

O Perfil do Consumo
no Sector dos Lacticínios e
as Estratégias de Marketing
para o Século XXI

Elaborado por:

C. M. Consulting Office

Para:

ANIL 

Financiado por:

 **POE**
PROGRAMA OPERACIONAL
DA ECONOMIA

ANIL 

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS DE LACTICÍNIOS

Capítulo 1		
EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA COMO INDUTOR DE VALOR ACRESCENTADO		
1.1	Análise da situação do Sector em Portugal	3
1.2	Análise comparativa Internacional	26
Capítulo 2		
AS PRÁTICAS DE MARKETING UTILIZADAS NO SECTOR		
2.1	A oferta de Produtos	47
2.2	Os componentes do Marketing-Mix	59
Capítulo 3		
CARACTERIZAÇÃO E TENDÊNCIAS NA DISTRIBUIÇÃO		
3.1	O quadro da Distribuição Internacional	79
3.2	A evolução da Distribuição Alimentar em Portugal	91
Capítulo 4		
A CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR EM PORTUGAL		
4.1	Algumas características das principais categorias de Consumidores (Estudo Exploratório)	107
4.2	Algumas características das principais categorias de Consumidores [Estudo Descritivo Qualitativo – Fone Bus (Marktest)]	117
Capítulo 5		
A PROSPECTIVA SOCIAL		
5.1	Algumas tendências na Indústria e Mercados a nível Internacional	135
5.2	Algumas decisões importantes para a função de Marketing	137
5.3	Algumas tendências de consumo nos Produtos Lácteos para Portugal	148
Capítulo 6		
CONCLUSÕES		
		177