SYND | CREATIVE IPSOS

BIG BROTHER BRASIL 2027

Plataforma de Inteligência de Patrocínios Ipsos para BBB

Proposta comercial estudo sindicalizado

Novembro e Dezembro | 2026

Oferta válida até 18/12/2026.



© Ipsos | Creative Excellence BR

O **BIG BROTHER** continua sendo o **maior palco** para as **marcas no Brasil.**

Todos os 100 dias de BBB,

milhões de brasileiros interagem a cada edição.

Uma vez por ano,

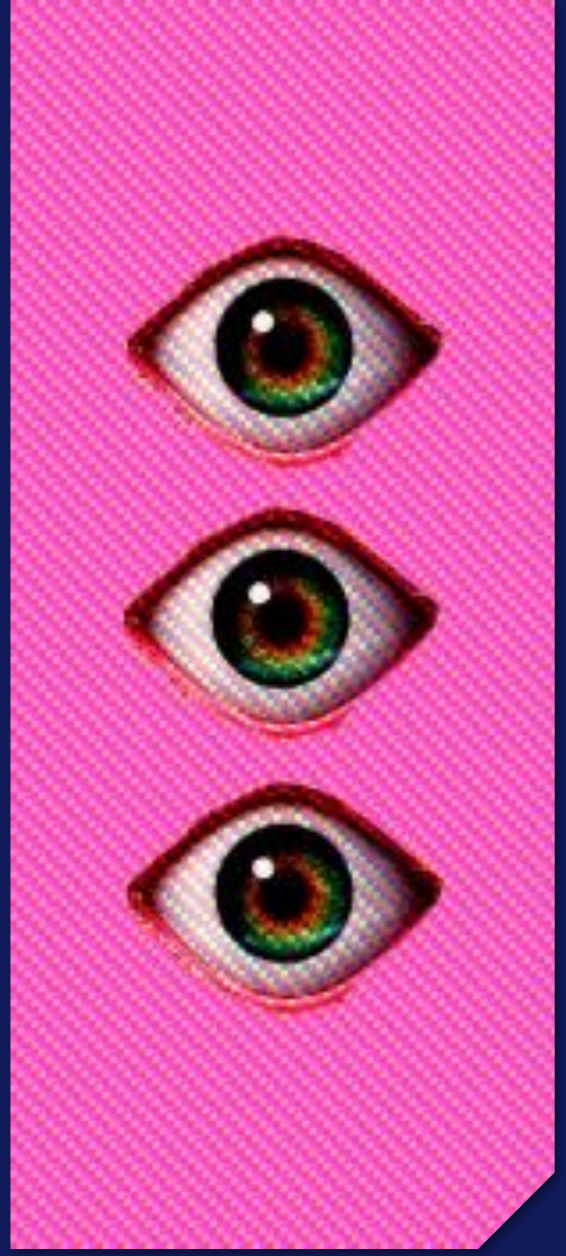
marcas investem milhões...

Um estudo sindicalizado como o **Synd Creative | BBB** com normas, benchmarks e scores únicos de patrocínio podem mensurar os efeitos dessa relação das marcas com seu público,

respostas que custam menos de 2% da sua cota de patrocínio.



© Ipsos | Creative Excellence BR



Perguntas que OS CMO's precisam responder?

- Qual patrocinador está transformando exposição em crescimento de negócio?
- Quais ativações merecem ser repetidas?
- Quais ativações estão desperdiçando exposição com o público?
- O investimento no BBB está fortalecendo minha marca?
- Minha marca está ganhando ou perdendo espaço mental durante a temporada?

© Ipsos | Creative Excellence BR



BENCHMARK EXCLUSIVO BBB

O valor do contexto

Há **05 anos a Ipsos mensura diferentes marcas patrocinadoras do programa**, além de avaliar a performance desses investimentos em outros diferentes eventos e ações, por isso sabemos que um número isolado não responde à pergunta principal.

Para saber se a performance é realmente efetiva, os resultados serão analisados versus 03 camadas de inteligência comparativa exclusivas:

Patrocinadores da edição 2027

Comparação direta entre os patrocinadores da edição – mesmo contexto

Histórico do Programa

Normas Ipsos exclusivas construídas a partir das edições anteriores do BBB

Database Ipsos de Patrocínios

Referência global de performance em entretenimento

© Ipsos | Creative Excellence BR

PRINCIPAIS APRENDIZADOS APÓS 05 ANOS MENSURANDO O BBB...

Uma leitura transversal das últimas edições do programa aponta um padrão consistente:

As marcas mais bem-sucedidas são aquelas que combinam exclusividade, frequência, integração ao entretenimento, contexto relevante e presença ao longo de toda a jornada do programa.

Exclusividade constrói associação de marca
Territórios exclusivos fortalecem a memorabilidade

Frequência gera memória
Presença recorrente acumula awareness, recall e brand linkage

Entretenimento supera publicidade tradicional
Formatos com marca bem integrada não parece publicidade



O contexto traz maior efetividade do que audiência
O espaço certo e bem integrado é mais relevante do que ser visto

BBB constrói o funil completo
Atenção → consideração → recomendação → intenção de compra

83%
gostam da participação das marcas no programa

81%
afirmam maior propensão de compra após a exposição

Não há um formato de ativação isolado que seja o mais efetivo

O impacto vem da combinação entre todos esses fatores destacados.

Meta-análise Ipsos das últimas edições do programa [2021-2026]

O estudo sindicalizado entrega 03 principais pontos decisórios para o investimento:

ATENÇÃO & LEMBRANÇA

Mede se a marca está conquistando espaço mental durante o BBB e se está superando os demais patrocinadores na corrida por atenção e memorabilidade.

EFETIVIDADE DAS ATIVAÇÕES

Identifica quais ativações realmente geram recall, conexão e associação com a marca para que você replique, se possível, os formatos mais eficientes no futuro.

IMPACTOS NO NEGÓCIO

Quantifica se a exposição dentro do BBB está fortalecendo os principais KPIs da marca na jornada do público durante o programa.



