

Exámen de Estadísticas

Ira. PARTE. CONCEPTOS Y DEFINICIONES. ESCOGER LA MEJOR RESPUESTA. UBIQUE LA LETRA CORRESPONDIENTE A LA OPCIÓN CORRECTA EN EL ESPACIO EN BLANCO. (25 PUNTOS)

1. Herramienta que nos permite contar con un pantallazo general de la población objeto de nuestro estudio sin entrar en ningún análisis específico del cual se puedan inferir conclusiones. Opción correcta: b

a) Análisis Cuantitativo b) Estadística Descriptiva c) Inferencia Estadística

2. Cuando no se tiene control sobre los valores que una variable puede tomar, se dice que se trabaja en condiciones de: Opción correcta: a

a) Incertidumbre b) Probabilidad c) Descontrol de variables

3. Área de la Estadística que comprende las técnicas de análisis por medio de las cuales se toman decisiones sobre una población a través de una muestra de ésta.

Opción correcta: c

a) Muestreo b) Diseño Muestral c) Estadística Inferencial

4. La variable “**opinión sobre el servicio de atención al cliente**” (excelente, bueno, regular, malo) es de tipo: Opción Correcta: c

a) Cuantitativa b) De opinión c) Cualitativa

5. La variable “**comisiones por ventas mensuales (en dólares) pagadas a los vendedores de una tienda de calzados**” es de tipo: Opción Correcta: a

a) Cuantitativa b) Periódica c) Cualitativa

Ilda. PARTE. COMPRENSIÓN DE CONCEPTOS. LLENAR LOS ESPACIOS EN BLANCO (10 PUNTOS)

1. Los siguientes son ejemplos de investigaciones en las que se puede utilizar el análisis estadístico. Identifique que tipo de Estadística se podría utilizar para realizar el análisis (Descriptiva o Inferencial). Llene los espacios en blanco con la respuesta correcta.

1. La edad promedio del total de la población en edad adulta de la provincia de Panamá:
 Inferencial

2. El lanzamiento de una nueva marca de cerveza al mercado:
 Descriptiva

3. La opinión sobre los servicios al cliente de la empresa Cable & Wireless:

Inferencial

2. Identifique qué tipos de variables son las siguientes: (cuantitativa o cualitativa). Llene los espacios en blanco con la respuesta correcta.

- Edad de los consumidores de iPods en Panamá Cuantitativa
- Cantidad de artículos defectuosos en un lote de producción Cuantitativa
- Preferencia de los consumidores por una determinada marca de automóvil Cualitativa
- Peso al nacer de una persona Cuantitativa
- Calificación dada a la gestión de un político Cualitativa

IIIra. PARTE. ORDENAMIENTO Y AGRUPACIÓN DE DATOS. (30 PUNTOS)

1. Los datos siguientes representan los ingresos mensuales de 50 consumidores de una marca de refresco. Los datos se muestran ordenados de manera ascendente.

**INGRESO MENSUAL DE 50 CONSUMIDORES DE
 UNA MARCA DE REFRESCOS
 (DATOS ORDENADOS)**

300	500	750	1000	1600
300	550	850	1100	1650
350	550	850	1100	1800
350	600	850	1200	1800
350	600	900	1200	1900
450	650	900	1250	2000
450	650	900	1300	2000
450	700	950	1400	2000
450	750	1000	1500	2500
500	750	1000	1500	3000

a) Para un **ancho de intervalo dado de \$400** y **7 clases**, construya una Tabla de **Datos Agrupados**. Presente en esta tabla los intervalos de clase (Li, Ls), la frecuencia absoluta (**Fi**), frecuencia relativa (**Fr**), frecuencia absoluta acumulada (**Fa**), frecuencia relativa acumulada

(Fra) y la marca de clase **(Xi)**. Ubique los valores solicitados en los espacios correspondientes.