PRÊMIO GOOGLE ADS IMPACT 2026 - AGÊNCIA: TERMOS E CONDIÇÕES OFICIAIS

NÃO É NECESSÁRIO COMPRAR NADA PARA PARTICIPAR OU GANHAR. PROMOÇÃO INVÁLIDA ONDE FOR PROIBIDA POR LEI. VÁLIDA APENAS NO BRASIL. A PARTICIPAÇÃO NESTE CONCURSO IMPLICA NA ACEITAÇÃO DESTAS REGRAS.

1. TERRITÓRIOS PARTICIPANTES. O Google Ads Impact Awards 2026 (o "Concurso") é um programa de premiação para agências com foco em vendas nos seguintes países (cada país, um "Território Participante"): Brasil.

2. ACORDO VINCULATIVO. O Concurso é regido por estes termos e condições ("Regras"). Para participar do Concurso, você ("Você" ou "Participante") deve concordar com estas Regras. Portanto, leia estas Regras antes de participar para garantir que você as compreenda e concorde com elas.

2.1 Se você estiver participando como parte de uma agência ou entidade, ou em nome de uma agência ou entidade, você concorda: (i) que estas Regras são vinculativas para tal agência/entidade; (ii) que você é um dos seguintes: funcionário, diretor, ocupante de cargo, trabalhador ou agente autorizado de tal agência/entidade; (iii) que, ao aceitar estas Regras em nome de tal agência/entidade, você está agindo dentro do escopo de sua autoridade e foi validamente autorizado pela agência/entidade a participar do Concurso, aceitar estas Regras e representar a agência/entidade em relação a este documento, de acordo com as leis e regulamentos da legislação nacional aplicável a você; (iv) que tal agência/entidade tem pleno conhecimento de suas ações e consentiu com elas, incluindo o possível recebimento de um prêmio e a participação em um evento de premiação; (v) que suas ações não violam as políticas ou procedimentos de tal agência/entidade. Caso você esteja participando em nome de uma agência/entidade, você não terá direito a reivindicar qualquer prêmio ou parte dele; Nesse caso, o participante é a agência/entidade.

2.2 Todas as referências a "Você" ou "Participante" nestas Regras incluem uma referência a Você agindo em seu próprio nome ou à agência/entidade em nome da qual Você está agindo e que está participando do Concurso, conforme o caso.

2.3 Ao enviar uma inscrição para o Concurso, você concorda com estas Regras. Você não poderá enviar uma inscrição para o Concurso e não terá direito a receber os prêmios descritos nestas Regras, a menos que concorde com elas. Estas Regras constituem um acordo legal vinculativo entre você e o Google com relação ao Concurso.

3. ELEGIBILIDADE.

3.1 Para ser elegível para participar do Concurso: (i) Você deve ser residente legal e estar fisicamente localizado no Brasil ou, no caso de uma agência/entidade, ter sua sede ou principal local de negócios localizado no Brasil; (ii) Você deve ser maior de idade no Brasil no momento da inscrição; (iii) Você deve ser uma agência com suporte de vendas e um ID de conta do Google Ads Manager (MCC) válido, atuando no Brasil no momento da inscrição no Concurso; e (iv) Você deve permanecer como uma

agência com suporte de vendas e um ID de conta do Google Ads Manager (MCC) válido até pelo menos 31 de dezembro de 2026.

3.2. O participante deverá cumprir todas as obrigações contratuais que tiver para com o Google fora destas Regras durante o Concurso (incluindo, entre outras, os Termos e Condições do Google Ads e os Termos Específicos do Serviço de Produtos de Publicidade da Plataforma de Marketing do Google). O Concurso é nulo onde for proibido por lei. Diretores, executivos, funcionários, estagiários, contratados e ocupantes de cargos oficiais do Google, suas subsidiárias, afiliadas, empresas parceiras utilizadas para fins de avaliação e suas respectivas agências de publicidade e promoção, representantes e agentes ("Pessoas do Concurso"), bem como membros das famílias imediatas das Pessoas do Concurso (pais, irmãos, filhos, cônjuges e companheiros de cada um, independentemente de onde residam) e membros de suas residências (sejam ou não parentes) não são elegíveis para participar deste Concurso. O Google reserva-se o direito de verificar a elegibilidade e de julgar qualquer disputa a seu exclusivo critério, a qualquer momento.

3.3 O único fator determinante do tempo para efeitos deste Concurso será o(s) dispositivo(s) oficial(is) de cronometragem utilizado(s) pelo Google.

4. PROMOTOR. O promotor do Concurso é o Google LLC, cuja sede principal está localizada em 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, Estados Unidos.

