



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 | **2018-11-25**

Custo total elegível | **159.795,00 €**

Apoio financeiro da União Europeia | **FEDER - 71.907,75€**

Apoio financeiro público nacional/regional | **0,00€**

### **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, Adegas 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.