FRAMEWORK DE MENSURAÇÃO
SYND CREATIVE | BBB 2027

08 SCORES PROPRIETÁRIO DE PATROCÍNIO

Arquitetura analítica do Synd Creative

07 scores combinados e ponderados formam o 'The Big Score'

SPONSOR PERFORMANCE → 'THE BIG SCORE'

Como está a performance da minha marca frente aos demais patrocinadores? [*]

- MENTAL AVAIALABILITY
- ACTIVATION EXCELLENCE
- BUSINESS IMPACT
- SPONSOR FIT
- BRAND BUILDING
- BEHAVIORAL CONVERSION
- SOCIAL REPUTATION

[*] The 'Big Score' = Sponsor Performance Score é construído com os 07 scores descritos acima.

Cada score tem pesos distintos e adequados em sua construção, com um racional estatístico rígido e validado.

O questionário padronizado permite usar suas perguntas para a construção dos scores de patrocínio.

© Ipsos | Creative Excellence BR

OS SCORES MOSTRARÃO A EFETIVIDADE DO INVESTIMENTO SEMANA PÓS SEMANA

Escala de 0-100 com 04 níveis de classificação entre as marcas para maior facilidade de entendimento:

TODOS OS 08 SCORES COM ESCALA 0-100

A Ipsos transformou os muitos KPIs em uma linguagem simples para o acompanhamento e possíveis decisões durante o BBB.

- ✓ **Comparabilidade:** entre as diferentes marcas patrocinadoras.
- ✓ **Benchmarks e Normas:** exclusivas do programa.
- ✓ **Leitura executiva:** entendimento rápido do desempenho.

CLASSIFICAÇÃO DOS 08 SCORES

ESCALA 0-100



LÍDER DO JOGO
>90 Role model



ARTICULADOR
70-89 High Performer



TÁ NO JOGO
50-69 Core Performer



PLANTA
<49 Underperforming

NEWS! SOCIAL INTELLIGENCE

O Social Reputation Score sintetiza a performance da marca no digital.

Acompanha a evolução da programação por marca, a integração do social intelligence faz total sentido com a mensuração habitual.

Métricas entregues semanalmente:

Presença por Marca
Volume de menções e alcance.

Engajamento
Interações totais estimadas.

Sentimentos
Positivo, neutro e negativo.

Conteúdo
Principais temas e termos.

Fontes monitoradas:

Instagram	X	Twitter	Reddit
TikTok	Youtube	Fóruns



© Ipsos | Creative Excellence BR

NO FINAL DO PROGRAMA CADA MARCA TERÁ CLAREZA DA EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO FRENTE AOS DEMAIS PATROCINADORES

So What: BBB 2027?

Na entrega final da mensuração, o Synd Creative | BBB 2027 responderá:

"THE BIG SCORE" – SPONSOR PERFORMANCE DA MARCA

Como foi a performance da marca?

"THE GROWTH INDEX"

Quanto a minha marca evoluiu durante o programa?

"THE COMPETITIVE INDEX"

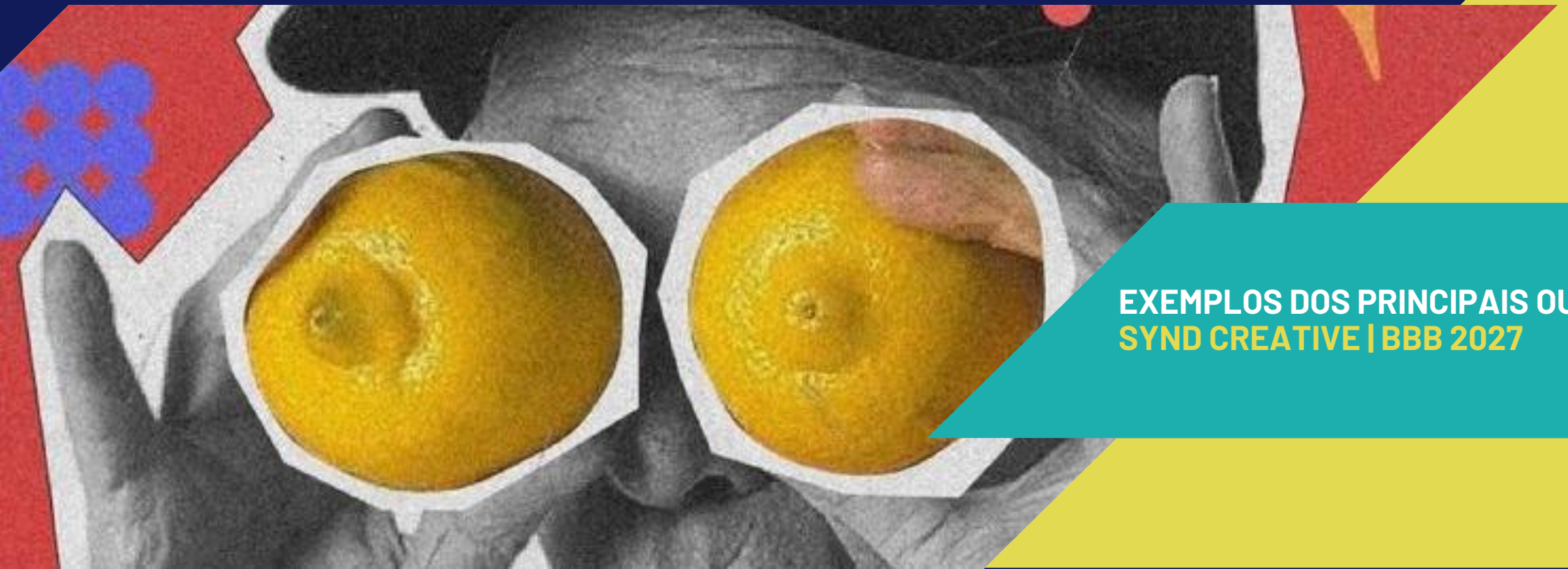
Como minha marca ficou frente aos outros patrocinadores?