5. PERÍODO DE PARTICIPAÇÃO. O concurso abre para inscrições às 12h UTC -3 (BRT) do dia 23 de junho de 2026 e encerra às 17h UTC -3 (BRT) do dia 3 de setembro de 2026.

6. COMO PARTICIPAR.

6.1 NÃO É NECESSÁRIO COMPRAR NADA PARA PARTICIPAR OU GANHAR. Para participar, você deve preencher um formulário de inscrição eletrônico em

- Site do concurso no Brasil:
- https://business.google.com/br/accelerate/ads-impact-awards/

Apenas um formulário de inscrição por agência de vendas com um ID de conta do Google Ads Manager (MCC) válido, por prêmio, por território participante.

7. Direitos de Propriedade Intelectual

7.1. Entre você e o Google, você mantém a propriedade de todos os direitos de propriedade intelectual (incluindo direitos morais) relativos a qualquer conteúdo enviado por você como parte da sua inscrição no Concurso. Ao enviar uma inscrição para o Concurso, você concede ao Google, suas subsidiárias, agentes e empresas parceiras (até o prazo máximo permitido por lei) uma licença irrevogável, sublicenciável, mundial, isenta de royalties e não exclusiva, durante a vigência de quaisquer direitos de propriedade intelectual relativos à inscrição, para usar, copiar, reproduzir, adaptar, modificar, publicar, distribuir, executar publicamente, criar uma obra derivada e exibir publicamente sua inscrição no Concurso para qualquer finalidade relacionada ao Concurso, como, por exemplo, (1) para permitir que

o Google e os jurados avaliem sua inscrição para fins do Concurso e identifiquem os vencedores ao público, e (2) para fins de publicidade e promoção, e comunicações com a imprensa e a mídia; e todos os direitos legais e necessários para que o Google use a inscrição conforme permitido por esta declaração.

7.2. Você garante que detém todos os direitos de propriedade intelectual relativos à sua inscrição e que não copiou sua inscrição, no todo ou em parte, de qualquer outra obra existente.

7.3. Ao participar do Concurso, o Participante concede ao Google uma licença mundial, irrevogável, sublicenciável e não exclusiva para usar o nome, nome comercial, características da marca e endereço do site do Participante para fins publicitários e promocionais (incluindo, sem limitação, a promoção do Concurso) (até o prazo máximo permitido por lei).

7.4. Os participantes concordam em participar de qualquer atividade promocional ou de mídia relacionada ao Concurso, caso sejam vencedores, e, nesse caso, concederão ao Google uma licença mundial, irrevogável, sublicenciável e não exclusiva para usar o nome, a imagem e a semelhança do participante para fins publicitários e promocionais.

8. JULGAMENTO

8.1 Cada inscrição, juntamente com as métricas de desempenho das empresas, será avaliada por um painel de especialistas composto por funcionários do Patrocinador, da Accenture e de outros parceiros externos do setor ("Jurados"). Por volta de 10 de novembro de 2026, cada inscrição será avaliada pelos Juízes com base nos seguintes critérios, definidos para cada Prêmio na Seção 8.3 (Categorias do Prêmio).

O concurso será oferecido em diferentes Territórios Participantes em algumas ou todas as seguintes categorias de premiação (cada uma denominada "Prêmio"). Haverá um "Vencedor" (conforme definido na seção 9) por Território Participante em cada categoria. Os detalhes sobre quais prêmios serão oferecidos em cada Território Participante estão descritos na tabela abaixo:

Prêmio	**Território participante**
Prêmio de Excelência em IA	Brasil
Prêmio de Impacto Criativo	Brasil
Prêmio de Inovação em Dados	Brasil
Prêmio de Reconhecimento pela Mídia	Brasil

8.2 Você pode se inscrever em qualquer número dos prêmios acima disponíveis no Brasil, selecionando a(s) opção(ões) correta(s) no seu Formulário de Inscrição (uma inscrição por tipo de prêmio). No entanto, você deve primeiro verificar se atende aos requisitos de elegibilidade para o prêmio, consultando os critérios de qualificação abaixo. As informações a seguir também incluem os critérios de avaliação para cada prêmio.

8.3 CATEGORIAS DE PREMIAÇÃO. As categorias de premiação do concurso de 2026 são: Excelência em IA, Impacto Criativo, Inovação em Dados, e Conquista na Mídia.

