

1 INTRODUÇÃO

Objetivo: investigar se existem diferenças entre as vendas das empresas A e B.

2 PROTOCOLO

Etapa	Procedimento	Objetivo
1	Estatísticas descritivas	Descrever os dados
2	Teste de Shapiro-Wilk	Verificar se os dados seguem uma distribuição normal
3	Teste de Bartlett	Verificar se as variâncias são homogêneas
4	Teste T	Verificar se existem diferenças estatisticamente significativas entre as médias

3 RESULTADOS

Em relação às vendas, observa-se um número médio de 47,00 ($\pm 14,60$) unidades vendidas. O menor valor obtido corresponde a 3,7 unidades, e o maior, a 80,23 unidades.

Para a análise da normalidade da variável “vendas”, recorreu-se ao teste de Shapiro-Wilk com 95,00% de confiança. Ao recorrer ao teste, constatou-se que a variável “vendas” não se afasta drasticamente de uma distribuição normal ($W = 0,98657$, **p-valor < 0,4094**).

Na sequência, aplicou-se o teste de Bartlett (95,00% de confiança) para identificar se as variâncias podem ser consideradas homogêneas. Como resultado, o teste apontou não existir diferenças significativas entre as variâncias das empresas ($\chi^2 = 0,57617$ (1), **p-valor < 0,4478**).

No tocante às médias, o teste T, ao nível de 95,00% de confiança, indicou não existir diferença estatisticamente significativa entre as médias das empresas A e B ($t = 0,61851$, **p-valor < 0,5377**). Todavia, nota-se que a média da empresa B é ligeiramente inferior à média da empresa A, conforme lista-se na Tabela abaixo.

Empresa	Média (desvio padrão)	Mínimo	Máximo
A	47,82 ($\pm 13,81$)	3,68	76,39
B	46,01 ($\pm 15,41$)	5,70	80,22

Por fim, embora a média de vendas da empresa A seja superior, o maior número observado para uma venda foi obtido pela empresa B (80,22).