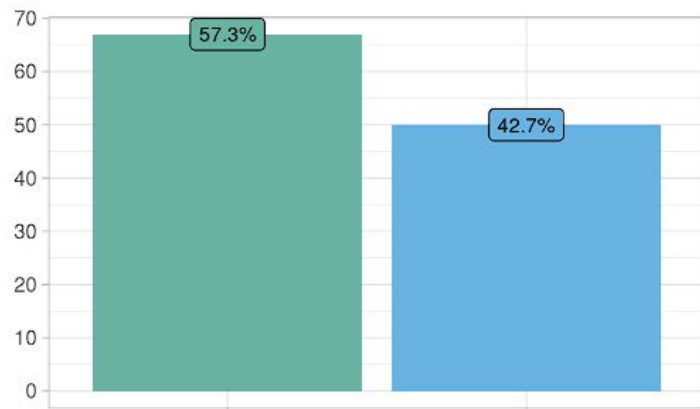
Gráfico: Turistas que assistem filmes por grupo



```
##  
## Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction  
##  
## data: data[, 1] and data[, 2]  
## X-squared = 6.9008, df = 1, p-value = 0.008616
```

# Resultados

Gráfico: Satisfação com viagem induzida pelo audiovisual por grupo

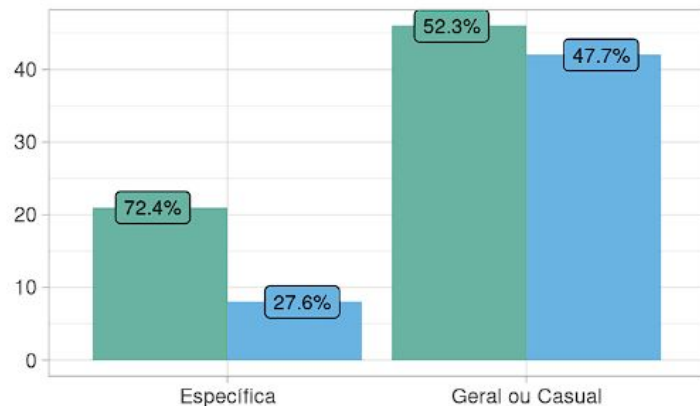


Satisfação



Muito satisfeito

Satisfeito/ Indiferente/ Muito insatisfeito



Satisfação com a viagem



Muito satisfeito

Satisfeito/ Indiferente/ Muito insatisfeito

```
##
```

```
## Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
```

```
##
```

```
## data: banco$Grupo and banco$Satisfação
```

```
## X-squared = 2.8395, df = 1, p-value = 0.09197
```

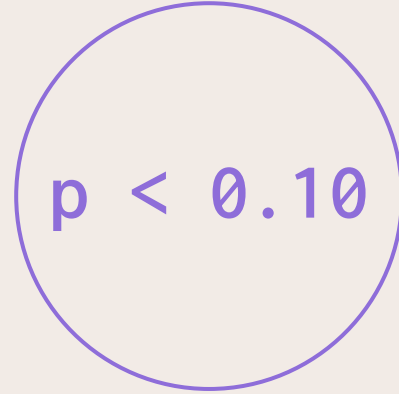


# Variáveis influentes



Preferência por **Filmes**

Visita à parques,  
praças e espaços na  
natureza exibidos na  
tela.



Nível de satisfação  
com a viagem induzida  
por audiovisuais.

# Modelo de regressão logística

Foram testados dois modelos com diferentes variáveis e ao final o modelo preferencial, devido à parcimoniosidade e melhor encaixe foi o com as seguintes variáveis:



