

Programa de Internacionalização

**CURSO DE MARKETING
INTERNACIONAL**

**A importância do e-commerce em um ambiente
em transformação**

13, 14, 15, 27 e 28 de março de 2023

1ª Edição de 2023

1. MARKETING INTERNACIONAL – E-COMMERCE - 1ª EDIÇÃO 2023

A Apex-Brasil, em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, apresenta o curso “Marketing Internacional: A importância do e-commerce em um ambiente em transformação”, direcionado para favorecer a aceleração do processo de internacionalização, incluindo um viés para e-commerce em função das pressões externas trazidas pela pandemia. Dessa forma, os participantes serão envolvidos em atividades que os capacitem em relação aos seguintes temas:

1. Fundamentos para construção de um Plano de Marketing Internacional;
2. Estratégia de marketing Internacional;
3. Estratégia internacional para os 4P's (*direcionamento para e-commerce ao tratar de canais de distribuição*);
4. Definição de Plano de Marketing;
5. Dinâmicas que permitam a colocar em prática o conteúdo desenvolvido.

Para a elaboração de um Plano de Marketing Internacional, que pressupõe reconhecimento de oportunidades e ameaças no mercado externo, análise de mercado, de posicionamento, de proposta de valor, de vantagem competitiva, bem como dos pontos fortes e fracos das empresas, suas ofertas e sua marca, a reflexão-central passa pela análise dos elementos do marketing mix e pela decisão de quais variáveis devem ser adaptadas ou não para obter maior sucesso na internacionalização.

2. OBJETIVOS GERAIS

Capacitar as lideranças executivas de empresas brasileiras em processo de internacionalização nos temas ligados ao marketing internacional com viés em operações de e-commerce. O foco estará no desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes, e na aplicação de ferramentas importantes para auxiliar a elaboração de um plano de marketing internacional e no processo de transformação digital, sob supervisão de especialistas.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Apresentar aos participantes a necessidade da construção de uma estratégia de marketing para a entrada e/ou sustentação da empresa no mercado internacional via e-commerce e orientá-los como fazê-lo.

O participante deve desenvolver habilidades para realizar análise de suas vantagens competitivas e do ambiente de negócios no país selecionado, a fim de definir seu posicionamento.

b) Apresentar aos participantes a visão de produto ampliado – todas as dimensões envolvidas na sua entrega de valor no mercado internacional, além das necessidades de adequação ao país selecionado.

O participante deve ser capaz de elaborar a estratégia de marketing para o país selecionado considerando o processo de transformação digital.

c) Sensibilizar os participantes sobre a necessidade de possuir informações e de realizar análise estruturada para a tomada de decisão em internacionalização, além de demonstrar a importância de se estruturar um plano de marketing internacional.

O participante deve compreender seu problema de negócios e as formas pelas quais pode obter subsídios estruturados para a tomada de decisão.

d) Apresentar aos participantes a necessidade de construção de uma estratégia de marca, de comunicação, de preço e de distribuição adequadas ao ambiente de negócios internacionais por meio da ferramenta de e-commerce.

O participante deve desenvolver habilidades para construir estas estratégias e um calendário de ações estruturado.

e) Promover, na prática, durante a realização do curso, a construção de um plano de marketing internacional para operar via e-commerce.

O participante deve desenvolver habilidades para construir o plano de marketing internacional para operação via e-commerce.

4. PÚBLICO-ALVO

Colaboradores da área internacional e/ou de marketing de empresas brasileiras produtoras de bens e serviços, que possuem interesse em abrir operações no exterior por meio de e-commerce.

5. INFORMAÇÕES GERAIS DO CURSO

O curso será conduzido em 4 (quatro) dias, com intervalo médio de 15 (quinze) dias após os 2 (dois) primeiros encontros, em formato híbrido, com aulas presenciais e on-line, ministradas ao vivo, com interação em tempo real.

Datas e horários:

Dias das aulas: 13, 14, 27 e 28 de março de 2023, das 09h00 até 17h30.

Dia do workshop da ApexBrasil: 15 de março de 2023, das 10h até 12h.

Obs.