8.3.1 Prêmio de Excelência em IA

- Você deve enviar no máximo o número de caracteres indicado em cada uma das áreas a seguir para descrever por que você deve ganhar o prêmio em questão:
    - Desafio: 50 a 150 palavras: Descreva os principais objetivos de negócios e marketing do seu cliente que impulsionaram a campanha e explique por que foi necessário usar soluções do Google Ads com inteligência artificial.
    - Abordagem: 50 a 400 palavras: Descreva sua estratégia geral para o uso de soluções baseadas em IA no Google Ads. Como você colocou essa estratégia em prática para seus clientes, aproveitando uma combinação de soluções baseadas em IA de forma coesa?
    - Resultados/Impacto: 50 a 250 palavras: Descreva o impacto da sua abordagem orientada por IA, destacando o que a tornou excepcional e merecedora do prêmio de Excelência em IA. Inclua métricas que demonstrem ganhos significativos em KPIs importantes e sinais visíveis de que essa abordagem baseada em IA gerou um impacto que seria difícil de alcançar com estratégias convencionais.
- As inscrições para esta categoria serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios:
    - Utilização do produto: Demonstrar a utilização de uma combinação de soluções do Google Ads com inteligência artificial.
    - Solução de problemas/estratégia: Um objetivo de negócios claro e um desafio de marketing ambicioso, além de uma estratégia coerente com foco em IA que combine diversas soluções do Google Ads ao longo do funil para enfrentar esse desafio.
    - Uso eficaz da IA: Experiência em orquestrar as soluções de IA do Google para que funcionem em conjunto de forma coordenada, superando o que as abordagens mais tradicionais ou de produto único poderiam alcançar.
    - Resultados/impacto: Melhoria clara e credível nos resultados, incluindo ganhos expressivos em KPIs importantes e sinais visíveis de que essa abordagem orientada por IA gerou um impacto que seria difícil de alcançar com estratégias convencionais.

8.3.2 Prêmio de Impacto Criativo

- Você deve enviar no máximo o número de caracteres indicado em cada uma das áreas a seguir para descrever por que você deve ganhar o prêmio em questão:
    - Desafio: 50 a 150 palavras: Descreva o principal objetivo da campanha do seu cliente e a principal percepção que norteou sua abordagem criativa.
    - Abordagem: 50 a 400 palavras: Descreva sua estratégia e conceito criativos. Como você utilizou as soluções e formatos do Google Ads com inteligência artificial para dar vida a essa ideia?

    - Resultados/Impacto: 50 a 250 palavras: Descreva o impacto da estratégia criativa, destacando o que a tornou uma campanha excepcional e merecedora do prêmio de Impacto Criativo. Inclua métricas-chave que demonstrem ganhos mensuráveis no impacto junto ao público (por exemplo, alcance, engajamento) e uma melhora significativa nos resultados de negócios para o seu cliente.
- As inscrições para esta categoria serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios:
    - Utilização do produto: Demonstrou-se a utilização dos seguintes produtos/formatos do Google Ads/YouTube, incluindo:
        - Performance Max, Geração de Demanda, campanhas de alcance de vídeo, anúncios gráficos do Google, etc.
    - Solução de problemas/estratégia: Um objetivo de campanha claro e um desafio ou insight criativo, além de uma estratégia criativa coerente, elaborada para abordá-lo junto ao público-alvo em formatos e canais relevantes.
    - Uso eficaz da IA: Experiência em aproveitar as soluções de IA do Google para aprimorar o processo criativo, gerar ideias inovadoras e produzir conteúdo de alta qualidade no Google e no YouTube.
    - Resultados/impacto: Melhoria clara e credível nos resultados, incluindo ganhos mensuráveis no impacto sobre o público (ou seja, alcance, engajamento) e aumento significativo nos resultados de negócios.

8.3.3 Prêmio de Inovação em Dados

- Você deve enviar no máximo o número de caracteres indicado em cada uma das áreas a seguir para descrever por que você deve ganhar o prêmio em questão:
    - Desafio: 50 a 150 palavras: Descreva o objetivo da campanha, o principal desafio e o ponto de partida para a mensuração e a definição do público-alvo.
    - Abordagem: 50 a 400 palavras: Descreva a estratégia de mensuração para o seu cliente. Como você aproveitou os insights das soluções de mensuração com inteligência artificial do Google Ads para embasar sua estratégia de campanha e otimizar o desempenho?
    - Resultados/Impacto: 50 a 250 palavras: Descreva o impacto da sua estratégia de dados orientada por IA, destacando o que a tornou uma campanha excepcional e merecedora do prêmio de Inovação em Dados. Inclua quaisquer métricas que demonstrem melhorias mensuráveis em relação aos principais KPIs de negócios, incluindo o aumento do valor e da qualidade para o cliente.
- As inscrições para esta categoria serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios:
    - Utilização do produto: Demonstrou-se a utilização dos seguintes produtos do Google Ads, incluindo:
        - Otimização de conversões para leads, Google Tag Gateway, Customer Match e Google Analytics.
    - **Resolução de problemas/estratégia: Um objetivo de negócio claro e um desafio de dados/mensuração, além de uma estratégia de dados coerente, concebida para solucionar o desafio e dar melhor suporte à otimização.**
    - Uso eficaz da IA: Experiência em aproveitar as soluções de IA do Google para aprimorar as capacidades de mensuração e extrair insights mais profundos dos dados de campanha.
    - Resultados/Impacto: Melhoria clara e credível nos resultados, incluindo melhorias demonstradas no desempenho em KPIs chave e sinais visíveis de maior valor e qualidade para o cliente.