$p = 0.0005$



$p = 0.0032$



$p = 0.0228$



$p = 0.0185$

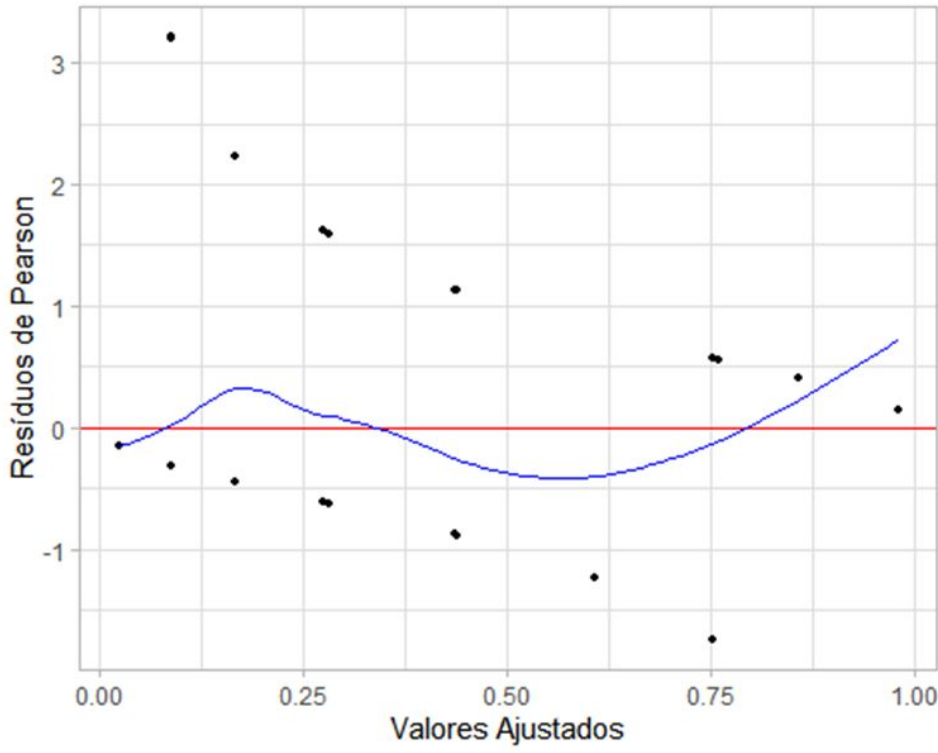
# Modelo de regressão logística

$$\frac{\theta}{1 - \theta} = e^{1.16 - 2.08X_1 - 2.77X_2 + 1.36X_3 + 1.37X_4}$$

Variável	Coeficiente	Valor-p	100*(e{beta}-1)
Intercepto	1,1582	0,2005	218,42%
Filmes (sim)	-2,0849	0,0005	-87,57%
Visita a parques (sim), praças e espaços na natureza exibidos na tela (sim)	-2,7669	0,0032	-93,71%
Muito satisfeito (sim)	1,3562	0,0228	288,13%
Desfrute da gastronomia retratada na tela (sim)	1,3656	0,0185	291,80%

# Modelo de regressão logística

## Análise de resíduos

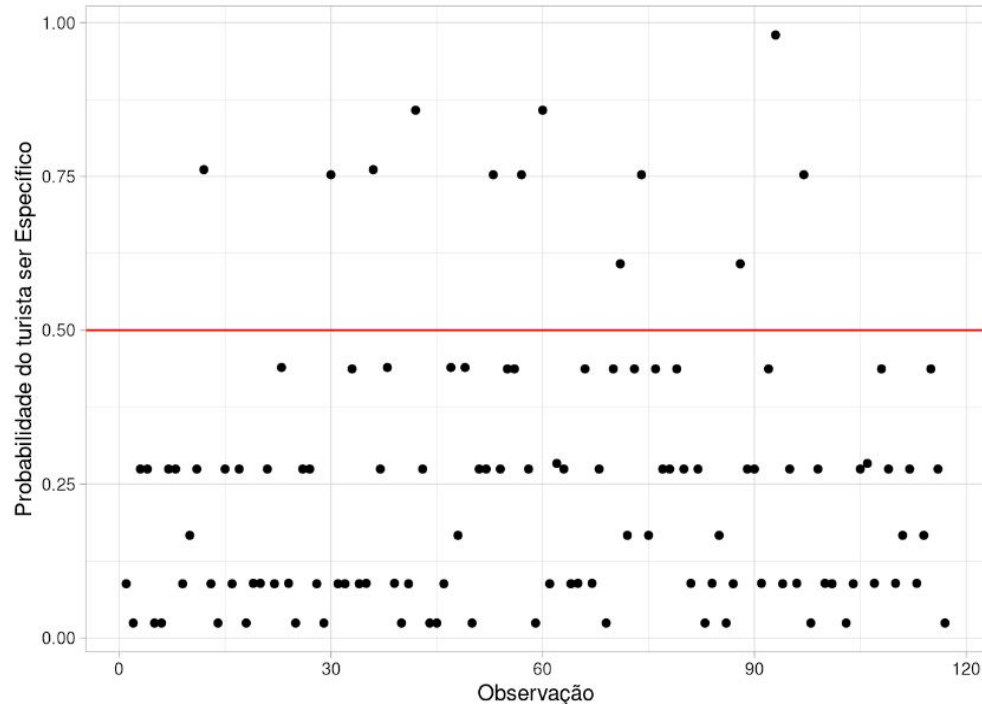


A curva Lowess mostra proximidade ao valor 0. Contudo, ela apresenta formato de parábola ao final, o que pode indicar a necessidade de ajustar um MLG logístico com efeito quadrático de alguma covariável. Porém, como todas nossas variáveis são binárias, essa transformação não poderá ser feita.

O modelo teve uma deviance  $D = 100.07$ , enquanto a média da distribuição  $\chi^2_{12}$  é 112. Também, o percentil da distribuição  $\chi^2_{12}$  com  $\alpha = 0.05$  é 137.70. Como  $0 < D < 137.7015$ , podemos dizer que o modelo possui deviance moderada.

# Modelo de regressão logística

Gráfico: “Probabilidade do turista ser classificado como Específico pelo modelo”



Com o modelo criado e com os dados coletados pelo cliente, fizemos um gráfico que evidencia a probabilidade do indivíduo ser classificado como pertencente ao grupo específico, a ponto de exemplificação.

# Conclusão

1

Apesar da baixa quantidade e qualidade dos dados, foi possível evidenciar a influência de algumas questões na experiência dos turistas motivados por audiovisuais.

2

Com os resultados da regressão logística e os insights em relação aos dados, pudemos entender melhor as dinâmicas envolvidas no problema e os resultados obtidos podem ser utilizados em pesquisas futuras.