- dia 13 de março haverá uma abertura às 8h30 e dias 14, 27 e 28 de março haverá uma introdução às 8h45.
- dia 15 de março das 10h às 12h, a ApexBrasil realizará um workshop exclusivo online para apresentação de oportunidades de apoio de internacionalização de empresas brasileiras em 2023, com participação opcional.

5.1. LOCAL DO CURSO

Endereço:

ESPM Tech - R. Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana, São Paulo - SP, 04015-013.

Os participantes que optarem pela modalidade EAD receberão link e instruções para acesso oportunamente.

5.2. QUANTIDADE DE VAGAS

40 vagas

5.3. CARGA HORÁRIA

32 horas de aulas, com duração de 4 dias – com intervalo de 15 (quinze) dias entre a 1ª e 2ª etapa.

Obs. 2 horas de workshop, com participação opcional, não incluídas no certificado.

5.4. INVESTIMENTO

Valores por quantidade de participantes por empresa:

R\$ 1.100 para um participante,

R\$ 1.800 para dois participantes de uma mesma empresa; ou

R\$ 2.400 para três participantes de uma mesma empresa.

Estes valores são subsidiados pela Apex-Brasil.

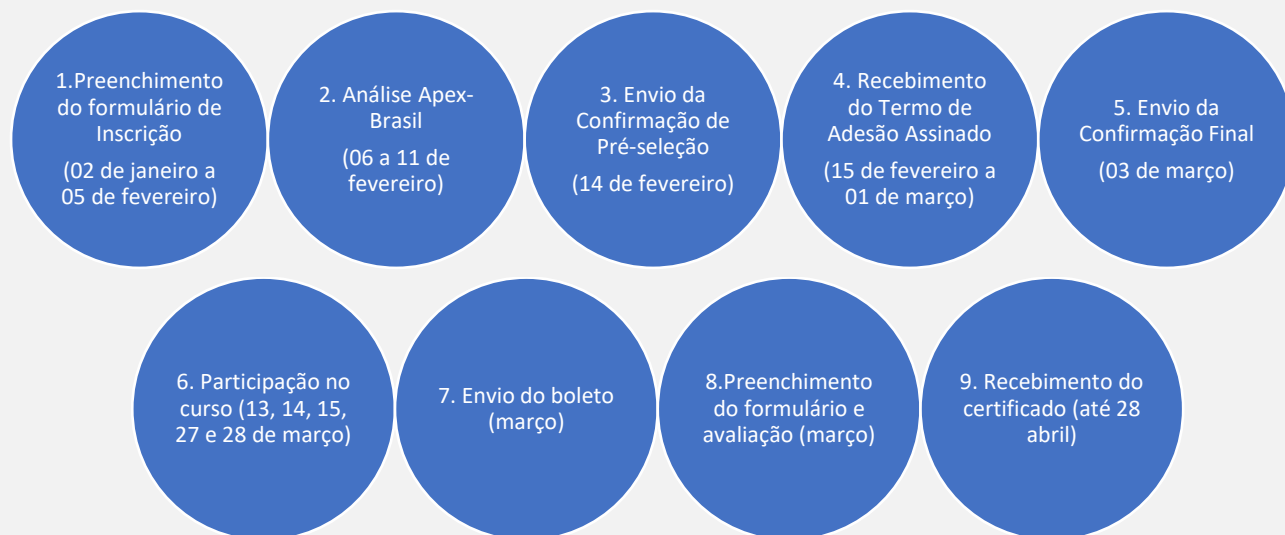
A forma de pagamento é em parcela única, via boleto bancário.

5.5. METODOLOGIA

Serão utilizadas estratégias que permitam a discussão de conceitos, modelos, ferramentas, assim como sua aplicação, permitindo uma construção lógica e sequencial a cada bloco apresentado aos participantes. Haverá, portanto, a necessidade de leitura prévia de material e preparação de análises buscando o máximo de aproveitamento possível e de otimização dos recursos. Será imprescindível a interação durante as aulas que serão ao vivo.

6. ETAPAS E PRAZOS

Na figura a seguir, é apresentado um resumo das principais etapas e prazos previstos.



*Os prazos poderão ser revisados a critério da Apex-Brasil.

