



Nombre del Alumno: Sergio Gordillo Caballero

Nombre del tema: Principios generales de la estadística

Parcial: 3°

Nombre de la Materia: Estadística

Nombre de la Licenciatura: Administración Estratégica de Negocios

Cuatrimestre: 2°



DATOS
AGRUPADOS Y
NO
AGRUPADOS

Formas de agrupar los datos

FRECUENCIA DE CLASE. Marca de clase (punto medio), Intervalo de clase.
FRECUENCIA RELATIVA. Es la proporción entre la frecuencia de un intervalo y el número total de datos.
PUNTO MEDIO Punto medio es el punto que divide a un segmento en dos partes iguales.
LIMITES Son los valores extremos que tiene el intervalo de clase, inferior y superior

Medidas de tendencia central

Media aritmética. También se le conoce como promedio
Media geométrica. Es la raíz en n -ésima del producto de los valores de los elementos de la muestra
Media aritmética ponderada. Se usa cuando el peso que tiene cada uno de los datos de la muestra es diferente.
Media armónica. Se define como el recíproco del promedio de los recíprocos de cada uno de los datos
Mediana. La mediana es aquel valor que se encuentra en la parte central de los datos

Medidas de dispersión o variabilidad

Cuando se tiene una muestra de datos obtenida de una población cualquiera, es importante determinar sus medidas de tendencia central así como también es básico el determinar qué tan dispersos están los datos en la muestra. Rango o recorrido, Desviación absoluta media, Varianza o variancia, Desviación estándar.

Medidas de posición central

Los cuantiles son medidas de posición que se determinan mediante un método que determina la ubicación de los valores que dividen un conjunto de observaciones en partes iguales. Los cuantiles son los valores de la distribución que la dividen en partes iguales, es decir, en intervalos que comprenden el mismo número de valores.

Coefficiente de variación estándar

La covariación es el grado de concordancia de las posiciones relativas de los datos de dos variables. En consecuencia el coeficiente de correlación de Pearson opera con puntuaciones tipificadas. El fundamento del coeficiente de Pearson es el siguiente: Cuanto más intensa sea la concordancia (en sentido directo o inverso) de las posiciones relativas de los datos en las dos variables, el producto del numerador toma mayor valor (en sentido absoluto). Si la concordancia es exacta, el numerador es igual a N (o a $-N$), y el índice toma un valor igual a 1 (o -1).