BRAVURA PARK • PROGRAMA DE PARCEIROS

TERMO DE ADESÃO AO PROGRAMA DE PARCEIROS

Comercialização de ingressos por agências, operadoras, OTAs e comissionados.

Versão: 3.4
Data: 10/11/2026
Contato: parceiros@bravurapark.com.br

AS PARTES

BRAVURA PARK	PARCEIRO
Bravura Park Ltda., CNPJ e Cadastur 60.073.874/0001-09, Rodovia BR-101, Km 171 + 450, nº 7.222, Bairro Morretes, Tijucas (SC), CEP 88207-899 · parceiros@bravurapark.com.br	Pessoa jurídica ou física cadastrada no Portal de Parceiros (bravurapark.com.br/b2b), aprovada pelo Bravura Park, que assina este termo no Zoho Sign. Os dados do Parceiro ficam no cadastro e no registro de assinatura.

Este termo reúne as regras do Programa de Parceiros para agências, operadoras, OTAs, receptivos, hotéis, transportadoras e afiliados. Quando uma regra vale para uma só modalidade, o texto indica. A parceria começa depois da assinatura no Zoho Sign e da aprovação do cadastro.

01 COMO FUNCIONA A PARCERIA

O Parceiro vende ingressos e Missões do Bravura Park nas modalidades aprovadas no cadastro, sem exclusividade, zona de atuação ou metas obrigatórias.

	PORTAL B2B (LINK)	CANAL PRÓPRIO	CUPOM
Para quem	Agências, operadoras e demais parceiros com CNPJ	Operadoras, OTAs e agências habilitadas	Afiliados: criadores de conteúdo, influenciadores, guias e divulgadores
Quem recebe do cliente	Bravura Park	Parceiro	Bravura Park
Ganho do Parceiro	Preço de venda menos a tarifa NET	Preço de venda menos a tarifa NET	Remuneração do Acordo Comercial
Prazo	**Todas as modalidades:** extrato até o dia 10 do mês seguinte, conferência pelo Parceiro até o dia 15 e pagamento sempre no dia 20. No link e no cupom, o Bravura Park paga a remuneração ao Parceiro; no canal próprio, o Parceiro paga a NET ao Bravura Park (seções 7 e 8).		

Acordo Comercial: tarifa NET, descontos, cupons, remunerações, categorias, bônus e limite de crédito de cada Parceiro ficam no Acordo Comercial, enviado à parte, e pré-configurados no Portal, em "Minha tabela". O Acordo Comercial faz parte deste termo e, se houver diferença, prevalece sobre o Portal. O Portal guarda o histórico e permite baixar a tabela vigente. Mudanças seguem a seção 18.

02 CADASTRO E ACESSO

Pessoa jurídica: CNPJ regular e Cadastur, quando exigido. Quem transporta clientes mantém a autorização do órgão de transporte e seguro de responsabilidade civil, inclusive de passageiros, com comprovantes a pedido. Portal B2B e canal próprio são exclusivos de pessoa jurídica.

Pessoa física: só como afiliado, maior de 18 anos e com CPF regular. Acima de R$ 500 de remuneração em um mês, passa a receber como MEI ou CNPJ a partir do mês seguinte. Até a regularização, a remuneração que exceder R$ 500 por mês fica retida, sem juros ou correção, e é paga no ciclo seguinte ao cadastro; sem regularização em 90 dias, o Bravura Park pode encerrar a parceria e pagar o valor retido por RPA, com as retenções legais.

O Parceiro mantém os dados atualizados, inclusive nome e CPF do representante legal, e-mail e telefone, e tem um único cadastro, sem somar o cupom a outra modalidade sem autorização. O Bravura Park aprova o cadastro e define as modalidades; as condições comerciais seguem o Acordo Comercial.

O acesso ao Portal é por código no e-mail, e o Parceiro responde pelos seus usuários. **A cada venda, quem vende informa o próprio nome e confirma que conhece este termo.** Suspeita de fraude ou descumprimento pode suspender o acesso, com aviso.

03 PREÇOS, NET E MEIA-ENTRADA

Preço de venda (Portal B2B e canal próprio): no mínimo, a tarifa NET; no máximo, o preço do site para a data, vigente na venda, na venda antecipada, ou o preço de bilheteria do dia, na venda no dia da visita. O preço total é informado antes do pagamento, e serviços próprios (transporte, guia, hospedagem) são cobrados à parte. No cupom, vale o preço do site menos o desconto do Acordo Comercial.