6.1. PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

Para concorrer a uma vaga na capacitação em Marketing Internacional – e-commerce - 1ª Edição 2023, a empresa deve preencher **Formulário de Inscrição** na internet até o dia **05 de fevereiro de 2023**.

A Apex-Brasil não se responsabiliza por eventuais falhas de ordem técnica ocorridas no envio da inscrição.

6.2. ANÁLISE DA APEX-BRASIL

Em razão dos objetivos do curso e do limite de vagas disponíveis, a Apex-Brasil selecionará as empresas inscritas, conforme análise dos seguintes critérios de cada empresa:

- Participação do Atendimento Customizado oferecido pela Apex-Brasil no âmbito do Programa de Internacionalização de Empresas;
- Possuir operações no exterior;
- Participação em Missões de Internacionalização de Empresas oferecidas pela Apex-Brasil no âmbito do Programa de Internacionalização de Empresas;
- Participação em outras soluções oferecidas pela Apex-Brasil no âmbito do Programa de Internacionalização de Empresas (Workshops, seminários e webinars);
- Possuir experiência Internacional (Receita Internacional, participação em ações internacionais de promoção de negócios e participação em projetos setoriais da Apex-Brasil);
- Possuir operações com e-commerce no Brasil ou no exterior.

Adicionalmente, os participantes devem atender ao perfil definido acima para o público-alvo da capacitação. Poderão ser solicitadas informações adicionais acerca do perfil da empresa.

A Apex-Brasil se compromete e se obriga a utilizar as informações que lhe forem reveladas exclusivamente para os propósitos da seleção para a participação da capacitação, mantendo sempre estrito sigilo acerca de tais informações.

6.3. ENVIO DA CONFIRMAÇÃO PRÉ-SELEÇÃO

As empresas serão comunicadas formalmente sobre o resultado da seleção, via e-mail utilizado para o cadastro da inscrição, pela Apex-Brasil, até o dia **14 de fevereiro de 2023**.

6.4. RECEBIMENTO DO TERMO DE ADESÃO

A empresa que tiver inscrição deferida pela Apex-Brasil deverá, **obrigatoriamente**, enviar o Termo de Adesão preenchido e assinado pelo responsável legal da empresa para a Apex-Brasil, via e-mail, até o dia **01 de março de 2023**.

A inscrição somente será efetivada após o recebimento deste Termo. O não recebimento deste Termo no prazo estipulado significará o cancelamento da inscrição da empresa e a consequente liberação da vaga para outra empresa interessada.

O anexo I contém o Termo de Adesão que deverá ser preenchido e entregue após a confirmação da pré-seleção da empresa, conforme cronograma apresentado.

6.5. CONFIRMAÇÃO FINAL

As empresas serão comunicadas formalmente sobre o resultado final, via e-mail utilizado para o cadastro da inscrição, pela Apex-Brasil, até o dia **03 de março de 2023**.

6.6. PARTICIPAÇÃO NO CURSO

Os inscritos das empresas aprovadas na etapa 6.5 deverão comparecer as aulas nos dias das aulas: 13, 14, 27 e 28 de março de 2023, das 09h00 até 17h30.

De forma complementar, será realizado um workshop pela ApexBrasil no dia 15 de março de 2023, das 10h até 12h com participação opcional.

ATENÇÃO: será concedido o certificado conforme a presença física ou on-line em 75% das aulas.

O não comparecimento no curso poderá inviabilizar futuras participações em ações apoiadas/realizadas pela Apex-Brasil.

6.7. ENVIO DO BOLETO BANCÁRIO

A data prevista para envio do boleto bancário é até **31 de março de 2023**. A empresa deverá realizar o pagamento até o vencimento (30 dias após a data de emissão do boleto).

6.8. PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO

Após a realização do curso, os participantes deverão preencher o formulário de avaliação fornecido pela Apex-Brasil.

O não preenchimento do formulário poderá inviabilizar futuras participações da empresa em ações apoiadas/realizadas pela Apex-Brasil.

