- Um produtor e um consumidor **trocam utilidades** -> relação contratual em que se procura determinar o montante das contrapartidas, a equivalência ou interdependência entre elas, o grau de confiança que depositam na conduta um do outro e os sucedâneos que remedeiam a quebra de confiança ou a frustração dos objectivos económicos de cada um

**Produtor –** fornece um bem ou serviço de que dispõe em excesso para as suas necessidades, recebendo em contrapartida um conjunto de meios de pagamento cujo valor total é superior àquele que é, para ele, o valor dos produtos que fornece

**Consumidor –** recebe bens e serviços cujo valor é superior aos meios de pagamento que entrega para conseguir obtê-los

**Oferta –** conjunto de atitudes típicas daquele que se dirige ao mercado para lá entregar um bem ou prestar um serviço – avalia em função do custo (esforço ou custo de oportunidade de produzir o bem ou obter uma legitimidade sobre ele; adquirir as aptidões e os meios que lhe permitem prestar o serviço

 ***Preços praticados –*** limites de uma avaliação razoável do que pode ser aceite no mercado

**Procura –** atitudes típicas daquele que se dirige ao mercado para satisfazer as suas necessidades (adquirindo um bem ou utilizando o serviço) -> o valor que atribui a um bem é determinado pela utilidade (aptidão que lhes atribui para satisfazerem aquelas necessidades)

 ***Determinantes de avaliação –*** conhecimento dos níveis de preço praticados no mercado, percepção da relativa escassez dos produtos ou limitações orçamentais do adquirente

- Pessoas afirmam a sua singularidade, alheias à necessidade de agirem de uma forma padronizada e congruente da necessidade de se inserirem do lado da oferta ou da procura

- Procuram maximizar a sua satisfação particular através de contactos bilaterais com outras pessoas – a racionalidade do agente será tanto maior quanto mais confinada estiver ao horizonte, quer da sua eficiência, quer do conhecimento cuja aquisição não lhe é demasiado dispendiosa

- A eficiência económica será tanto maior quanto mais se concentrar nas suas circunstâncias e restringir-se a elas

**Oferta**

- Posição dos vendedores nos mercados, tanto dos que vendem os produtos como os que disponibilizam os factores produtivos no respectivo mercado -> a quantidade oferecida depende do conjunto de produtos (bens e serviços) de que os vendedores dispõem e são capazes de vender

Factores determinantes da variação:

- Preços

- Dimensão do sector – a entrada ou saída de produtores faz variar a oferta

- Progresso tecnológico

- Custo dos factores de produção

- Preço de bens relacionados a produção – compara-se com a produtividade e rentabilidade de produções alternativas

- Organização do mercado

- Os choques exógenos aleatórios – conflitos violentos, doenças, cataclismos naturais

- Finalidades do produtor – podem não consistir na maximização do curso

- Expectativas do produtor

**Procura**

- Capacidade e disposição efectivas de pagar -> disposição para suportar os custos da aquisição e de uma determinada capacidade económica para arcar com essa aquisição

- Quantidade de produtos que as famílias e as empresas decidem comprar, tendo em conta as limitações orçamentais e o nível dos preços daqueles produtos

Factores determinantes:

- Nível dos preços dos produtos relacionados com os produtos em causa

- Mudanças no rendimento médio dos consumidores (quebra da procura de bens inferiores quando o rendimento sobe – *elasticidade rendimento*)

- Mudanças nas preferências ou gostos dos consumidores (por influência ou não de campanhas publicitárias)

- Dimensão da população de consumidores

- Condições especiais de exacerbação de necessidades – variações climatéricas, perturbações nas condições de saúde e de segurança

- Expectativas

- Quadro distributivo e redistributivo de rendimentos (poder de compra dos consumidores)

**Deslocações nas curvas da oferta e da procura**

- Determinado produto fica na moda;

- Surge uma notícia alarmante acerca dos riscos que o consumo comporta para a saúde;

- Os consumidores convencem-se que está próximo um drástico agravamento de preços;

- Alteração quanto à disponibilidade e custos do crédito ao consumo.

Consumidores revêem toda a sua escala de preferências – alteram a relação «quantidade-preço» a qualquer nível de preços ou de quantidades => a curva retrai-se ou expande-se como um todo – toda a curva da oferta se desloca

- Não há expansão ou retracção global da procura – regista-se um movimento ao longo da curva (deslocação entre uma e outra opção dentro da mesma escala de preferências – varia o preço das transacções e a reacção dos consumidores dentro dos parâmetros daquilo que constituía a sua escala de preferências)

**Escala de Preferências –** conjunto das diversas respostas que cada um dos possíveis níveis de preços pode suscitar da parte dos consumidores -> forma como a relação «quantidade-preço» determina a disposição de pagar aliada a uma capacidade de pagar, que nos dá uma medida do benefício marginal que o consumidor retira de cada troca

**Escala da Procura –** reacção quantitativa aos preços ou a da contracção ou expansão da procura como um todo

Ex.: O Governo decide desincentivar o consumo de produtores importados:

- Provoca movimentos ao longo da curva da procura – lança um imposto aduaneiro que se repercuta nos preços (sobem) -> queda da procura (*ceteris paribus*)

- Deslocação da própria curva da procura de bens importados – interferem no rendimento efectivo ou esperado dos consumidores, condicionam os respectivos gostos e expectativas (apelando ao patriotismo ou denegrindo os produtos estrangeiros) -> manipulação dos preços de bens e serviços sucedâneos ou complementares daqueles que são importados

**Curva da Oferta**

- Movimentos ao longo da curva (*ceteris paribus*) – simples variação de preços, em casos em que o vendedor altere uma determinada relação «preço-quantidade oferecida» (sem alterar a escala de preferências)

- Deslocação da própria curva – expansão ou contracção da oferta como um todo -> o custo dos factores alterou-se e produtor faz repercutir esse aumento dos custos sobre o comprador através das transacções (oferecendo quantidades mais reduzidas a cada nível de preço, preços novos para cada unidade transaccionada) – MERA VARIAÇÃO NAS QUANTIDADES

- A procura expande-se porque é possível a oferta encaminhar-se até ela

- A oferta expande-se por pressão dessa procura (na ausência de pressão não havia incentivos económicos ao desenvolvimento da oferta)