A NET e as condições comerciais são confidenciais. As Missões incluem a entrada e as mesmas atividades do site. A Missão Dudinha e a entrada gratuita de criança de até 6 anos, retirada na bilheteria, não são vendidas por parceiros.

Meia-entrada e gratuidades: valem para todos os beneficiários e produtos previstos em lei, inclusive Missões (Lei 12.933/2013, Decreto 8.537/2015, Estatuto da Pessoa Idosa e leis locais). A meia custa a metade do preço que o Parceiro cobra pela entrada inteira na mesma data; nas Missões, a metade vale sobre a parte da entrada, e as atividades seguem o preço cheio, como no site. A NET da meia está no Acordo Comercial. Sem documento válido na bilheteria, o visitante paga a diferença ao parque, sem remuneração.

Disponibilidade: vende-se só o que o Portal mostra. O Bravura Park pode limitar ou bloquear datas e produtos, com aviso, e recusar reservas com erro evidente de preço, fraude ou abuso; vendas já registradas continuam válidas. Não é permitido revender a outros intermediários, anunciar em marketplaces sem autorização escrita nem comprar palavras-chave com a marca “Bravura Park” ou usá-la como se fosse canal oficial.

04 VENDA PELO PORTAL B2B (LINK)

O cliente paga direto ao Bravura Park pelo link emitido em seu nome, ao preço definido pelo Parceiro. O Parceiro recebe a diferença entre esse preço e a NET (seção 7) e emite a nota da sua remuneração; o Bravura Park emite a nota ao cliente e cuida de cancelamentos e estornos. As taxas de cartão e dos demais meios de pagamento dessas vendas são do Bravura Park e não reduzem a remuneração do Parceiro.

05 VENDA EM CANAL PRÓPRIO

Para operadoras, OTAs e agências habilitadas. Cada venda é registrada no Portal ou por integração, com os dados do visitante, antes de ser confirmada, e o ingresso só vale com o voucher, para a data reservada. Venda sem registro ou fora da disponibilidade não é permitida: o Parceiro resolve com o cliente, por reembolso ou outra data aceita por ele, e indeniza o parque (seção 16).

O Parceiro revende em nome próprio, recebe do cliente e paga ao Bravura Park a NET da data da venda por ingresso usado, mais no-show e retenções (seção 9); a diferença é a sua remuneração. O parque emite nota ao Parceiro, e o Parceiro, ao cliente. Atendimento, cobrança, cancelamento, reembolso e contestações ficam com o Parceiro, sem reduzir os direitos do consumidor. O ingresso registrado vale para o visitante mesmo se o Parceiro não pagar o parque. **Taxas de cartão**, de meios de pagamento, de antecipação e de intermediação das vendas do Parceiro são dele: a NET é paga integralmente, sem nenhum desconto.

06 VENDA POR CUPOM (AFILIADOS)

Cupom pessoal e intransferível, com desconto e remuneração do Acordo Comercial e vendas visíveis no Portal. O afiliado divulga quando e como quiser, com informações corretas, identifica o conteúdo como publicidade (#publi) e não se apresenta como canal oficial.

Não é permitido: compra com o próprio cupom, CPF, endereço ou cartão; divulgação em sites de cupom ou cashback, agregadores ou grupos de ofertas; uso em anúncio pago sem aprovação; acúmulo com promoções, convênios ou meia-entrada; mais de um cadastro. Essas vendas não geram remuneração, os valores já pagos são devolvidos, há multa (seção 14) e o cupom pode ser desativado, como também ocorre no fim da parceria.

07 REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

Remuneração (Portal B2B e cupom): devida só depois da validação do ingresso na catraca: integral no ingresso usado e proporcional ao valor retido do cliente no no-show e no cancelamento com retenção. Vale a condição do mês da venda, paga no mês do fato gerador: uso, data da visita no no-show ou data do cancelamento. No reagendamento, vale a nova data com as condições originais. Não há remuneração sobre valor estornado ou contestado (chargeback); contestação recebida depois do pagamento é descontada da remuneração seguinte ou cobrada do Parceiro. As taxas de cartão e dos demais meios de pagamento são do Bravura Park e não reduzem a remuneração. O Parceiro não responde pela inadimplência do cliente, salvo fraude ou culpa.

Categorias e bônus: quando houver, seguem o Acordo Comercial, contam só ingressos válidos (vendidos e não cancelados com estorno, estornados ou contestados até o fechamento) e são recalculados a cada fechamento; o valor pago a mais é descontado ou cobrado, mesmo depois do fim da parceria. No canal próprio, o bônus é abatido na fatura seguinte.