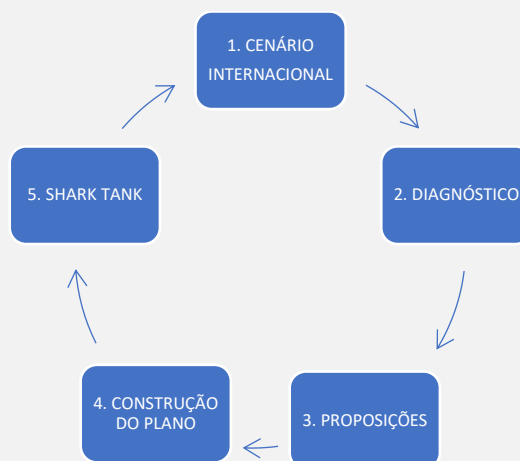
6.9. RECEBIMENTO DO CERTIFICADO

O certificado será via e-mail de cadastro da inscrição, para os participantes com presença mínima (física ou on-line) em 75% das aulas, até **28 de abril de 2023**.

7. DISCIPLINAS

O fluxo da construção do Plano de Marketing Internacional é representado em 5 módulos dispostos sequencialmente na Figura abaixo.

Figura 1 - Etapas do fluxo da Capacitação



Fonte: ESPM, 2020

7.1. Módulo: Cenários

7.1.1. Marketing Internacional

Objetivos

Introdução ao tema Marketing Internacional e Planejamento

Conteúdo Programático

Escopo do Marketing Internacional e a estrutura de um Plano de Marketing Internacional

7.1.2. Case Internacional

Objetivos

Tangibilizar os desafios da internacionalização

Conteúdo Programático

Casos reais de internacionalização de empresas

7.1.3. Modelos de Negócios na Internacionalização

Objetivos

Retomar os interesses estratégicos com a internacionalização e ter clareza dos fatores (modelos de negócios e competências) que justificam a internacionalização. Avaliar se o mercado priorizado do país-alvo apresenta características e condições gerais que justifiquem a sua escolha (critérios de escolha, análise CAGE etc.)

Conteúdo Programático

Internacionalização: modelo de negócios e competências. Alinhamento da priorização de mercados aos interesses da internacionalização

7.2. Módulo: Diagnóstico

7.2.1. Análise da Realidade do Mercado País-alvo: clientes, concorrentes e mercado

7.2.1.1. Estratégias de Internacionalização

Objetivos

Identificar quais as dimensões do mercado do país-alvo (macro e microeconômicas) devem ser analisadas para elaborar estratégia de atuação, em que se considerem adaptações e gastos

Conteúdo Programático

Estratégias de análise do mercado para internacionalização

7.2.1.2. Consumer Insight e Segmentação

Objetivos

Conhecer ferramentas de identificação de clientes, jornada digital e problemas

Conteúdo Programático

Identificação dos clientes. Personas. Jornada digital

7.2.1.3. Concorrentes

Objetivos

Mapear e analisar os concorrentes

Conteúdo Programático

Mapeamento. Drivers da concorrência. Posicionamento

7.2.2. Transformação Digital

Objetivos

Adaptar empresas às novas exigências do mercado

Conteúdo Programático

Transformação Digital. Novas Tecnologias que impactam os negócios. Novas Premissas Estratégicas da Era Digital. OS 4 Pilares para a Transformação digital/organizacional: jornada do cliente/consumidor; prontidão digital; novos modelos de negócio; e novas competências para o mundo digital: Cognitivas e Emocionais

7.2.3. Adaptação da Proposta de Valor

Objetivos

Conhecer ferramentas para modelar a proposta de valor

Conteúdo Programático

Modelagem de proposta de valor. Cadeia de valor

7.3. Módulo: Proposições

7.3.1. Branding

Objetivos

Compreender os principais atributos no processo de internacionalização de uma marca.

Conteúdo Programático

Internacionalização de marca

7.3.2. Estratégias de Marketing: o que é e como fazer?

Objetivos

Analisar os 4P (produto, preço, praça, promoção).

Conteúdo Programático

Marketing Mix: os 4Ps.

7.3.3. Estratégias de E-commerce

Objetivos

Preparar o empresário para utilização e melhor gestão do e-commerce

Conteúdo Programático

Diagnóstico. Implantação e Gestão de E-commerce

7.4. Módulo: Plano de Marketing

Objetivo

Aplicar o conteúdo da capacitação na construção de um Plano de Marketing Internacional (estrutura básica)

Conteúdo Programático

Dinâmicas para a construção do Plano de Marketing

7.5. Módulo: Shark Tank

Objetivo

Apresentar os Planos

Conteúdo Programático

Apresentação em formato de Elevator Pitch. Feedback dos avaliadores.