Visão executiva final sobre a evolução por marca

- ✓ **Ranking BBB 2027**
- ✓ **Melhor Score por marca**
- ✓ **Principal oportunidade por marca**

© Ipsos | Creative Excellence BR

Semanalmente os principais scores serão reportados em um dashboard executivo.



EXEMPLOS DOS PRINCIPAIS OUTPUTS
SYND CREATIVE | BBB 2027

EXEMPLO DASHBOARD: OVERVIEW DA CASA

Entrega semanal: **Como está a performance da marca frente aos demais patrocinadores?**

DASHBOARD SEMANAL

Visão Consolidada entre os patrocinadores: 08 Scores Synd Creative | BBB 2027

PULSO 4 | Semana 4

Indicadores	Marca 1	Marca 2	Marca 3	Marca 4	Marca 5	Marca 6	Marca 7	Marco 8	Marca 9	Marca 10
THE BIG SCORE - SPONSOR PERFORMANCE	45	48	52	54	59	57	63	67	78	65
Mental availability	42	46	55	58	62	60	68	72	81	66
Activation Excellence	48	52	50	57	65	59	66	70	76	64
Business Impact	46	45	53	51	58	56	61	65	80	63
Sponsor Fit	38	42	49	50	55	52	58	61	72	59
Brand Building	47	50	54	56	62	58	64	69	77	66
Behavioral Conversion	44	47	51	53	60	55	62	68	75	63
Social Reputation	50	55	56	60	66	62	69	71	85	70
Ranking semanal	#9	#10	#8	#7	#5	#6	#4	#3	#1	#2
Melhor score	Social	Social	Brand	Social	Social	Social	Social	Social	Social	Social
Principal oportunidade	Fit	Fit	Activation	Fit	Fit	Fit	Fit	Fit	Impact	Fit

Classificação dos Scores 1-100:

>90	**Líder do jogo - role model** *Mental availability*
70-89	**Articulador - high performer** *Activation Excellence*
50-69	**Tá no jogo - core performer** *Business Impact*
<49	**Planta - underperforming** *Sponsor Fit*

Dados meramente ilustrativos para demonstração da interface do dashboard semanal.
Serão reportadas 10 marcas – dados compartilhados para todos os cotistas.

© Ipsos | Creative Excellence BR

EXEMPLO DASHBOARD: OVERVIEW DA MARCA POR PULSO MENSURADO

Entrega semanal: **O que está funcionando e o que não está funcionando na marca?**

DASHBOARD SEMANAL

Visão Evolutiva da Marca [dado restrito do cotista]

PULSO 14 | Semana 14

Scores por pulso	Pulso 0	Pulso 1	Pulso 2	Pulso 3	Pulso 4	Pulso 5	Pulso 5	Pulso 6	Pulso 7	Pulso 8	Pulso 9	Pulso 10	Pulso 11	Pulso 12	Pulso 13	Pulso 14
THE BIG SCORE - SPONSOR PERFORMANCE	45	48	52	54	59	57	63	67	78	65	77	45	36	36	78	89
Mental availability	23	45	48	52	56	58	62	66	71	68	74	40	32	71	71	85
Activation Excellence	0	46	50	53	58	55	61	65	74	62	75	38	28	73	73	88
Business Impact	56	67	70	68	72	69	73	76	82	71	80	48	40	76	76	90
Sponsor Fit	67	76	74	72	75	73	76	79	85	78	82	52	45	80	92	
Brand Building	89	56	60	62	66	63	68	72	80	74	81	50	42	77	87	
Behavioral Conversion	0	33	46	50	55	52	60	66	78	61	76	36	30	72	86	
Social Reputation	0	43	55	58	64	60	67	70	82	68	79	44	38	75	88	







Dados meramente ilustrativos para demonstração da interface do dashboard semanal.
Os dados evolutivos por marca serão restritos para marca cotista.

© Ipsos | Creative Excellence BR

EXEMPLO DASHBOARD: OVERVIEW DAS ATIVAÇÕES POR PULSO

Entrega semanal: **Entendendo os motivos da performance da marca pelas ativações mensuradas:**

DASHBOARD SEMANAL

Visão Evolutiva das Ativações da Marca [dado restrito do cotista e por ativação]

Métricas	Pulso 0	Pulso 1	Pulso 2	Pulso 3	Pulso 4	Pulso 5	Pulso 6	Pulso 7	Pulso 8	Pulso 9	Pulso 10	Pulso 10	Pulso 11	Pulso 12	Pulso 13	Pulso 14
Activation Excellence Score	não mensurado	48	52	54	59	57	63	67	78	65	77	45	36		78	89
Recall		45	48	52	56	58	62	66	71	68	74	40	32		73	85
Brand linkage		46	50	53	58	55	61	65	74	62	75	38	28		73	88
Likeability - T2B		67	70	68	72	69	73	76	82	71	80	48	40		76	90
Diagnóstico: experiência com ativação		76	74	72	75	73	76	79	85	78	82	52	45		80	92
Diagnóstico: fit e empatia com ativação		56	60	62	66	63	68	72	80	74	81	50	42		77	87
Diagnóstico: inovação e distinção da ativação		33	46	50	55	52	60	66	78	61	76	36	30		72	86
Média diagnóstico: qualidade da ativação		43	55	58	64	60	67	70	82	68	79	44	38		75	88



Principais Achados

Memorabilidade consolidada
O Recall evoluiu de 23 para 85, mostrando forte presença mental.

Associação com a marca
Brand Linkage saiu de 0 para 88, indicando alto nível de atribuição.

Alta aceitação da experiência
A Experiência com ativação alcançou 92 pontos e é o principal destaque.

Potencial de inovação capturado
Inovação e distinção evoluíram de 0 para 86, sugerindo uma execução única no BBB.

Classificação dos Scores 1-100:

>90	**Líder do jogo - role model** *Mental availability*
70-89	**Articulador - high performer** *Activation Excellence*
50-69	**Tá no jogo - core performer** *Business Impact*
<49	**Planta - underperforming** *Sponsor Fit*

Dados meramente ilustrativos para demonstração da interface do dashboard semanal.
Os dados evolutivos por marca serão restritos para marca cotista.

