Ficha — As Escolhas do Consumidor

10.º Ano | Economia A | 3 páginas | 8 exercícios

Competências que desenvolve: Ler o esquema dos fatores que influenciam as escolhas do consumidor, classificar cada fator, simular efeitos sobre a escolha e distinguir consumismo de consumerismo.



Figura 6 — Os seis fatores que influenciam a escolha do consumidor (AE 3 do Organizador 2).

1. Verdadeiro ou Falso — com a figura

a) O preço é um dos seis fatores da escolha. → ____

b) A publicidade serve para informar e criar preferências. → ____

c) A dimensão do agregado é um fator demográfico. → ____

d) Os seis fatores são todos de natureza económica. → ____

2. Lê o esquema

Escreve os seis fatores: _____ · _____ · _____ · _____ · _____ · _____.

3. Classifica o fator

Natureza de cada fator: preço → _____ · inovação tecnológica → _____ · moda → _____ · dimensão do agregado → _____.

4. Simula a escolha

O preço de um bem sobe → o consumidor compra _____ (efeito-preço) · uma campanha de publicidade faz-se notar → as preferências _____ · nasce um filho na família → a despesa com _____ _____.

© 2026 Estudantices

5. Banco de palavras

Banco: dimensão do agregado · composição do agregado · substituição · preferência. Número de membros = _____ · quem os integra (idades) = _____ · trocar um bem por outro = _____ · gosto orientado = _____.

6. Consumismo vs consumerismo

Define os dois: consumismo = _____ · consumerismo = _____ (que procura/defende?) — como é que os dois se relacionam?

7. Sociedade de consumo — duas faces

Indica um efeito positivo (acesso a bens/serviços, bem-estar) e um negativo (pressão publicitária, desperdício, dívida) da atual sociedade de consumo.

8. Responde por escrito

Duas famílias com o MESMO rendimento fazem compras diferentes. Explica com dois fatores do diagrama (ex.: composição e moda).

© 2026 Estudantices

Soluções — As Escolhas do Consumidor

10.º Ano | Economia A | Resolução completa

1. a) T — primeira caixa (preço absoluto e relativo). b) T — caixa roxa: «informa e cria preferências». c) T — número de membros = fator demográfico. d) F — há fatores *sociais* (moda), *tecnológicos* (inovação), *comunicacionais* (publicidade) e *demográficos* (agregado).

2. preço · inovação tecnológica · moda · publicidade · dimensão do agregado · composição do agregado

3. preço → **económico** · inovação tecnológica → **tecnológico** · moda → **social/cultural** · dimensão do agregado → **demográfico**

4. preço sobe → compra **menos** (ou substitui por mais barato) · publicidade → as preferências **são influenciadas/aumentam** pela marca · filho nasce → a despesa com **crianças (roupa, escola, alimentação)** sobe.

5. número de membros → **dimensão do agregado**; quem os integra → **composição do agregado**; trocar bem → **substituição**; gosto → **preferência**

6. Consumismo = modelo de consumo desmedido, em que se compra por impulso/status e não por necessidade (gasto como fim). **Consumerismo** = movimento que ORGANIZA os consumidores em defesa dos seus direitos (informação, segurança, qualidade, preços justos). Relação: o consumerismo é a RESPOSTA organizada aos excessos e riscos do próprio sistema de consumo.

7. Positivo: acesso generalizado a bens e serviços que elevam o conforto e a saúde (difusão do nível de vida). Negativo: publicidade que cria necessidades artificiais → desperdício, sobre-endividamento das famílias e consumo impulsivo (é a crítica do consumismo).

8. Porque as escolhas não dependem só do rendimento: a **composição** muda as necessidades (família com crianças gasta em escola/roupa; aposentados em saúde) e a **moda** orienta os gostos de uma para bens que a outra ignora — mesmos euros, listas diferentes (é a interação dos fatores do diagrama).

© 2026 Estudantices