



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Fernando López Santiz.

Nombre del trabajo : 3.4,3.5,3.6,3.7,3.8,3.9

Parcial: 3

Materia : Economía de la empresa.

Grado: 5 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 03 de Marzo de 2025.

# 3.4 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA



## CONCEPTO

Proceso de determinar la relación cuantitativa entre la demanda y los factores que la afectan.  
Ejemplo: Encuestas a consumidores.



## MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Formas en que los investigadores de mercado recopilan datos sobre el comportamiento del consumidor.  
Ejemplo: Grupos de enfoque.



## TECNOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Herramientas utilizadas para recopilar y almacenar datos sobre el comportamiento del consumidor.



## ANÁLISIS DE DATOS

Proceso de extraer información valiosa de los datos recopilados.



## EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Compañías que proporcionan servicios de investigación de mercado a las empresas.



## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Proceso de recopilar y analizar datos sobre el comportamiento del consumidor para tomar decisiones informadas.



## TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

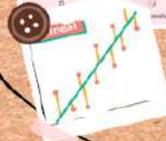
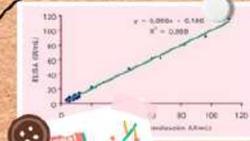
Herramientas y sistemas utilizados para recopilar, almacenar y analizar datos.

# 3.5 ANÁLISIS DE Regresión

1

## Concepto

Técnica estadística para estimar la relación cuantitativa entre variables

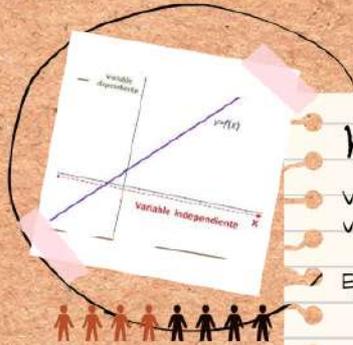


2

## Variable independiente

Variable que se utiliza para explicar la variable dependiente

Ejemplo: Millas recorridas

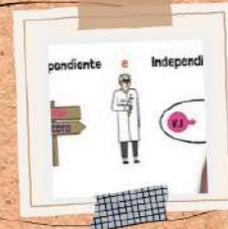


3

## Variable dependiente

Variable cuyo valor depende del valor de otras variables

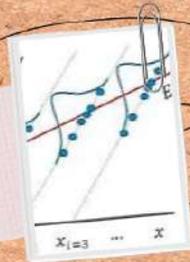
Ejemplo: Consumo de gasolina



4

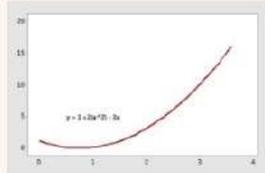
## Datos de corte transversal

Datos que proporcionan información de una variable en un punto determinado en el tiempo

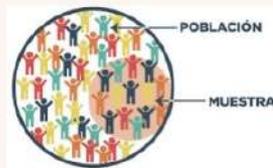


# 3.6 Evaluación de los coeficientes de regresión

## DEFINICIÓN

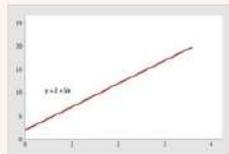


Proceso de determinar la precisión de los coeficientes de regresión obtenidos a partir de una muestra



## MUESTRA Y POBLACIÓN

Diferencia entre la muestra seleccionada para un estudio y la población total



## PRECISIÓN DE LOS COEFICIENTES DE REGRESIÓN

La precisión de los coeficientes de regresión obtenidos a partir de una muestra depende de la representatividad de la muestra y de la técnica estadística utilizada.



## TÉCNICAS ESTADÍSTICAS

Métodos utilizados para evaluar la precisión de los coeficientes de regresión y hacer inferencias acerca de la población.



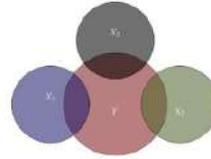
## ESTADÍSTICA INFERENCIAL

Proceso de hacer inferencias acerca de una población con base en una muestra

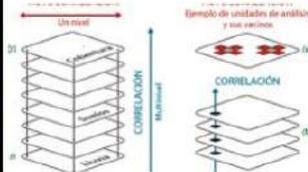
## 3.7 MULTICOLINEALIDAD Y AUTOCORRELACIÓN.

### Multicolinealidad

Problema estadístico que ocurre cuando las variables independientes están relacionadas entre sí de manera sistemática



### Autocorrelación



Problema estadístico que ocurre cuando los residuos de una ecuación de regresión están relacionados entre sí de manera sistemática

### Consecuencias de la multicolinealidad

La multicolinealidad puede llevar a coeficientes de regresión que no son estadísticamente significativos, aunque en realidad lo sean. Puede afectar la precisión de los coeficientes de regresión y la capacidad de hacer inferencias acerca de la relación entre las variables



### Consecuencias de la autocorrelación

La autocorrelación puede llevar a coeficientes de regresión que son estadísticamente significativos, aunque en realidad no lo sean. Puede afectar la precisión de los coeficientes de regresión y la capacidad de hacer inferencias acerca de la relación entre las variables



### Importancia de la detección de problemas estadísticos

Es importante detectar problemas estadísticos como la multicolinealidad y la autocorrelación para asegurarse de que los resultados de la regresión sean precisos y confiables.



# 3.8 PRONÓSTICOS



## Definición

Estimación del futuro basada en datos y análisis.

Ejemplos: Pronósticos del clima, pronósticos de ventas, pronósticos económicos.

## Importancia

Reducir la incertidumbre en la toma de decisiones



## Tipos

Corto plazo, largo plazo, condicionales.

Ejemplos: Pronósticos de ventas para el próximo año, pronósticos económicos para los próximos 5 años

## Limitaciones

No puede eliminar la incertidumbre completamente, requiere suposiciones y condiciones



## Objetivos, planes y pronósticos

Los objetivos se establecen, los planes se crean para alcanzarlos, y los pronósticos se utilizan para informar la toma de decisiones

## 3.9 MATERIA DE PRONÓSTICO



### Pronóstico industrial

Pronóstico que se enfoca en una industria específica.



### Pronóstico de producto

Pronóstico que se enfoca en un producto específico.



### Pronóstico de demanda

Pronóstico que se enfoca en la demanda de un producto o servicio.



### Pronóstico macro

Pronóstico que se enfoca en la economía en general.



### Estimación de la demanda

Análisis que se enfoca en explicar las causas de los cambios en la demanda.



### Diferencia entre pronóstico y estimación de la demanda

El pronóstico se enfoca en obtener información sobre los niveles futuros de actividad, mientras que la estimación de la demanda se enfoca en explicar las causas de los cambios en la demanda.

