

[60] Un estudio para evaluar las actitudes de los contadores hacia sus servicios de publicidad incluía enviar cuestionarios a 200 contadores seleccionados desde una lista de 1400 nombres. Un total de 82 cuestionarios fueron respondidos. El resumen de los datos obtenidos se expresan en la siguiente tabla:

Probabilidad de publicitar en el futuro (%)		
	Cuestionarios respondidos (82)	Quienes han publicitado en el pasado (46)
Casi seguro que sí	22	35
Muy probablemente	4	5
Probablemente sí	19	35
50-50	18	15
Probablemente no	6	10
Muy poco probable	12	0
Absolutamente no	15	0
Sin respuesta	4	0

Cuadro 1: Fuente: *Traynor, K. 1984. Accounting Advertising: Perceptions, Attitudes and Behaviors, Journal of Advertising Research, 23(6): 35-40. Copyright ©1984 by the Advertising Research Foundation.*

- (a) (15 puntos) Estime la proporción poblacional de quienes están *casi seguro que si* de publicitar en el futuro y obtenga una cota para el error de estimación.
- (b) (15 puntos) Estime la proporción poblacional de quienes tienen **al menos** una probabilidad *50-50* de publicitar y obtenga una cota para el error de estimación.
- (c) (15 puntos) Dentro de quienes han publicitado en el pasado, estime la proporción poblacional de quienes *probablemente no* publicitarán en el futuro y obtenga una cota para el error de estimación.
- (d) (15 puntos) Dentro de quienes han publicitado en el pasado, estime la proporción poblacional de quienes tienen **al menos** una probabilidad *50-50* de publicitar en el futuro y obtenga una cota para el error de estimación.