8. PROFESSORES

Reynaldo Dannecker Cunha – Coordenador Pedagógico do Curso e Professor

Doutor em Administração na ESPM - Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional, com pesquisa voltada à área de Marketing Internacional e à internacionalização de micro e pequenas empresas. Com ampla experiência nacional e internacional na área de Marketing, como professor em disciplinas de Marketing de cursos de Graduação em Administração, Comunicação e Relações Internacionais da Escola Superior de Propaganda e Marketing e em Pós-Graduação pela mesma IES. Bacharel em Comunicação com ênfase em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1989). Mestrado em Administração com ênfase em Gestão Internacional (2012). Pós-Graduado em Administração com ênfase em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas-SP (1999). Ampla experiência como executivo de Marketing & Vendas no Grupo Amil, OdontoPrev, Amil International e como Consultor de empresas como Ultragaz, Cia. Müller de Bebidas e SEBRAE entre outros.

Alejandro Pinedo

Sócio-diretor da Alma Mater, empresa dedicada à consultoria estratégica de negócios desde 2013.

Pós-Graduado em Sustainable Business pela University of Cambridge (Inglaterra) e Graduado em Marketing pela ESPM (SP), tem certificações no International Executive Program do INSEAD, Senior Management Program da Harvard Business School/Omnicom, Innovating Sustainability pela Harvard Business School, Finanças Corporativas pela Fundação Dom Cabral (MG), curso para Conselheiros de Administração do IBGC (SP) e Barrett Values Centre. Conta com mais de 25 anos de experiência profissional no Brasil e no exterior atuando como executivo em empresas líderes como Interbrand, Red Bull, Nike e Alpargatas. Suas áreas de especialização incluem desenvolvimento organizacional, governança corporativa, planejamento estratégico, gestão de negócios e marca, marketing e desenvolvimento de produtos. Professor de curso de MBA da ESPM desde 2020.

Jaércio Alex Silva Barbosa

Doutor pela FEA/USP, Mestre em Administração de Empresas pela EAESP/FGV é formado em Administração de Empresas pela Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, com pós-graduação em Gestão Estratégica pela Universidade de Miami. Coordenador Geral de Cursos da ESE (Escola Superior de Empreendedorismo SEBRAE-SP) é professor da FIA nas disciplinas de Estratégia e Marketing e da ESPM nas disciplinas de Marketing Digital e Negócios Digitais. Ocupou posições executivas em diversos segmentos como: Telecomunicações, Varejo, Financeiro, Tecnologia de Informação e Consultoria. Empreendedor, estruturou e vendeu diversas empresas para grandes grupos nacionais e internacionais. É ganhador de diversos prêmios acadêmicos e de mercado como Top de Marketing (ADV), Prêmio Henry Ford de Conservação Ambiental (Ford Brasil e Conservation Internacional) e FENEAD I e II (Instituto C&A, Itaú e Fundação Kellogg), autor de diversos livros e artigos sobre estratégia e marketing é Sócio Diretor da Consultoria Próximos Passos Estratégia e Marketing.

Marcos Machado

Formado em Administração de Empresas pela FGV e Direito pela USP. Pós-Graduado em Marketing pela ESPM e Doutor em Administração pela FEA/USP. Professor de Branding nos MBAs da ESPM, FIA, FDC-Fundação Dom Cabral, EINSTEIN e BSP-Business School São Paulo. Sócio-Diretor da TopBrands Consultoria de Branding. Coautor do livro Gestão Estratégica de Marcas (edição brasileira de Strategic Brand Management de Kevin Keller).

Mariana Bussab

Com doutorado em Gestão de Negócios Internacionais pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e mestrado e graduação em administração de empresas pela EAESP- FGV. Atualmente leciona a disciplina de Fundamentos de Marketing no curso de graduação em Comunicação e Publicidade na ESPM. Sua pesquisa tem particular interesse no consumo de produtos culturais. Já trabalhou como executiva de marketing em companhias como Johnson & Johnson e Schering-Plough. É responsável pela área administrativa da Associação Capoeira Mandinga. É também sócia-fundadora e diretora da Casa de Cultura Os Capoeira.

