



## PROYECCIÓN DE VENTAS CON CADENAS DE MARKOV

Jose Nahum Carmona Borjon<sup>1</sup>, America Gabriela Martinez Ponce<sup>1</sup>, Marlen Hernández Ortiz<sup>1</sup> y Leticia Adriana Ramírez Hernández<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Zacatecas. jnahumcarbor@gmail.com

**Introducción.** Aplicar las cadenas de Markov para proyectar las ventas de una PyME. El tiempo de vida de una PyME es considerado como corto, además el grueso del sector terciario (Comercio) está emprendiendo en una PyME. Por lo tanto, gran parte de esta población económicamente activa desaparece. Problemática que se puede evitar desde la óptica de este estudio. **Método.** Los datos a analizar corroboran las ventas de una PyME enfocada a vender computadoras portátiles de diferentes marcas, de las cuales se quiere observar la participación de mercado mediante el método de las cadenas de Markov. **Resultados.** Se llega al resultado de que las computadoras HP predominarán como favoritas para el cliente. **Conclusión:** Con la información obtenida se mejora la toma de decisiones en cuanto a la inversión de recurso disponible por parte de la PyME para evitar pérdida de insumos y seguir vigente en el mercado.