© Ipsos | Creative Excellence BR

EXEMPLO DASHBOARD: SOCIAL INTELLIGENCE SYND CREATIVE | BBB

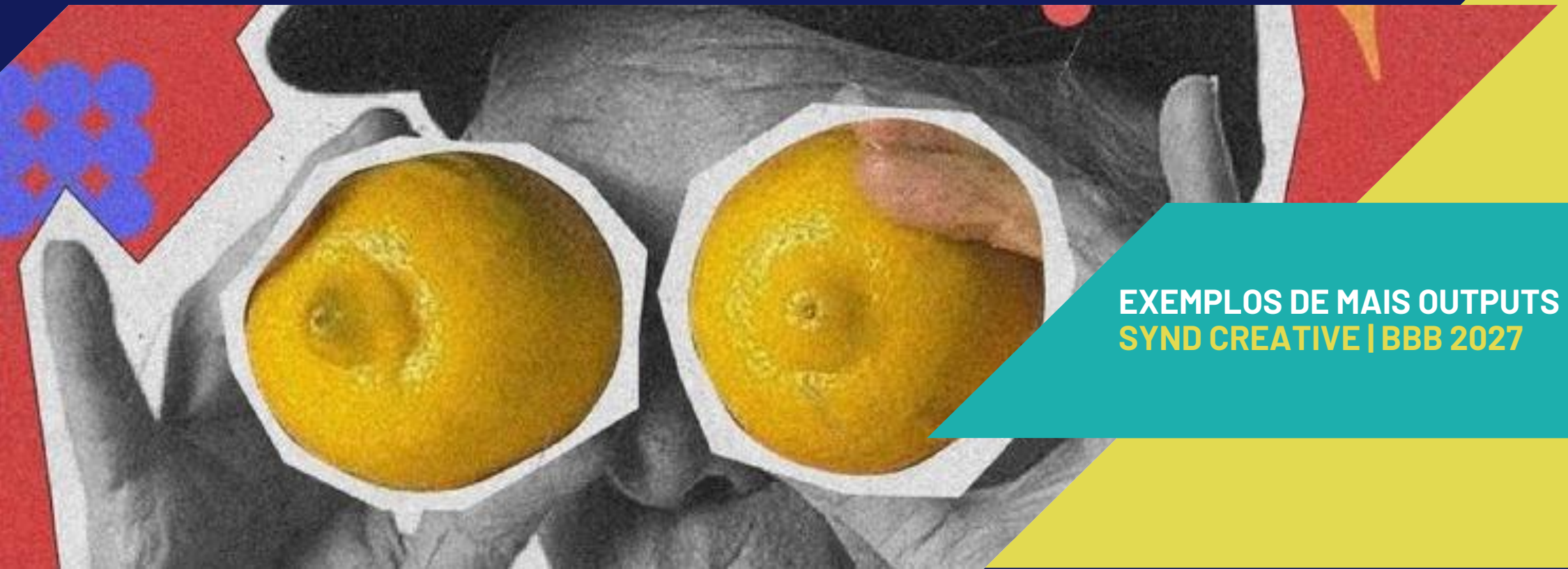
Entrega semanal: **O que está sendo amplificado sobre o programa e sobre a minha marca nas redes sociais?**



Dados meramente ilustrativos para demonstração da interface do dashboard semanal.
+ entrega em PPT consolidada no final da edição

© Ipsos | Creative Excellence BR

No final da edição, a Ipsos fará uma análise consolidada para entender como proteger e otimizar os investimentos.



EXEMPLOS DE MAIS OUTPUTS
SYND CREATIVE | BBB 2027

ANÁLISES CONSOLIDADAS: QRR & SHARE OF MIND

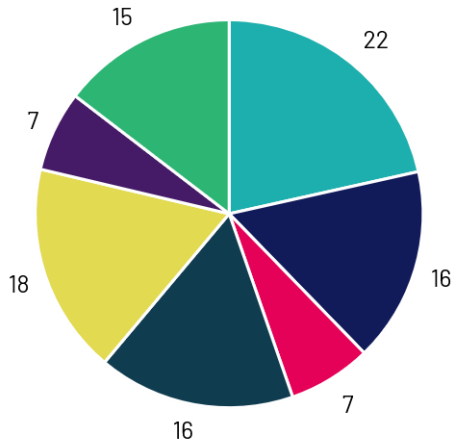
Quais marcas ocuparam mais espaços mentais na cabeça do público?

Recall Qualificado & Share of mind dos patrocinadores

Como o público lembrou da sua marca e os motivos da lembrança

QRR: Qualified Recall Rating Score		Recall (%)
Brand A	3	**43**
Brand B	2	**40**
Brand C	2	**27**
Brand D	3	**40**
Brand E	3	**40**
Brand F	2	**27**
Brand H	2	**37**