Mario Henrique Ogasavara

Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Ph.D. in Management pela University of Tsukuba (Japão), Pós-doutorado na National University of Singapore (Cingapura), Pesquisador Colaborador da Universidade de Brasília (UnB). Bolsista Produtividade CNPq - Nível 2 para o período 2019-2021. Coordenador Adjunto do ProAsia - Programa de Estudos Asiáticos (FEA/USP). Pesquisador Associado do Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM. Eleito como Coordenador da Divisão ESO da ANPAD para o triênio 2018-2020. Track chair "FDI and Internationalization" do congresso internacional AIB-LAT (Academy of International Business - Latin American Chapter) em 2017 (Peru) e 2018 (Buenos Aires). Track Chair Strategy Process and Practice do 2019 SMLA Strategic Management in Latin America. Co-Chair do Track "MNE Strategy and Organization" da conferência 2015 EIBA (European International Business Academy). Coordenador de Área no Brasil da SGBED (Society for Global Business & Economic Development). Foi membro do Comitê Científico da Divisão ESO para o biênio 2013-2014 e triênio 2015-2017 e líder da área temática "Estratégia e Conhecimento" da Divisão ESO biênio 2011-2012. Foi Professor Visitante da University of Deggendorf (Alemanha) e atualmente Avocational Lecturer da Steinbeis University (Alemanha). Atuou como Guest-Editor do Journal of Business Research (Elsevier). Membro do Corpo Editorial da RAE (Revista de Administração de Empresas),

Sergio Garrido Moraes

Doutor e Mestre em Administração (Gestão Internacional) pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo. Possui Especialização em Pesquisa de Mercado, Mídia e Opinião pela ESPM/IBOPE e Graduação em Administração de Empresas pela EAESP/FGV. Atuou profissionalmente na Nielsen, Danone, Levis, e curso de Moda na Universidade Anhembi Morumbi. Atualmente presta consultoria em branding e ministra cursos livres pela Brand Image, e é professor da ESPM, no curso de graduação em Administração e na Pós-Graduação lato sensu (presencial e online). Docente e pesquisador nos temas: pesquisa de mercado, marketing internacional, comportamento do consumidor, consumer dispositions e gerações.

Sérgio Santos

Formado em Administração de Empresas e Mestre em Comportamento do Consumidor pela FEA-USP. Especialista em Estratégias para Transformação Digital e Branding e CEO da XPotential Brasil, branch da consultoria inglesa especializada em estratégia de negócios, projetos para transformação digital, marketing e vendas. Larga experiência como executivo e consultor de Marketing e Vendas. Foi diretor de Marketing (Brasil e América Latina) em grandes empresas multinacionais de produtos e serviços como Brastemp, Philips e HSM. Professor, Facilitador e Coordenador Acadêmico de cursos de MBA e In-Company na ESPM e professor convidado na FIA, Fundace-USP e na Fipe. Colunista de Transformação Digital na BandNews FM. Curador e palestrante da trilha de Transformação Digital da SP-SMW (São Paulo Social Media Week- 2019), maior evento de social media do mundo. Criador e curador da ESPM Executive Week. É coautor do Livro Como empreender e aprender com seus erros lançado em 2019 e membro do coletivo Empreendedores Compulsivos.

Sydney Manzione

Formado em Administração de Empresas pela FGV, pós-graduado em Marketing e Planejamento pela PUC, mestre em Ciências da Comunicação pela ECA – USP e doutor em Ciências da Comunicação pela ECA – USP. Professor de Marketing Estratégico, Marcas e Produtos e Pesquisa de Marketing do cursos de Pós-Graduação e MBA da ESPM, FIPE. Como executivo trabalhou nas empresas ACNielsen, como responsável por marketing e atendimento; IMS, como diretor de marketing para América Latina; Copernicus, como diretor de atendimento; Resolve, como diretor de consultoria; Televisão Cidade, como diretor de marketing, além de empresas como Abril e Grupo Fenícia. Autor do livro Marketing para o Terceiro Setor (Novatec), coautor do livro CRM – Conceitos e Estratégias (Atlas), e do artigo Comunicação e Meio Ambiente no livro Um Sensível Olhar (Summus), além de diversos artigos em variadas publicações. Assinou coluna de marketing no caderno de negócios da Folha de São Paulo.