8.3.4 Prêmio de Reconhecimento pela Mídia

- Você deve enviar no máximo o número de caracteres indicado em cada uma das áreas a seguir para descrever por que você deve ganhar o prêmio em questão:
    - Desafio: 50 a 150 palavras: Descreva o objetivo da campanha do seu cliente e o principal desafio que você pretendia resolver.
    - Abordagem: 50 a 400 palavras: Descreva a estratégia de mídia para o seu cliente. Como você utilizou soluções baseadas em IA para identificar e alcançar o público-alvo do seu cliente nos momentos mais críticos da jornada do cliente?
    - Resultados/Impacto: 50 a 250 palavras: Descreva o impacto da sua estratégia de mídia, destacando o que a tornou uma campanha excepcional e merecedora do prêmio de Conquista em Mídia. Inclua métricas-chave que demonstrem melhorias nos principais KPIs de mídia e de negócios, incluindo aumento de alcance, relevância e/ou valor para o cliente.
- As inscrições para esta categoria serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios:
    - Utilização do produto: Demonstrou-se a utilização dos seguintes produtos do Google Ads, incluindo:
        - AI Max para Busca, Performance Max, Geração de Demanda, Conexão Web com Aplicativos, etc.
    - Solução de problemas/estratégia: Um objetivo de negócios/desafio de mídia claro e uma estratégia de mídia coerente de funil completo, projetada para solucionar o desafio, alcançando o público certo em todos os canais.
    - Uso eficaz da IA: Experiência em aproveitar as soluções de IA do Google para oferecer experiências publicitárias personalizadas e com segmentação precisa em diversos canais.
    - Resultados/impacto: Melhoria clara e credível nos resultados, incluindo melhorias demonstradas nos principais KPIs de mídia e negócios, além de sinais visíveis de maior alcance, relevância e valor para o cliente.

8.4 Para todos os prêmios, o participante que for considerado o de melhor desempenho geral em todas as áreas acima mencionadas, em relação ao seu respectivo território participante, receberá um prêmio para esse território. No entanto, o Google poderá não conceder prêmios em um determinado território participante se nenhum participante nesse território apresentar um padrão suficientemente elevado. Para obter mais detalhes sobre os procedimentos de avaliação, consulte a Seção 8 (Avaliação). Caso o número de inscrições em uma categoria específica seja insuficiente, reservamo-nos o direito de considerar inscrições enviadas para outras categorias como potenciais candidatas a reconhecimento e premiação na categoria com número insuficiente de inscritos.

9. VENCEDORES E TROFÉUS. O vencedor de cada prêmio receberá um troféu e será convidado a divulgar seu status de premiado em todos os materiais de vendas e marketing do território participante em que venceu. Isso está sujeito a (i) diretrizes de uso da marca do Google, que serão fornecidas ao vencedor, e (ii) à aprovação prévia e por escrito do Google para o uso específico. Para ter sua marca divulgada em qualquer material de marketing de 2026, você deve permanecer como uma agência com suporte de vendas e com um ID de conta do Google Ads Manager (MCC) válido até pelo menos 31 de

dezembro de 2026. O valor aproximado do prêmio é indeterminado (o valor do prêmio deriva, em parte, do reconhecimento do status de premiado).

10. CONDIÇÕES GERAIS. O Google reserva-se o direito de desqualificar qualquer participante do Concurso se, a seu exclusivo critério, o participante não cumprir estas Regras, tentar prejudicar o funcionamento legítimo do Concurso por meio de trapaça, fraude ou outras práticas desleais, incomodar, abusar, ameaçar ou assediar outros participantes, o Google ou qualquer um dos jurados, ou se a conduta do participante for contrária ao espírito ou à intenção do Concurso. Antes de ser declarado vencedor confirmado, cada potencial vencedor poderá ser obrigado a assinar e devolver uma Declaração de Elegibilidade e Isenção de Responsabilidade e Autorização de Marketing, além de fornecer quaisquer informações adicionais que possam ser solicitadas pelo Patrocinador.