Share of Mind = % share de lembrança dos patrocinadores



Marca 1 | Marca 2

Marca 3 | Marca 4

Marca 5 | Marca 6

Marca 7 | Marca 8

Marca 9 | Marca 10

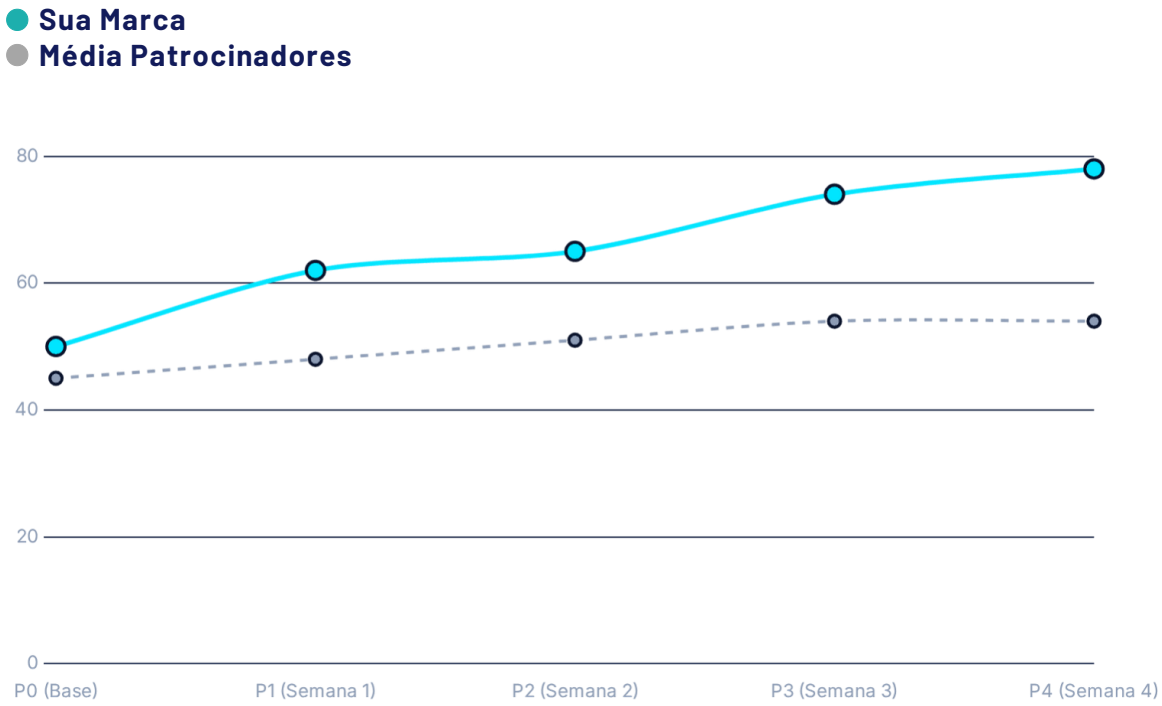
Dados meramente ilustrativos para demonstração da entrega em PPT consolidada no final da edição

ANÁLISES CONSOLIDADAS: ENTENDENDO AS ALAVANCAS E PONTOS DE ATENÇÃO

Quais ativações surtiram efeitos significativos na marca e quais são os pontos de atenção?

Sponsor Performance Index (SPI)

Trajetória da sua marca versus a media dos patrocinadores



▲ Principal Alavanca

O salto de +4 pontos no SPI geral na Semana 4 foi diretamente impulsionado pelo **Activation Excellence Score**, que subiu de 68 para 85. A dinâmica do líder patrocinada pela marca gerou alto *brand linkage* e forte residual de lembrança nas conversas sociais.

! Ponto de Atenção

Apesar do pico em ativação, o **Behavioral Conversion Score** recuou 2 pontos nesta onda.
A promoção recebeu atenção, mas a mecânica promocional apresentada no QR Code teve baixa conversão e atrito reportado no Social Intelligence.

Dados meramente ilustrativos para demonstração da interface do dashboard semanal.

© Ipsos | Creative Excellence BR

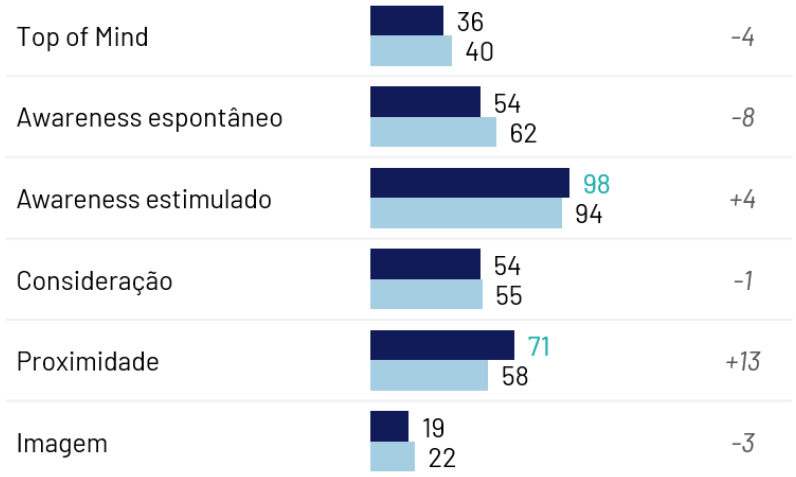
ANÁLISES CONSOLIDADAS: EFEITOS & RESPOSTAS NA MARCA

Quanto este investimento gerou valor para minha marca e quais mudanças de comportamentos surtiram no público?

Business Impact Score & Behavioral Conversion Score

Impacto no funil da 'Sua Marca'

% RESULTADOS DE IMPACTO NOS KPIS DE MARCA
LIFTS p.p.



% MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO





Dados meramente ilustrativos para demonstração da entrega em PPT consolidada no final da edição

