

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Agronomía
Escuela de Vacaciones
Curso: Economía General

Tarea 5

Wanda Nahomy Conde 202109790

PREGUNTAS DE REPASO

- 1 Definición de la cantidad ofrecida de un bien o servicio.
- 2 ¿Cuál es la ley de la oferta y cómo la ilustramos?
- 3 ¿Qué indica la curva de oferta respecto del precio mínimo de oferta del productor?
- 4 Mencione todas las influencias sobre los planes de venta, y explique si cada una de ellas modifica la oferta.
- 5 ¿Qué ocurre con la cantidad ofrecida y la oferta de teléfonos móviles si disminuye el precio de las llamadas por ese medio?

1.-La cantidad ofrecida de un bien o servicio se refiere a la cantidad total de ese bien o servicio que los productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un determinado precio durante un período de tiempo específico. Esta cantidad ofrecida está influenciada por varios factores, como el precio del bien o servicio, el costo de producción, la tecnología disponible, los impuestos, las expectativas de los productores y otros factores relacionados con la oferta.

2.-La ley de la oferta establece que:

Si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de éste, y cuanto más bajo sea el precio de un bien, menor será la cantidad ofrecida del mismo.

La ley de la oferta se puede ilustrar mediante una curva de oferta y un plan de oferta.

3.- Una curva de oferta muestra la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en las ventas planteadas por los productores permanecen sin cambio. La curva de oferta es una representación gráfica de un plan de oferta

4.- Precio del bien o servicio: La oferta de un bien o servicio es directamente proporcional al precio del bien. Esto significa que si el precio aumenta, la oferta aumentará, y si el precio disminuye, la oferta disminuirá.

Precios de los recursos productivos: Los precios de los recursos productivos, como la mano de obra, la tierra y los recursos naturales, también influyen en la oferta. Si los precios de los recursos productivos aumentan, el costo de producción aumentará, lo que llevará a una disminución de la oferta.

Tecnología: Los avances tecnológicos pueden aumentar la productividad, lo que puede conducir a un aumento de la oferta.

Expectativas de los productores: Las expectativas de los productores sobre el futuro de los precios también influyen en la oferta. Si los productores esperan que los precios aumenten en el futuro, pueden aumentar su oferta actual para prepararse para la demanda futura.

Por lo tanto, todas las influencias sobre los planes de ventas modifican la oferta. En resumen, todas las influencias sobre los planes de ventas modifican la oferta. Estas influencias pueden ser positivas o negativas, y pueden tener un impacto significativo en la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen en el mercado.

5. Si el precio de las llamadas por teléfono móvil disminuye, esto puede afectar tanto la cantidad ofrecida como la oferta de teléfonos móviles de diversas maneras:

Aumento de la demanda de teléfonos móviles: Una disminución en el precio de las llamadas por teléfono móvil puede hacer que más personas quieran adquirir teléfonos móviles o actualizar sus dispositivos existentes para aprovechar estas tarifas más bajas. Esto generaría un aumento en la demanda de teléfonos móviles.

Incremento en la cantidad ofrecida: Dado el aumento en la demanda de teléfonos móviles, los productores y fabricantes de estos dispositivos podrían responder aumentando la cantidad ofrecida. Esto puede implicar un aumento en la producción de teléfonos móviles para satisfacer la mayor demanda del mercado.

Desarrollo tecnológico: La reducción en el precio de las llamadas puede influir en la innovación y desarrollo de tecnologías relacionadas con la comunicación móvil. Los fabricantes pueden verse motivados a mejorar y ofrecer modelos de teléfonos más eficientes, modernos y a precios competitivos.

Competencia entre empresas: Una disminución en el precio de las llamadas por teléfono móvil puede intensificar la competencia entre empresas proveedoras de servicios móviles. Para ganar cuota de mercado, estas compañías pueden ofrecer mejores ofertas en teléfonos móviles, bundles o planes, lo que podría aumentar la

cantidad ofrecida.