



Para o efeito, a empresa irá apostar numa estratégia de comunicação que contemplará as seguintes ações:

- Participação em feiras e exposições internacionais;
- Realização de ações de prospeção que visam a captação de novos clientes;
- Subcontratação de serviços de consultoria externa e de campanhas de marketing no exterior;
- Elaboração de um plano de comunicação;
- Registo internacional da marca;
- Aquisição de uma aplicação, para gestão da relação com o cliente, CRM.

Inicialmente, consideram-se como mercados prioritários os quais onde a empresa já detém profundo conhecimento, nomeadamente o mercado Brasileiro. O subsequente objetivo será a conquista de novos mercados, desenvolvendo os demais esforços que visam a abertura da atividade da empresa em novos mercados da América Latina: Chile, Argentina e Colombia.