

Unidad 4: Probabilidad y estadística.**Lección 9: Organización y representación de datos.****Tema 2: Tablas de frecuencia.****Guía de trabajo 5: Frecuencia relativa.**

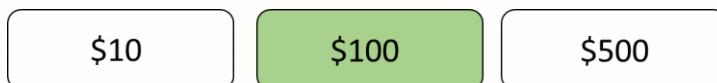
1.

a.

Moneda	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$10	9	0,15
\$100	20	0,34
\$500	30	0,51

b. Camilo logró juntar 59 monedas.

c.



Las monedas de \$100 corresponden a cerca del 34% de las monedas ahorradas. Se puede concluir al observar las frecuencias relativas.

d. Camilo ahorró \$17 090.

→Se apilan para que su conteo sea más ordenado y sencillo.

2.

- a. Las poleras de talla XL corresponden cerca del 11% del total de poleras.
- b. Los vestidos de talla M corresponden cerca del 23% del total de vestidos.
- c. Porque el total de prendas del mismo tipo son distintos.
- d.

Poleras	f	fr	fr%
XS	24	0,17	17%
S	32	0,23	23%
M	40	0,28	28%
L	29	0,21	21%
XL	15	0,11	11%
Total	140	1	100%

e.

Vestidos	<i>f</i>	<i>fr</i>	<i>fr%</i>
XS	10	0,15	15%
S	12	0,19	19%
M	15	0,23	23%
L	20	0,31	31%
XL	8	0,12	12%
Total	65	1	100%

3.

a.

Edad (meses)	9	10	11	12	13	14	15
Infantes	1	4	9	16	11	8	1
<i>fr</i>	0,02	0,08	0,18	0,32	0,22	0,16	0,02

- b. La afirmación no es correcta. El 40% de los infantes caminó luego de los 12 meses.
- c. A los 12 meses.

4.

- a. Porque la suma de sus frecuencias relativas no da 1 o 100%.
- b.

Género	<i>f</i>	<i>fr</i>	<i>fr%</i>
Terror	12	0,34	34%
Romance	7	0,19	19%
Comedia	10	0,28	28%
Acción	7	0,19	19%

5. Se presenta un caso ejemplo.

- a. Tabla realizada por Carlos:

Integrantes	<i>f</i>	<i>fr</i>	<i>fr%</i>
Carlos	2	0,2	20%
Marta	4	0,4	40%
Daniela	3	0,3	30%
Fernando	1	0,1	10%
Total	10	1	100%

b.

Ruleta N°1	Ruleta N°2	Ruleta N°3	Ruleta N°4
Marta	Marta	Daniela	Carlos

c.

Integrantes	<i>f</i>	<i>fr</i>	<i>fr%</i>
Carlos	10	0,3	20%
Marta	20	0,2	40%
Daniela	15	0,25	30%
Fernando	5	0,2	10%
Total	40	1	100%

- d. Para este caso coincide con la tabla realizada por Carlos. Pudo deberse a que entre las 4 ruletas el nombre de Marta obtuvo la mayor frecuencia y Fernando la menor. Al igual que la ruleta de Carlos.