



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | Inovação na Estratégia Internacional da Quinta do Pinto

Códigos do projeto | POCI – 02 – 0752 – FEDER – 021473

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | Quinta do Pinto – Sociedade Comercial e Agrícola, Lda.

Data de aprovação | 06-09-2016

Data de início | 16-05-2016

Data de conclusão | 15-05-2019

Custo total elegível | 346.722.31€

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 156.025,04€

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos:

Constituída em 2003, a QUINTA DO PINTO – SOCIEDADE COMERCIAL E AGRICOLA, S.A dedica-se à produção de vinho na região de Lisboa mais precisamente no concelho de Alenquer. A empresa possui actualmente plantação de 25 diferentes castas nacionais e internacionais nomeadamente Arinto, Fernão Pires, Touriga Nacional, Tinta Miuda, Viognier, Marsanne, Syrah, entre outros. Quanto à marca, a QUINTA DO PINTO detém o registo nacional de marcas como a Quinta do Pinto, Vinhas do Lasso e Terras do Anjo, entre outras.

O promotor conta diferenciar-se da concorrência através da produção de produtos inovadores e de alta qualidade.

Os principais clientes da QUINTA DO PINTO são distribuidores e importadores que vendem vinhos a clientes de restauração assim como a a clientes finais.

Com o presente projecto a entidade promotora estabelece os seguintes objetivos:

- Implementação de uma estratégia extensão de mercado com objectivo de penetrar em novos mercados internacionais nomeadamente Japão, Angola, Dinamarca, Luxemburgo, Correia do Sul, Hong Kong, Singapura;
- Apostar na qualidade e na diversificação dos seus produtos;
- Atingindo um crescimento económico e financeiro da empresa;
- Contratar novos técnicos para reforçar a equipa.

De forma a alcançar estes objetivos, estão previstas acções enquadradas nas seguintes tipologias:

- Conhecimento de mercados externos: Participação em diversas feiras internacionais de renome como por exemplo Prowein – Alemanha, Rio de Janeiro – Brasil, Interwine – China, Wine and Gourmet – Japão/ Taiwan, Grd Prova Calgary – Canadá;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas: participação em diversos concursos internacionais;
- Marketing Internacional: desenvolvimento de material promocional como Roll Ups, Filme institucional, Brochuras, entre outros;
- Prospecção e presença em mercados internacionais;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou relações externas.