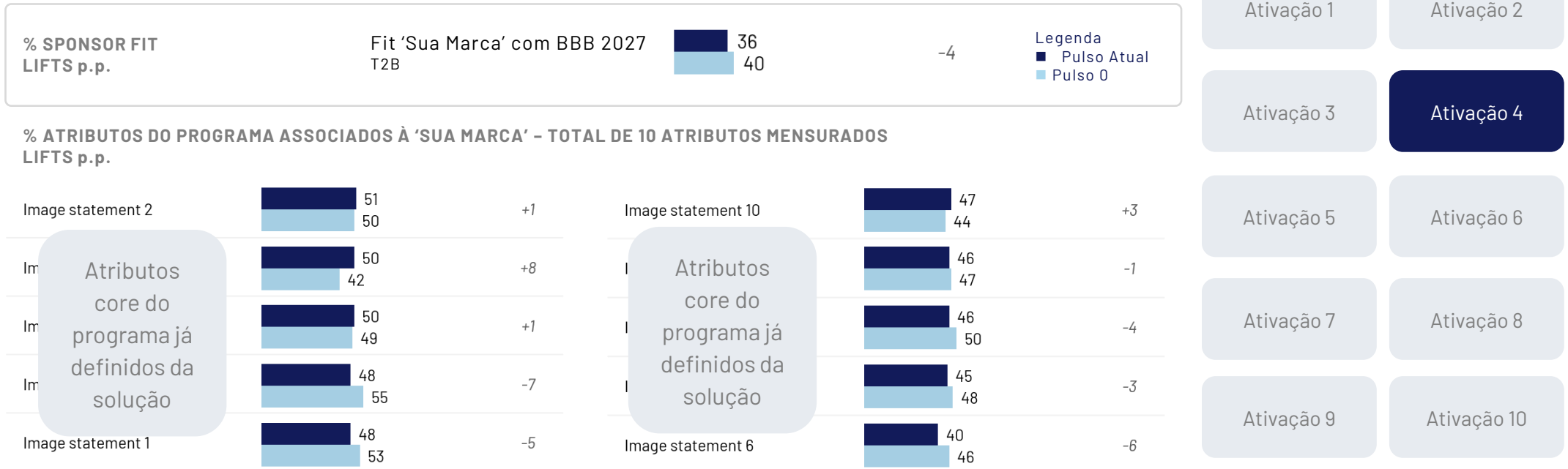
© Ipsos | Creative Excellence BR

ANÁLISES CONSOLIDADAS: FIT & BRAND BUILDING SCORES

Qual fit a minha marca com o programa e o que o programa trouxe de percepção para minha marca?

Sponsor Fit Score & Brand Building Score

O quanto a 'Sua Marca' combinou com o programa
Como o programa ajudou a fortelecer a percepção da 'Sua Marca'



Ativação 1 | Ativação 2
Ativação 3 | **Ativação 4**
Ativação 5 | Ativação 6
Ativação 7 | Ativação 8
Ativação 9 | Ativação 10

Dados meramente ilustrativos para demonstração da entrega em PPT consolidada no final da edição

ANÁLISES CONSOLIDADAS: SOCIAL INTELLIGENCE

Como foi o alcance da minha marca fora da casa? Os efeitos foram positivos, neutros ou negativos?

