

Glossário

Concorrência - competição entre empresas ou agentes económicos, através de estratégias que os diferenciam no mercado (por exemplo, preço, qualidade dos produtos e serviços pós-venda), no intuito de alcançarem um objetivo para o seu negócio que normalmente compreende o aumento de vendas e a obtenção de lucros.

Consumerismo - caracteriza-se pelo consumo responsável e moderado, que respeita os direitos humanos e o meio ambiente.

Consumidor - designa a pessoa que compra para consumo próprio.

Consumismo - Ato de consumir bens e/ou serviços de forma exagerada, massiva ou impulsiva, sem ponderar os impactos negativos que podem ter para a saúde humana e para o meio ambiente.

Consumo - consiste na aquisição de produtos e serviços.

Desejo de consumo - aspiração e/ou intenção de adquirir certos bens e serviços (para além dos essenciais à sobrevivência), com o objetivo de alcançar mais conforto e bem-estar.

Globalização - fenómeno de interdependência das relações sociais, políticas, económicas e culturais a nível mundial, impulsionado pela intensificação das relações financeiras internacionais e da circulação de pessoas, conhecimentos e informação, que permitiu criar um mercado global que facilitou a livre circulação de pessoas e bens.

Lícita - que é legal ou permitido por lei.

Marketing - é sinónimo de mercadologia e compreende um conjunto de estratégias comerciais que abrangem desde estudos de mercado, publicidade, promoções, venda e serviços pós-venda.

Necessidade de consumo - envolve estados de carência (por exemplo, necessidades básicas) e pode assumir múltiplas dimensões consoante a pessoa, a época e o contexto geográfico.

Orçamento - previsão de receitas (quantia a receber) e de despesas (quantia a gastar).

Permacultura - sistema de planeamento e construção de comunidades humanas sustentáveis, ou seja, de comunidades autossuficientes com reduzido impacto ambiental.

Persuadir - convencer ou influenciar alguém.

Poupança - por um lado, corresponde à diferença entre o rendimento disponível e o total das despesas de consumo efetuadas; por outro, à otimização de recursos, evitando desperdícios.

Promoção - estratégia de marketing que consiste na redução dos preços dos produtos e serviços ou na oferta de algo, por um prazo definido pelo vendedor, com o objetivo de vender um produto ou divulgar um serviço.

Publicidade - envolve um conjunto de meios (como televisão, jornais, cartazes) e técnicas com o objetivo de divulgar um produto ou serviço, informando o consumidor sobre as suas características, de modo a incentivá-lo ao seu consumo.

Recessão - fase de diminuição da atividade económica, por um dado período de tempo, caracterizada pela quebra de produção, aumento do desemprego, diminuição dos rendimentos da população, redução das taxas de lucro, quebras de investimento e aumento do número de falências e insolvências.

Sociedade de consumo - expressão que surgiu na segunda metade do século XX para designar o tipo de organização social que se caracteriza pelo consumo exagerado de bens e serviços, pelo excesso de oferta muitas vezes em relação à procura e pelo recurso a estratégias de *marketing* que incentivam ao consumo.