



Designação do projeto | Miguel Louro Wines - International Market

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-011945

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Alentejo

Entidade beneficiária | Miguel Louro, Lda

Data da aprovação | 2016-01-14

Data de início | 2015-11-26

Data de conclusão | 2017-11-25

Custo total elegível | 159.795,00 €

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 71.907,75 €

Apoio financeiro público nacional/regional |

Objetivos, atividades e resultados esperados

Projeto apoiado e financiado pelos Fundos da União Europeia no âmbito do Sistema de Incentivos SI Qualificação e Internacionalização.

A empresa Miguel Louro, Lda., foi criada em 2007, por junção de dois empresários produtores de vinho no Alentejo, Miguel Louro e Luís Louro, pai e filho.

As empresas, Adega do Monte Branco e Quinta do Mouro, exploram vinhas próprias na região de Estremoz e possuem ambas modernas adegas nesta região de Portugal.

A Quinta do Mouro, situada dentro da cidade de Estremoz, destaca-se pela sua beleza, pela sua história e pelos excelentes vinhos que produz.

No processo de decisão de entrada em novos mercados, existem várias determinantes que devem ser tidas em conta e que devem fazer parte da planificação da internacionalização da empresa. Perceber o porquê, o como, o quando e o para onde, é essencial para o sucesso



da ação. É neste sentido que a empresa Miguel Louro desenvolve o seu projeto de internacionalização.

Desde cedo que o comércio internacional tem se apresentado como uma vantagem comparativa das empresas, os investimentos da Miguel Louro assentam na criação de materiais promocionais, na execução de ações de contacto, de ações de degustação e provas de vinhos nos mercados alvo, em ações inversas e concursos internacionais.

Os mercados alvo da empresa são: Canadá, Estados Unidos da América, Suíça, Bélgica, Reino Unido, Alemanha, Angola, Polónia, Espanha, Brasil, Macau, Irlanda e Holanda.

A abertura ao exterior tem-se assumido, ao longo dos anos, como condição vital para um País que se queira afirmar num contexto internacional, permitindo a criação de uma posição vantajosa nesse mesmo contexto. A internacionalização dos vinhos da Adega do Monte Branco contribui amplamente para o sucesso da empresa e da construção das suas marcas.