Social Reputation Score

Síntese do volume, sentimentos e Influência das métricas de social intelligence

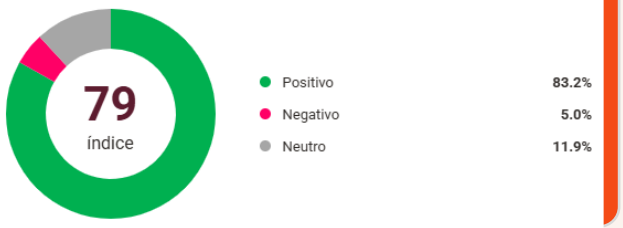
CONSOLIDADO

REPUTATION SCORE **85**

▲ +8

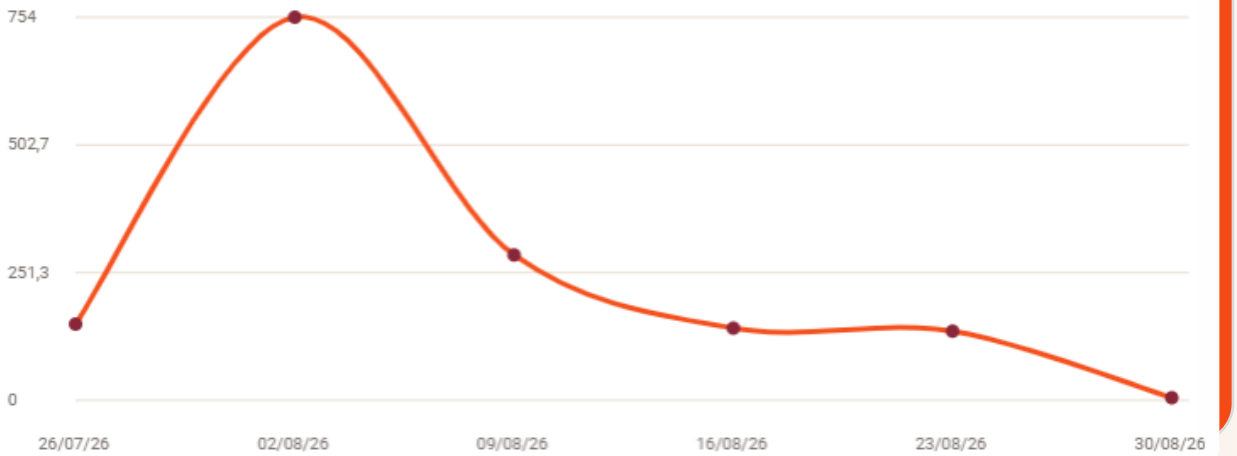
Sentimento

Composição das menções classificadas



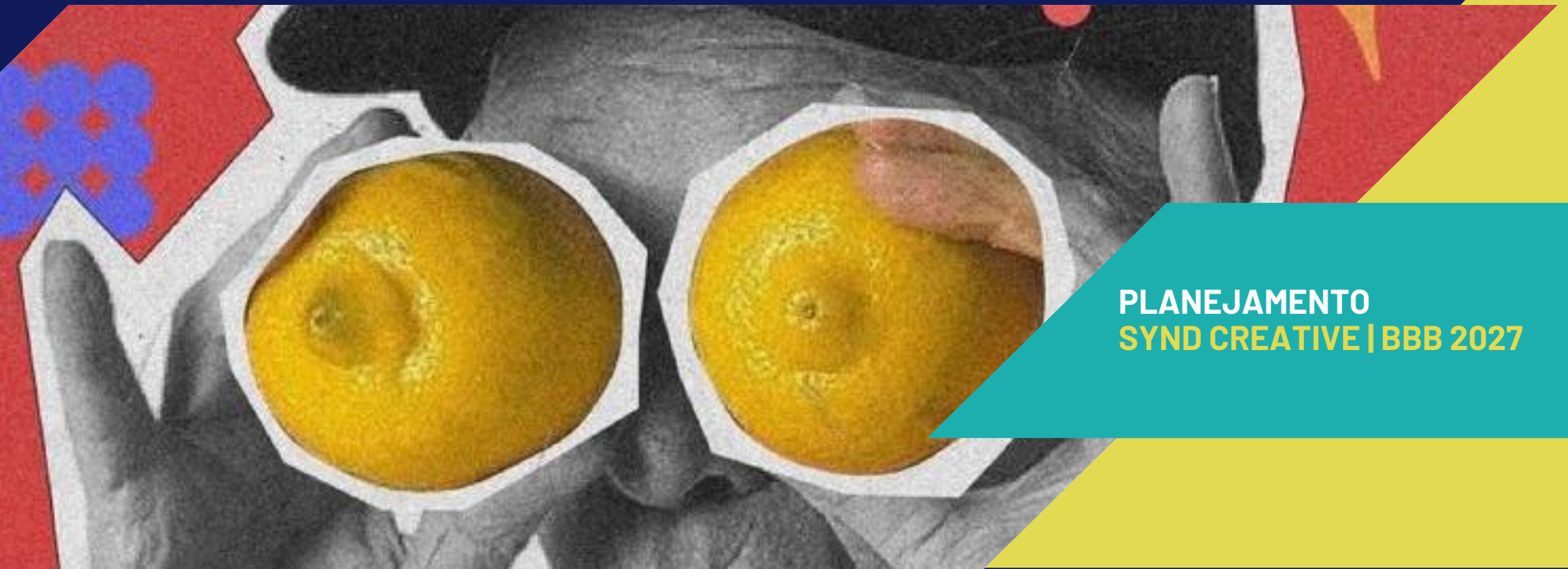
Volume ao longo do tempo

Distribuição semanal das menções



Dados meramente ilustrativos para demonstração da entrega em PPT consolidada no final da edição

O que é necessário para ser um cotista do estudo? Como participar?



PLANEJAMENTO
SYND CREATIVE | BBB 2027

INSUMOS, ENTREGAS & CRONOGRAMA

Entregas padronizadas do Synd Creative BBB 2027

01 DASHBOARD EXECUTIVOS POR SEMANA

Excel com os Scores de Patrocínio + Social Intelligence

EVOLUÇÃO DA EDIÇÃO

Tendência semana a semana dos scores e social intelligence

BENCHMARK BIG BROTHER BRASIL

Comparação direta entre os patrocinadores da edição

RELATÓRIO CONSOLIDADO FINAL DA EDIÇÃO

PPT consolidado com ganhos, perdas e oportunidades

CRONOGRAMA OPERACIONAL SEMANAL

SEXTA-FEIRA [*]	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	2 DIAS ÚTEIS	SEXTA-FEIRA
Envio dos estímulos	Setup da semana	Campo quantitativo	Processamento	Entregas dashboards



[*] Os cotistas poderão enviar semanalmente até 02 ativações para avaliação.

Serão avaliadas imagens estáticas como storyboards para vídeos, imagens agrupadas por ativação ou imagem individuais.

Mensurações dos Pulsos: Pulso 0: uma semana antes da estreia. Pulsos 01-14: Entre 20/01 até 21/04

© Ipsos | Creative Excellence BR

SYND CREATIVE | BBB 2027

A plataforma que transforma exposição em decisões de negócio

O que os scores respondem?

Mental Availability: Minha marca está presente na cabeça do público?

Activation Excellence: Quais ativações realmente funcionam?

Business Impact: O BBB está fortalecendo meus KPIs de marca?

Sponsor Fit: Minha marca combina com o programa?

Brand Building: Quais percepções o BBB transfere para minha marca?

Behavioral Conversion: As ativações estão gerando intenção, engajamento e compra?

Social Reputation: O que está sendo amplificado nas redes sociais?

The Big Score: Qual é a minha performance frente aos outros patrocinadores?

Diferenciais Ipsos

Normas & Benchmarks

Database de 05 anos analisando o BBB

Análises Especiais

Comparações entre patrocinadores, histórico BBB e database Ipsos

Scores Proprietários Ipsos

Métricas para mensuração da atenção até compra e recomendação

O que os cotistas recebem?

Dashboard semanais:

- Ranking dos patrocinadores
- Evolução dos 08 Scores Ipsos
- Performance da marca vs. patrocinadores
- Diagnóstico por ativação
- Social Intelligence integrado

Relatório final consolidado:

[+] Growth Index analysis (evolução da marca)

[+] Competitive Index analysis (posição frente aos patrocinadores)

[+] Principais alavancas e oportunidades

[+] Recomendações para próximas edições do programa

© Ipsos | Creative Excellence BR



INVESTIMENTOS

Por menos de R$ 12 mil por pulso mensurado, sua marca terá:

R$ 170.000

Cota única por patrocinador cotista do estudo

Cobertura completa da edição 2027

- ✓ 15 pulsos de monitoramento
- ✓ N=200 casos/pulso | Total de 3.000 entrevistas
- ✓ Dashboard semanal executivo (scores + social intelligence)
- ✓ Entrega com análise consolidada em PPT no final do programa

Eficiência	Agilidade	Governança
Menor custo por insights	Dashboard executivo	Metodologia oficial Ipsos

Oferta válida até 18/12/2026.

Mínimo de 04 cotas para viabilidade.

Estudos customizados para BBB 2027

Para uma mensuração exclusiva e customizada da marca, a Ipsos tem o **Sponsor Ipsos**:

- ✓ Performance, impacto e diagnósticos exclusivos
- ✓ Profundidade analítica
- ✓ Flexibilidade total

Condições de pagamento: Faturamento de 70% na aprovação do projeto e 30% após entrega dos resultados no final da edição do programa.

© Ipsos | Creative Excellence BR



SYND CREATIVE | BBB 2027 transforma a presença dos patrocinadores em inteligência acionável para decisões mais rápidas, mais seguras e mais efetivas.

Não basta participar do jogo.
É preciso saber quem está vencendo.