Calendário de pagamento (todas as modalidades): até o dia 10 do mês seguinte, o Bravura Park faz o cálculo e envia o extrato; o Parceiro confere e aponta divergências até o dia 15. O pagamento é feito sempre no dia 20 do mês seguinte. Se o extrato for enviado depois do dia 10, o Parceiro tem 5 dias corridos, contados do envio, para conferir, e o pagamento ocorre no 5º dia útil após o fim desse prazo, se posterior ao dia 20. No Portal B2B e no cupom, o Bravura Park paga a remuneração ao Parceiro; no canal próprio, o Parceiro paga a NET ao Bravura Park (seção 8). Prazos que caírem em dia não útil passam para o dia útil seguinte.

Repasse (Portal B2B e cupom): até o dia 10, o Bravura Park envia o extrato por e-mail e no Portal; no prazo de conferência, o Parceiro confere, aponta divergências e envia a nota fiscal (PJ) ou os dados do RPA (PF); na data de pagamento, o valor é pago por Pix ou transferência. O que não for contestado no prazo de conferência é pago na data de pagamento; divergência apontada depois é analisada e, se procedente, acertada no ciclo seguinte. Divergência não suspende a parte não contestada. Sem nota ou dados, o pagamento passa ao ciclo seguinte, e leituras tardias da catraca entram no mês seguinte. As retenções de tributos seguem a lei (afiliado PF recebe por RPA), e o parque pode compensar valores devidos pelo Parceiro.

08 PAGAMENTO NO CANAL PRÓPRIO

O canal próprio funciona no pós-pago, com limite aprovado após análise de crédito. Sem limite, o Parceiro vende pelo Portal B2B, em que o cliente paga ao parque no ato.

ITEM	REGRA
Limite	Definido no Acordo Comercial (padrão de R$ 3.000), ampliável conforme análise de crédito e relação comercial, com garantia (caução, fiança bancária ou seguro-garantia) se o Bravura Park exigir. Pode ser reduzido por atraso ou risco, com aviso. Soma a NET dos ingressos registrados e não pagos, inclusive de datas futuras; atingido, novos registros ficam bloqueados.
Fatura	Até o dia 10 do mês seguinte, cálculo dos ingressos usados, no-show e retenções e envio do extrato e da fatura (com voucher, data, produto, NET e situação); conferência pelo Parceiro até o dia 15, observada a regra de envio tardio da seção 7. Sem divergência no prazo de conferência, a fatura é aprovada e reconhecida como débito; divergência posterior, se procedente, é acertada no ciclo seguinte. Vencimento sempre no dia 20 (ou na data da seção 7, no envio tardio), por boleto com duplicata de serviços, inclusive escritural, passível de protesto.
Atraso	Multa de 5%, juros de 1% ao mês e correção pelo IPCA. Após 2 dias úteis, bloqueio de novos registros (os já feitos seguem válidos). Dois atrasos em 6 meses: limite reduzido ou venda só pelo link. Mais de 30 dias: encerramento, execução da garantia, cobrança, protesto e negativação.
Prova e garantia	Este termo assinado no Zoho Sign, o extrato aprovado, a duplicata e os registros de entrada no Portal comprovam o débito. A garantia, quando houver, cobre também multas e indenizações.

09 CANCELAMENTO, REAGENDAMENTO, NO-SHOW E CLIMA

Vale a Política de Cancelamento do site vigente na compra, que o Parceiro informa ao cliente, com o link, sem alterá-la. O ingresso vale só para a data reservada, salvo reagendamento. Regras mínimas ao cliente:

CASO	REGRA
Arrependimento	Compra online: reembolso integral em até 7 dias da compra, desde que o pedido seja feito até o dia anterior à visita. No dia da visita, não há arrependimento: o caso segue a regra de no-show.
Cancelamento	Com 15 dias ou mais de antecedência, reembolso integral; com menos de 15 dias e até 24 horas antes, retenção de 20%; com menos de 24 horas, sem reembolso.
Reagendamento	Uma única vez, pedido até o dia anterior à visita, para nova data em até 120 dias. Data mais cara: o cliente paga a diferença; data mais barata: a diferença vira crédito.
No-show	Quem não compareceu nem avisou pode remarcar uma vez, para nova data em até 120 dias da data original, com taxa de R$ 29 por pessoa, em qualquer produto. A taxa é isenta com justificativa documentada, como atestado médico. Sem remarcação no prazo, o ingresso perde a validade.
Grupos e escolas	30% no agendamento e 70% até 48 horas antes da visita. Cancelamento ou não comparecimento: os 30% ficam retidos. Reagendamento ou no-show: os 30% ficam retidos como multa, e a nova data é paga integralmente.
Chuva	O parque opera com chuva fraca ou moderada; acervo e alimentação são cobertos, e o Estande de Airsoft funciona. Atrações ao ar livre podem ser suspensas conforme a intensidade da chuva e são suspensas, por segurança, com chuva forte, raios ou vento intenso.
Paralisação de 2 horas ou mais	Voucher de retorno válido por 120 dias, com a entrada e as atividades não feitas ou interrompidas; atividade concluída não entra no voucher.

CASO	REGRA
Parque fechado	Em data vendida, por qualquer motivo (segurança, clima, ato de autoridade ou força maior), o cliente escolhe crédito, nova data sem custo ou reembolso integral.

A Política prevalece se for mais favorável ao cliente. Atrações, inclusive as de terceiros, podem fechar, mudar ou ser substituídas, com efeitos ao cliente pela Política.

Pedidos: no Portal B2B e no cupom, ao Bravura Park; no canal próprio, ao Parceiro, que reembolsa e registra no Portal no prazo da Política (sem registro, conta como no-show). Entre as partes, a remuneração e a NET devida acompanham o que o parque retém: integral no uso, nada no estorno integral, o mesmo percentual na retenção e no no-show, e a nova data no reagendamento. A taxa de no-show é do Bravura Park e não gera remuneração; no canal próprio, entra na fatura. O voucher de retorno não altera a remuneração nem a NET do ingresso usado. Parque fechado com reembolso: não há remuneração nem NET devida. No canal próprio, chargeback não reduz o valor devido. Entre as partes, não há outra indenização (seções 16 e 17).

10 COMPROMISSOS DO PARCEIRO

Informar corretamente preço, regras dos ingressos, das atividades e dos créditos, Política de Cancelamento, horários e restrições das atrações (idade, altura, peso, saúde e calçado); enviar só os dados necessários do visitante (nome, CPF, e-mail e telefone), informando o cliente; atender seus clientes e encaminhar ao parque o que for dele; cumprir o Código de Defesa do Consumidor e as normas de turismo, publicidade, meia-entrada e gratuidades; manter o cadastro regular; pagar em dia no canal próprio; responder por funcionários, vendedores e prepostos; seguir a seção 12.

11 COMPROMISSOS DO BRAVURA PARK

Manter Portal, disponibilidade e regras atualizados, com histórico de “Minha tabela” e das versões assinadas; operar o parque e as atrações próprias com segurança e manutenção e exigir o mesmo de quem opera atrações no parque; avisar mudanças de horário, fechamentos e eventos; dar suporte comercial; emitir as notas fiscais; enviar extratos e pagar as remunerações nos prazos da seção 7; fornecer materiais oficiais e responder a pedidos de aprovação de conteúdo em até 5 dias úteis (sem resposta, o conteúdo não está aprovado).

12 MARCA, IMAGENS E CONDUTA

Marca: uso gratuito, não exclusivo e intransferível, durante a parceria, a partir dos materiais oficiais e sem alterá-los. **Conteúdo próprio:** livre, se verdadeiro e conforme as diretrizes, com aprovação prévia por escrito para anúncio pago com a marca e para temas sensíveis (armas, airsoft, tiro, história militar). **Sempre:** tema militar com respeito, sem glamourizar guerra, violência ou política; mídia paga só para adultos; imagem de criança só com autorização dos responsáveis; sem marcas de terceiros associadas ao parque. O Parceiro garante os direitos e as autorizações de imagem e voz do que publica e responde por reclamações de terceiros.

Uso pelo Bravura Park: o Parceiro autoriza, sem custo e sem exclusividade, o uso, a adaptação (sem mudar o sentido) e a publicação do conteúdo que criar sobre o parque, com seu nome, imagem e voz, para divulgação institucional e comercial, em redes, site, e-mail, materiais e anúncios, no Brasil e no exterior. Novos usos, só durante a parceria; o que já foi publicado pode continuar, com crédito ao autor sempre que possível. Conteúdo com crianças só é republicado com autorização obtida pelo próprio parque.

