



**Mi Universidad**

# Actividad I

**Nombre del Alumno: KARINA LISSET GONZALEZ ROBLERO**

**Tema: GENERALIDADES DE LA ESTADISTICA**

**Parcial: 1**

**Materia: ESTADÍSTICA**

**Nombre del Profesor: Ing. Joel Herrera Ordoñez**

**Licenciatura: CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS**

# Cuestionario.

1. ¿Qué es la estadística descriptiva?

Es el método que contiene la recolección, organización, presentación y resumen de una serie de datos. El mencionado resumen puede ser tabular, gráfico o numérico.

2. ¿Qué es la estadística inferencial?

Rama de la estadística que hace posible la estimación de una característica de una población o la toma de una decisión referente a una población, fundamentándose sólo en los resultados de la muestra.

3. ¿Qué es una muestra?

Es una parte de la población en que se llevará a cabo la investigación. Es decir, es una parte que representa las características de la población.

4. ¿Qué es un parámetro?

Son cualquier característica que se pueda medir y cuya medición se lleva a cabo sobre los elementos que integran una población determinada.

5. ¿Qué es una clase o un intervalo de clase?

Son divisiones o categorías en las cuales se agrupan un conjunto de datos ordenados con características comunes.

6. ¿Qué es la marca de clase?

La marca de clase o punto medio, es el valor de los datos que se ubica en la posición central de la clase y representa todos los demás valores de la clase. Este valor se utiliza para el cálculo de la media aritmética.

7. ¿Qué es la frecuencia de clase?

Es el número total de valores de las variables que se encuentran presente en una clase determinada, de una distribución de frecuencia de clase.

8. Se representa como  $S^2$ :  
La varianza o variaciones absolutas.

9. ¿Qué representa la desviación típica y con qué letra se representa? Medida de dispersión más utilizada en las investigaciones por ser la más estable de todas, ya que para su cálculo se utilizan todos los desvíos con respecto a la media aritmética de las observaciones.

Se representa con una letra  $S$  castellana cuando se trabaja con una muestra, y con la letra griega minúscula  $s$  (sigma) cuando se trabaja con una población.

10. ¿Cuál es la diferencia entre mediana y moda?

- La mediana divide la distribución en una forma tal que a cada lado de la tabla misma queda un número igual de datos.

- La moda es el valor de la variable que más se repite en un conjunto de datos.

11. ¿Qué es la media aritmética?

Es el valor al sumar todos los datos y dividir el resultado entre el número total de datos. Se representa con  $\bar{X}$ .

12. ¿Qué es una variable cuantitativa y menciona ejemplos?

Es aquella variable que se puede medir o contar.  
Ejemplo: edad, estatura, precios, tallas, número de hijos, peso.

13. ¿Qué es una variable cualitativa y menciona ejemplos?

Es aquella variable que no se puede contar.  
Ejemplo: género, color de piel, nacionalidad, religión, escolaridad.

**Ejercicio 1.** Con el propósito de hacer una evaluación de desempeño y un ajuste de cuotas cierto empresario estuvo inspeccionando las ventas de los automóviles de sus 40 vendedores. En un periodo de un mes, los cuáles tuvieron las siguientes ventas:

7 8 5 10 9 10 5 12 8 6  
 10 11 6 5 10 11 10 5 9 13  
 8 12 8 8 10 15 7 6 8 8  
 5 6 9 7 14 8 7 5 5 14

**A) Agrupar los datos en intervalos:**

$$R = X_{\max} - X_{\min}$$

$$R = 15 - 5$$

$$R = \underline{10}$$

$$A = R / k$$

$$A = 10 / 6$$

$$A = 1.66$$

$$A = \underline{2}$$

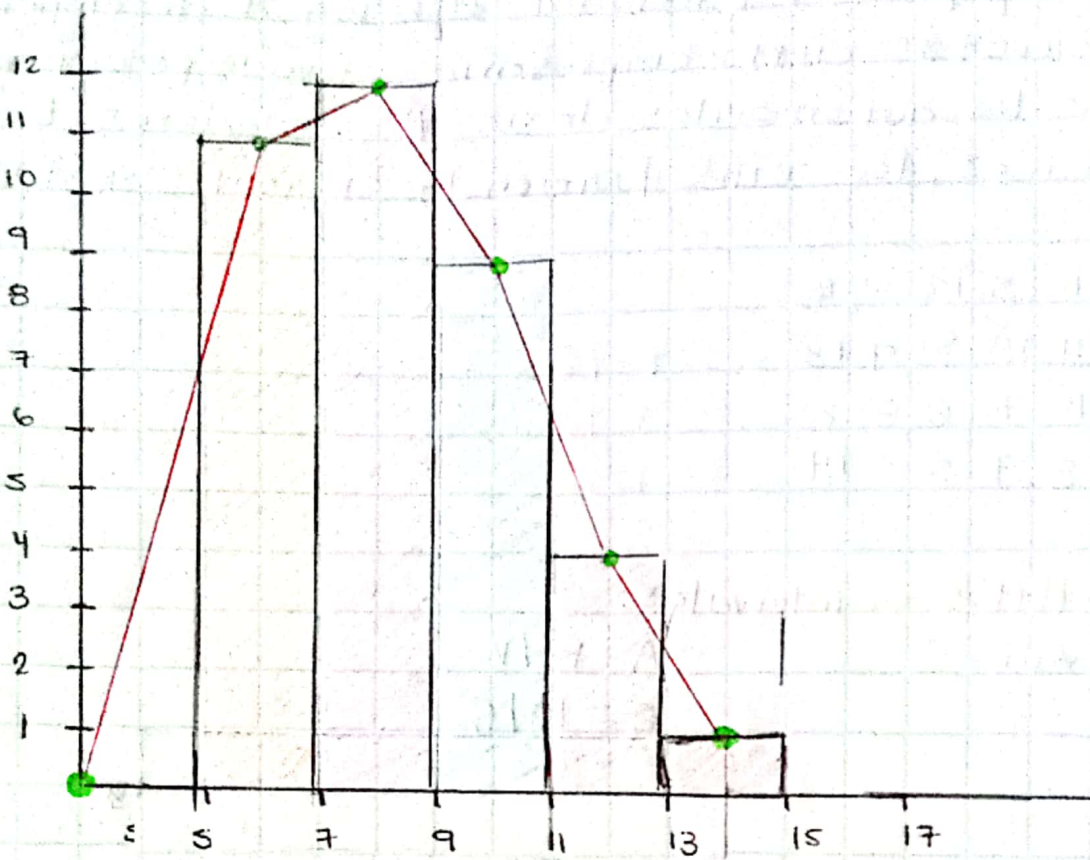
$$k = 1 + 3.322 \log n$$

$$k = 1 + 3.322 \log (40)$$

$$k = 6.322$$

$$k = \underline{6}$$

Mase	f	fr	fr %	F	X
[5 - 7)	11	0.275	27.5%	11	6
[7 - 9)	12	0.3	30%	23	8
[9 - 11)	9	0.225	22%	32	10
[11 - 13)	4	0.1	10%	36	12
[13 - 15)	3	0.075	7.5%	39	14
[15 - 17)	1	0.025	2.5%	40	16
	30	1	100%		



• En base al estudio realizado por el empresario, se dictamina que puede observarse que del total de vendedores el 30% de ellos vendió de 7 a 9 autos al mes, siendo el 27.5% quienes únicamente vendieron de 5 a 7 autos, lo cual es un porcentaje alarmante que indica que gran parte de los vendedores no están rindiendo lo suficiente en las ventas.