Neusa Santos de Souza Nunes - Gestora do Curso

Doutora e Mestra em Administração (Gestão Internacional) pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo. Possui Especialização em Marketing e Graduação em Ciência Econômica pelo Mackenzie. Atuou profissionalmente no Agência Estado, Gazeta Mercantil, Prosegur e Natura Cosméticos. Atualmente é professora em tempo integral na ESPM, no cursos de graduação em Design, Ciências Sociais e do Consumo e Cinema, sendo membro do NDE – Núcleo Docente Estruturante do Curso, e atua na ESPM in Company como gestora nas parcerias da ESPM com a Apex Brasil. Docente e pesquisadora nos temas: economia criativa e internacionalização.

* a lista de professores poderá revisada, em função de ajustes de agenda dos professores envolvidos, mantendo os conteúdos previstos neste regulamento, sem prejuízo da didática e da lógica programática oferecida aos integrantes

9. INFORMAÇÕES ÚTEIS

9.1. Sugestão de hospedagem

Hotel Comfort Nova Paulista

Endereço: Rua Vergueiro, 2740 - Vila Mariana, São Paulo - SP, 04102-001 Telefone: (11) 2197-7600

- O Hotel oferece um desconto para os alunos da ESPM.

9.2. Local do curso:

ESPM Tech

Endereço: R. Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana, São Paulo - SP, 04015-013. [Telefone: \(11\) 5081-8200](tel:(11)5081-8200)

- A unidade está localizada há de 22 minutos de carro do Aeroporto de Congonhas.
- A Estação Ana Rosa do metro é a mais próxima há cerca de 10 minutos a pé.
- No local há estacionamento terceirizado com diária de R\$ 54,00.

ANEXO I

TERMO DE ADESÃO PARA PARTICIPAÇÃO NO CURSO DE MARKETING INTERNACIONAL – E-COMMERCE – 1ª edição 2023 - Datas: 13, 14, 15, 27 e 28 de março de 2023

1. Dados da Instituição:

Razão Social:	
Endereço:	
CNPJ:	E-mail:
Inscrição estadual:	Fax:
Telefone:	Celular:
Dados para Emissão da Nota Fiscal:	
Representantes Legais*: Sr.(a): Cargo: RG nº: CPF nº: Sr.(a): Cargo: RG nº: CPF nº:	
* A instituição reconhece que o(s) representante(s) legal(is) acima referido(s) possui(em) plenos poderes de representação para os fins desta contratação, assumindo, para todos os fins legais, quaisquer responsabilidades decorrentes da assinatura deste Formulário, incluindo aceitação dos Termos e Condições.	
Contato Financeiro: Sr.(a): Cargo: Telefone: E-mail:	
Contato Geral: Cargo: Sr.(a): Telefone: E-mail (1): E-mail (2):	

2. Participantes

Participante 1:

Sr.(a):

Cargo:

Telefone:

E-mail:

Modalidade: 100% Online 100% Presencial – Instalações ESPM Tech - Vila Mariana – SP
 Parcialmente Presencial. Indique quais dias: _____

Participante 2:

Cargo:

Sr.(a):

Telefone:

E-mail :

Modalidade: 100% Online 100% Presencial – Instalações ESPM Tech - Vila Mariana – SP
 Parcialmente Presencial. Indique quais dias: _____

Participante 3:

Cargo:

Sr.(a):

Telefone:

E-mail:

Modalidade: 100% Online 100% Presencial – Instalações ESPM Tech - Vila Mariana – SP
 Parcialmente Presencial. Indique quais dias: _____

3. Valor pago (REAIS) por adesão à capacitação

- 1 participante – R\$ 1.100,00
 2 participantes – R\$ 1.800,00
 3 participantes – R\$ 2.400,00

4. Forma de Pagamento: (preenchimento pela Apex-Brasil)

Boleto Bancário – Parcela Única.