No fim da parceria, o Parceiro remove em até 15 dias os conteúdos, links, cupons e anúncios que usem a marca para vender. Conteúdo falso, calunioso, difamatório, ofensivo ou de má-fé contra o parque é descumprimento grave (seção 19) e gera a multa da seção 14; crítica verdadeira e de boa-fé é livre. **Conduta:** ato ilegal ou envolvimento público em violência, discriminação, fraude ou fato grave que associe a marca permite encerramento imediato.

13 CONFIDENCIALIDADE

O Acordo Comercial, NET, condições comerciais, remunerações, bônus, limites, configuração do Portal, extratos, volumes, dados de clientes e de acesso e demais informações não públicas são confidenciais, usadas só para a parceria e protegidas também pelos colaboradores do Parceiro. Exceções: informação já pública e exigência legal ou judicial, com aviso e divulgação mínima. O sigilo vale por 5 anos após o fim (dados pessoais, enquanto a lei exigir), e as informações são apagadas ou devolvidas no encerramento, salvo guarda legal.

14 MULTAS

Para proteger o cliente e os demais parceiros, cada infração gera a multa abaixo, com **mínimo de R$ 4.000 por infração**:

INFRAÇÃO	MULTA
Ligada a vendas: venda sem registro ou fora da disponibilidade, fora dos limites de preço, com uso indevido do cupom, revenda a intermediários ou anúncio em marketplace sem autorização.	3 vezes o valor das vendas irregulares, com mínimo de R$ 4.000, corrigido pelo IPCA desde a data da infração.
Conteúdo falso, calunioso, difamatório ou ofensivo contra o parque.	R$ 1.000 a cada 10.000 pessoas alcançadas, na proporção do alcance (impressões, rede social, audiência), com mínimo de R$ 4.000, corrigidos pelo IPCA desde a data da publicação. Sem dado de alcance fornecido pelo Parceiro, considera-se alcance o número de seguidores do perfil ou da página na data da publicação.
Demais: confidencialidade, uso indevido da marca, não remoção de conteúdo, palavra-chave com a marca, LGPD e publicidade sem identificação ou aprovação.	3 vezes o valor médio mensal, em reais, das vendas do Parceiro nos 12 meses anteriores (ou desde o início, se menor), com mínimo de R$ 4.000, corrigidos pelo IPCA desde a data da infração.

Infração mantida após aviso repete a multa a cada 30 dias. As multas não têm caráter compensatório e não limitam a indenização: são devidas sem prejuízo do encerramento, do cumprimento da obrigação e da ação de perdas e danos pelo prejuízo integral (art. 416, parágrafo único, do Código Civil).

15 DADOS PESSOAIS (LGPD)

Cada parte é controladora do que trata, conforme a Lei 13.709/2018, com segurança e só para esta parceria. Dados de clientes servem para executar o contrato (emitir o ingresso, liberar a entrada, atender e cumprir a lei; art. 7º, V), e os de crianças, no seu melhor interesse (art. 14). O Parceiro não usa dados do Portal para outros fins, e o parque não usa clientes do canal próprio para marketing sem base legal própria (avisos da visita não são marketing). Incidentes são comunicados à outra parte em até 48 horas. Os dados do Parceiro e de seus vendedores servem à gestão da parceria e dos pagamentos.

16 RESPONSABILIDADES E INDENIZAÇÃO

Pelo Código de Defesa do Consumidor, o cliente e os órgãos de defesa do consumidor podem acionar o Bravura Park por atos do Parceiro. As regras abaixo valem entre as partes, sem reduzir os direitos do cliente.

	PORTAL B2B (LINK)	CANAL PRÓPRIO	CUPOM
Dinheiro do cliente	Parque recebe tudo e repassa preço menos NET	Parceiro recebe tudo, retém a margem e paga a NET	Parque recebe tudo e paga a remuneração
Taxas de cartão e meios de pagamento	Bravura Park; não reduzem a remuneração	Parceiro; a NET é paga integralmente	Bravura Park; não reduzem a remuneração
Reembolso	Bravura Park	Parceiro	Bravura Park
Chargeback	Risco do parque; sem remuneração	Risco do Parceiro; não reduz o devido	Risco do parque; sem remuneração
Ação contra o parque por ato do Parceiro	Parceiro ressarce	Parceiro ressarce	Afiliado ressarce

O Bravura Park responde pela segurança do parque e das atrações que opera; o Parceiro, por suas informações, preços, serviços e prepostos e, no canal próprio, por todo o relacionamento financeiro com o cliente. Fraudes e divergências cabem a quem lhes der causa.