Principais contatos:

Renata Ferreira | Account Director

renata.ferreira@ipsos.com

Luciene Santiago | Manager

luciene.santiago@ipsos.com

Para mensurações customizadas as responsáveis pela proposta sindicalizada irão direcionar o briefing para o atendimento responsável da marca.

© Ipsos | Creative Excellence BR

T&C Ipsos Brasil

Esta proposta obedece os requisitos da Norma ISO 20252 (padrão de qualidade internacional para pesquisa de mercado, social e de opinião).
Essa proposta é confidencial, de propriedade intelectual da Ipsos Brasil, e foi elaborada de forma complementar a um Contrato de Prestação de Serviços, previamente assinado entre as Partes ou que deverá ser assinado tão logo essa proposta seja aceita.
O cliente está ciente de que o estudo ora proposto não se destina à divulgação pública de seus resultados. A intenção da cliente em divulgar o resultado deve ser informada antes da escolha da metodologia e da apresentação da presente Proposta.
De acordo com o artigo 8 do Código de Ética ICC/ESOMAR para Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social, o cliente deve consultar a empresa de pesquisa quanto à forma e conteúdo de divulgação de quaisquer dados de pesquisa, para se assegurar de que não haja interpretações inadequadas em vista da utilização de determinados dados fora do contexto geral da pesquisa realizada. O cliente obriga-se a solicitar a autorização da Ipsos, a ser dada por escrito, previamente à divulgação dos resultados da pesquisa por quaisquer meios, sejam estes meios de comunicação de massa (imprensa ou propaganda) ou quaisquer outros meios através dos quais a informação possa transcender o âmbito da empresa cliente.
As partes concordam que em nenhum caso a aceitação dessa proposta implica em qualquer forma de exclusividade comercial, a não ser que expressamente ajustado em contrário entre as Partes.
O preço inclui todos os impostos incidentes na prestação dos serviços.
O preço não inclui custos de viagens ou a preparação de estímulos (fotos, mock-ups, concept boards, etc).
Na conclusão dos serviços a Ipsos entregará o relatório final em português, em meio digital e em via impressa.
Se solicitado, será feita uma apresentação dos resultados, pessoalmente, em São Paulo.
A alteração das condições desta Proposta implicará na revisão de prazos e custos.
Esta proposta é válida por um (1) mês.
Para a operacionalização deste estudo, a Ipsos poderá, a seu critério e sob sua inteira responsabilidade terceirizar parte dos serviços contratados, permanecendo inteira e diretamente responsável por todos os serviços realizados no presente projeto, incluindo qualquer parte do trabalho que possa ter sido subcontratada e/ou terceirizada, exceto nos casos em que a escolha do subcontratado não esteja sob o controle da Ipsos.
Para a realização da pesquisa, a Ipsos utilizará metodologia desenvolvida a partir de sua própria expertise e know-how, cuja titularidade é e continuará sendo de propriedade da Ipsos e não será cedido. Os resultados da pesquisa encomendada serão de propriedade do cliente. Em estudos sindicalizados, os resultados não serão transferidos, permanecendo de propriedade da Ipsos.
Código de Ética: A Ipsos é filiada à ABEP Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa e segue os quesitos ditados pelo Código Internacional da ICC/ESOMAR. Para consulta à íntegra do código, acesse www.abep.org.

Em atenção ao Código, o anonimato dos entrevistados deve ser estritamente preservado, e o cliente deve consultar a Ipsos quanto à forma e conteúdo de divulgação de quaisquer dados de pesquisa, para se assegurar de que não haja interpretações inadequadas. O cliente obriga-se a solicitar a autorização da Ipsos, a ser dada por escrito, previamente à divulgação dos resultados da pesquisa por quaisquer meios pelos quais a informação possa transcender o âmbito da empresa cliente. Esta restrição não se aplica ao compartilhamento de resultados para empresas do mesmo grupo econômico da cliente.
Ao aceitar esta Proposta, o cliente garante que quaisquer informações que transmitir à Ipsos não violam direitos de terceiros, assumindo total responsabilidade por quaisquer danos causados à Ipsos e a terceiros por violações de propriedade intelectual alheia ou pelo tratamento de dados pessoais em desconformidade com a lei.
A Ipsos não é responsável pela qualidade dos estímulos enviados pelo cliente. Se for considerada prejudicial ao desenvolvimento da pesquisa, o fato será comunicado ao cliente, e a Ipsos não será responsável por atrasos causados pela entrega de estímulos inadequados.
A Ipsos não será responsável legalmente, seja perante o consumidor ou qualquer terceiro, por eventuais efeitos adversos provocados pelo material testado. É responsabilidade do cliente certificar-se de que o material a ser testado não causará nenhum tipo de efeito adverso aos respondentes da pesquisa. Caso ocorram efeitos adversos, o cliente assumirá exclusivamente toda a responsabilidade por tomar as medidas necessárias para sua reparação, seja de qual natureza for. As Partes, neste ato e de comum acordo, anuem que em nenhuma hipótese serão
responsáveis por danos indiretos, lucros cessantes ou insucessos comerciais da outra
Parte, e concordam que, em qualquer circunstância, sua responsabilidade pelos danos
diretos devidamente comprovados e apurados está limitada ao valor do projeto ora
contratado, reconhecendo que a limitação de responsabilidade aqui tratada foi levada em
consideração pelas partes quando do estabelecimento do preço da presente Proposta.
Termos para Cancelamentos:
O valor e/ou desconto indicados nesta proposta considera o volume contratado.
O cancelamento parcial do(s) estudo(s) ensejará cobrança retroativa do valor sem desconto.
O cancelamento do(s) estudo(s) após a aprovação e antes do início do projeto ensejará multa de 20% (vinte por cento) do valor contratado.
O cancelamento posterior ao início do projeto ensejará multa de 50% (cinquenta por cento) do valor da porção cancelada.
As multas por cancelamento e ajuste retroativo do preço serão cobrados na próxima fatura, ou imediatamente, com pagamento em 30 dias, caso não haja próxima fatura prevista [só colocar se tem desconto por volume]