



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Félix, Luís Manuel Andrade dos Santos

**Contribuição para o delineamento de uma
estratégia de marketing aplicada ao azeite
produzido na área geográfica da Denominação de
Origem Protegida do Azeite da Beira Interior**

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/2473>

Metadados

Data de Publicação

1997

Resumo

A olivicultura ocupa um lugar de destaque no sector agrário da Beira Interior. Não só devido ao profundo enraizamento das populações à oliveira e ao azeite, como pela falta de alternativas a esta cultura. Esta região, conta com um elevado número de lagares em actividade. Não obstante o carácter artesanal são, em muitos casos, a única agro-indústria existente no meio rural, assumindo enorme importância nas economias locais. Num esforço de modernização, quer da olivicultura, quer dos lagares de ...

Tipo

report

Revisão de Pares

Não

Coleções

ESACB - Engenharia de Produção de Óleos Alimentares

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-17T03:22:28Z com
informação proveniente do Repositório

ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA
INSTITUTO POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO

**CONTRIBUIÇÃO PARA O DELINEAMENTO DE UMA ESTRATÉGIA
DE *MARKETING* APLICADA AO AZEITE PRODUZIDO
NA ÁREA GEOGRÁFICA DA DENOMINAÇÃO
DE ORIGEM PROTEGIDA DO AZEITE DA BEIRA INTERIOR**

LUÍS MANUEL ANDRADE DOS SANTOS FÉLIX

CURSO DE ESTUDOS SUPERIORES ESPECIALIZADOS EM
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DE ÓLEOS ALIMENTARES

CASTELO BRANCO
1997

ÍNDICE GERAL

Introdução.....	10
1. Criação das Regiões Demarcadas.....	11
2. Azeites da Beira Interior - Denominação de Origem.....	13
2.1. Criação de Denominação de Origem.....	13
2.2. Área Geográfica de Produção.....	13
3. Caracterização do Sector da Transformação na Região da Beira Interior.....	17
3.1. Aspectos Gerais.....	17
3.2. Identificação de Alguns Problemas que Afectam o Sector Oleícola na Beira Interior.....	19
3.3. Perspectivas.....	22
3.4. Circuitos de Comercialização.....	24
4. Introdução ao Estudo de <i>Marketing</i>	27
4.1. Definição de <i>Marketing</i>	27
4.2. Evolução do Conceito de <i>Marketing</i>	28

5. As Variáveis do <i>Marketing-mix</i>	32
5.1. O <i>Marketing-mix</i>	32
5.1.1. Política de Produto.....	32
5.1.2. Política de Preço.....	36
5.1.3. Política de Distribuição.....	38
5.1.4. Política de Comunicação.....	41
5.1.4.1. Princípios Fundamentais da Comunicação.....	43
5.1.4.2. Estratégia Global de Comunicação.....	45
6. Análise do Comportamento dos Consumidores.....	48
7. Elaboração de uma Estratégia de Comercialização e <i>Marketing</i> Aplicada ao Azeite Produzido na Região da Beira Interior com Denominação de Origem Protegida.....	52
7.1. Considerações Gerais.....	52
7.2. O Produto - Azeite da Beira Interior.....	53
7.3. O Preço do Azeite.....	56
7.4. A Distribuição do Azeite da Beira Interior.....	57
7.5. A Promoção do Azeite da Beira Interior.....	58
Conclusões.....	61
Bibliografia.....	63

RESUMO

A olivicultura ocupa um lugar de destaque no sector agrário da Beira Interior. Não só devido ao profundo enraizamento das populações à oliveira e ao azeite, como pela falta de alternativas a esta cultura.

Esta região, conta com um elevado número de lagares em actividade. Não obstante o carácter artesanal são, em muitos casos, a única agro-indústria existente no meio rural, assumindo enorme importância nas economias locais.

Num esforço de modernização, quer da olivicultura, quer dos lagares de azeite, e, no contexto da protecção proporcionada pela criação da *Denominação de Origem Protegida do Azeite da Beira Interior*, é oportuno aproveitar as vantagens daí resultantes para valorizar o azeite da região.

No âmbito da *Denominação de Origem Protegida*, apresentamos neste trabalho, uma contribuição para a elaboração de uma estratégia de comercialização e *marketing* aplicada ao azeite da Beira Interior.