Indenização e regresso: o Parceiro ressarce o parque, em até 10 dias da comunicação, de condenações, acordos, multas administrativas, reembolsos, custas e honorários causados por ato ou omissão seu ou de prepostos. O parque avisa antes de qualquer acordo; o Parceiro assume o processo ou intervém quando a lei permitir; o parque pode compensar créditos e executar a garantia, inclusive após o fim da parceria.

Limite: perante o Parceiro, o Bravura Park não responde por lucros cessantes, perda de chance ou danos indiretos, inclusive por fechamentos, falhas do Portal ou mudança de atrações, e sua responsabilidade total se limita aos valores pagos pelos ingressos afetados mais as remunerações e bônus dos 6 meses anteriores, salvo dolo.

17 FORÇA MAIOR E FATO DO PRÍNCIPE

Nenhuma parte responde por caso fortuito ou força maior (art. 393 do Código Civil), como clima extremo, epidemias e falhas gerais de energia ou telecomunicações, nem por ato de autoridade (interdição, suspensão ou cassação de alvará ou licença, decisão judicial ou administrativa), este último qualquer que seja o motivo, entre as partes. Vendas afetadas seguem a seção 9, novas vendas podem ser suspensas, valores de ingressos não afetados continuam devidos e os de ingressos reembolsados são devolvidos ou não cobrados, sem outra indenização. A parte afetada avisa a outra assim que possível.

18 MUDANÇAS NAS CONDIÇÕES

O Acordo Comercial (NET, descontos, remunerações, bônus e limites), as regras e este termo podem mudar com aviso de 30 dias, por e-mail e no Portal. Quem discordar pode sair sem ônus antes da mudança; seguir vendendo depois do prazo vale como aceite. Vendas anteriores mantêm as condições da data da venda, e uma nova versão do termo é assinada no Zoho Sign.

19 PRAZO E ENCERRAMENTO

Prazo de 12 meses, renovado automaticamente por igual período, salvo aviso de não renovação com 30 dias. Durante a vigência, qualquer parte pode encerrar sem motivo, por e-mail, com 30 dias de aviso e sem multa. O Bravura Park pode encerrar de imediato por descumprimento grave; o Parceiro, se um repasse atrasar mais de 30 dias.

Descumprimento grave: fraude; venda sem registro ou fora dos limites de preço; atraso acima de 30 dias; quebra de sigilo; uso indevido da marca, conteúdo ofensivo ou conduta da seção 12; uso indevido do cupom; violação da LGPD; revenda sem autorização; corrupção; ou outro descumprimento não corrigido em 10 dias após aviso. No encerramento, ingressos vendidos seguem válidos, remunerações pendentes são pagas no ciclo normal e valores do canal próprio continuam devidos; seguem valendo sigilo, remoção de conteúdo, multas, indenização, recálculo de bônus e pagamentos pendentes.

20 DISPOSIÇÕES GERAIS

O Parceiro atua com autonomia, por conta e risco próprios, sem subordinação, horário, presença no parque, metas, zona, exclusividade ou dever de prestar contas da divulgação, sem vínculo empregatício, societário, de representação comercial ou de agência. Contrato específico assinado prevalece no que for diferente. Não há cessão do termo ou de créditos sem autorização escrita. As partes cumprem a Lei Anticorrupção (12.846/2013). O parque pode verificar por amostragem, inclusive com compra de teste, como o Parceiro informa o cliente, o preço e a Política, com resposta em até 5 dias úteis. Comunicações por e-mail e pelo Portal (parceiros@bravurapark.com.br). Tolerância não é renúncia, e os títulos só organizam o texto. Foro da comarca de Tijucas (SC).

ASSINATURA ELETRÔNICA

O Parceiro assina este termo no Zoho Sign depois do cadastro, e o Bravura Park também assina. Os dados do Parceiro (razão social ou nome, CNPJ ou CPF, nome e CPF do representante legal, e-mail e telefone) ficam no cadastro e no registro de assinatura. Quem assina declara que os dados são verdadeiros e que tem poderes para isso, comprováveis a pedido. O Zoho Sign confere a integridade e registra data, hora, IP, e-mail e hash da versão (art. 784, § 4º, do Código de Processo Civil), e as partes recebem por e-mail o documento e o relatório de assinatura.

Parceiro
Assinatura eletrônica via Zoho Sign

Bravura Park Ltda.
Assinatura eletrônica via Zoho Sign