A data prevista para envio do boleto bancário é até 31 de março de 2023. A empresa deverá realizar o pagamento até o vencimento (30 dias após a data de emissão do boleto).

5. Condições de Participação:

1. A inscrição será efetivada somente após a assinatura e ciência nos termos e condições de participação.
2. O preenchimento e envio deste Formulário de Adesão pelo(s) representante(s) legal(s) da Instituição implica a aceitação plena dos **TERMOS E CONDIÇÕES GERAIS – SERVIÇOS APEX-BRASIL - Capacitações para internacionalização**, enviado por e-mail e disponível em <http://www.apexbrasil.com.br/transparencia> e do regulamento do curso disponível na inscrição e enviado por e-mail

6. Termo de Uso e Proteção de Dados:

6.1. Em atenção à legislação brasileira sobre proteção de dados e/ou legislação internacional eventualmente aplicável, o cliente autoriza a APEX-BRASIL, em decorrência do presente formulário, a ter acesso, utilizar, manter e processar, eletrônica e manualmente, informações pessoais e dados coletados pela APEX-BRASIL ou prestados pelo cliente (“Dados Protegidos”), compatíveis com as finalidades do presente formulário, ação / produto ora aderido, inclusive, para fins informativos e de publicidade. A APEX-BRASIL utilizará tais dados para administração, gestão, execução e coordenação com parceiros da ação apresentada. Sendo o caso, também os utilizará para a comunicação e pesquisas junto ao cliente, restritas às atividades / informações concernentes ao objeto pactuado e/ou a outros produtos / serviços prestados pela APEX-BRASIL, que tenham aderência ao perfil do cliente (segmentação estratégica).

6.2. A APEX-BRASIL excluirá as informações pessoais protegidas nos seguintes casos: (i) cancelamento do cadastro; ou (ii) solicitação de eliminação de informações pessoais protegidas.

6.2.1. Como exceção, a APEX-BRASIL não eliminará as informações pessoais protegidas em caso de interesse legítimo ao respectivo uso. Por exemplo, a APEX-BRASIL poderá reter as informações pessoais protegidas, tais como e-mail, identificador do aparelho, identificadores (“hashes”) de operações financeiras, para fins de: (i) resolução de disputas; (ii) cumprimento de instrumentos jurídicos; ou (iii) para satisfazer requerimentos ou requisições legais advindas das autoridades competentes. Nesses casos, as informações pessoais protegidas não poderão ser usadas para qualquer outro fim que não os aqui especificados. Para fins de exercício de seus direitos (Art. 18, da Lei nº 13.709/2018) ou se tiver alguma dúvida, entre em contato conosco através do e-mail dpo@apexbrasil.com.br.

6.3. Além disso, se for um utilizador dos nossos sites ou outros produtos e serviços, as informações pessoais tratadas serão recolhidas, processadas e armazenadas diretamente ou indiretamente pela APEX-BRASIL e/ou fornecedores de produtos ou serviços / entidades parceiras da Agência, também submetidos aos mesmos padrões de proteção e segurança de dados, conforme previsto na legislação. Ademais, tais informações poderão ser transferidas para os nossos servidores no Brasil ou de outros países onde a APEX-BRASIL mantenha filial ou negócios.

6.3.1. Independentemente de onde as informações estão localizadas, a APEX-BRASIL toma as medidas responsáveis para proteger, nos limites da razoabilidade, os seus direitos de privacidade, baseando-se primordialmente nos princípios que regem a legislação de proteção de dados, especialmente no seu consentimento expresso e na legitimidade de interesse do uso. Se não concordar com a coleta, o processamento, o armazenamento e a transferência das suas informações, não forneça as informações quando forem solicitadas e interrompa o uso dos nossos sites e outros produtos e serviços.

6.4. O representante legal se compromete, em nome da empresa aderente, a não fornecer à Apex-Brasil qualquer dado pessoal que esteja desamparado do consentimento expresso do respectivo titular; do legítimo interesse do operador/controlador; ou não inserido nas exceções legalmente previstas.

Local e Data:

Nome

Cargo

REPRESENTANTE LEGAL

Testemunhas

Nome

RG

CPF

Nome

RG

CPF