11. PRIVACIDADE:

11.1 Os participantes concordam – e garantem ainda que permitirão apenas que funcionários de sua agência, ou representantes identificados em nome da agência, participem de qualquer evento ou ativação relacionada ao Prêmio – incluindo, entre outros, cúpulas de premiação, painéis e outros eventos organizados pelo Google em relação ao Google Ads Impact Awards – desde que o representante também concorde – que dados pessoais, incluindo, entre outros, nome, endereço postal, número de telefone e endereço de e-mail ("Dados Pessoais"), podem ser coletados, processados, armazenados e utilizados para fins de condução e administração do Concurso. Esses dados também podem ser usados pelo Google para verificar a identidade, o endereço postal e o número de telefone de um participante, caso este se qualifique para qualquer Prêmio aplicável, bem como para entregar o(s) Prêmio(s) aplicável(eis). Todas as informações pessoais coletadas do participante estão sujeitas à Política de Privacidade do Google, disponível em https://www.google.com/policies/privacy/.

11.2 Você declara e garante, em relação a quaisquer Dados Pessoais que coletar de seus anunciantes clientes e que forem usados como parte do Concurso (seja em inscrições ou em estudos de caso), que tais Dados Pessoais foram coletados em conformidade com todas as leis, diretrizes, regulamentos e normas de privacidade, segurança de dados e proteção de dados aplicáveis a você ou a seus anunciantes clientes, e que tais anunciantes clientes deram seu consentimento para permitir que o Google use seus Dados Pessoais em estudos de caso do Concurso e para contatá-los diretamente para entrevistas, permissão de uso em estudos de caso e para convidá-los a participar de eventos. Ao solicitar o consentimento, você deve manter registros do consentimento dado por seus anunciantes clientes e fornecer a eles instruções claras para a revogação do consentimento. Caso você não cumpra este requisito, poderemos suspender ou encerrar sua participação no Concurso.

12. PUBLICIDADE E LICENÇA. Ao aceitar um Prêmio, o Participante concorda que o Google e suas agências utilizem seu nome e/ou imagem (e declara que seus representantes presentes ou participantes de qualquer ativação ou evento relacionado ou derivado do Google Ads Impact Awards também concordam com tal uso de seus nomes e/ou imagens e assinarão uma autorização, se exigido pelo Google), nome comercial e website para fins publicitários e promocionais, sem compensação adicional.

Como condição de participação, o Participante concede ao Google, suas subsidiárias, agentes e empresas parceiras, uma licença mundial, isenta de royalties e não exclusiva para usar, reproduzir, adaptar, modificar, publicar, distribuir, executar publicamente, criar obras derivadas e exibir publicamente todas as inscrições do concurso e qualquer material que as acompanhe (incluindo, entre outros, o nome, logotipo, imagens relacionadas e outras características da marca do Participante) pelo período máximo permitido por lei (em todas as formas em que possam ser expressas, incluindo, entre outras, formato impresso e eletrônico): (1) para permitir que o Google e os jurados avaliem a inscrição para fins do Concurso e (2) como demonstração das experiências dos Vencedores a serem exibidas online. O Participante concede ao Google permissão para utilizar os dados e experiências online compartilhados pelo Participante em seus materiais de marketing.

13. GARANTIA E INDENIZAÇÃO: Na máxima extensão permitida por lei, cada Participante indenizará e concorda em defender, isentar de responsabilidade e manter indenizados o Google e a Accenture PLC e suas respectivas afiliadas, diretores, executivos e funcionários, em todos os momentos, de quaisquer perdas, responsabilidades, danos, custos, taxas (incluindo honorários advocatícios razoáveis) e despesas relacionados a qualquer alegação, reclamação, ação judicial ou processo decorrente de ou relacionado a: (a) qualquer ato, inadimplência ou omissão do Participante e/ou violação da garantia estabelecida nestas Regras; (b) qualquer declaração falsa feita pelo Participante em relação ao Concurso; (c) qualquer descumprimento destas Regras pelo Participante; (d) reclamações apresentadas por pessoas ou entidades que não sejam partes destas Regras, decorrentes de ou relacionadas ao envolvimento do Participante no Concurso; (e) aceitação, posse, uso indevido ou uso de qualquer prêmio ou participação em qualquer atividade relacionada ao Concurso ou participação neste Concurso; (f) qualquer erro na coleta, processamento ou retenção de informações de inscrição; ou (g) qualquer erro tipográfico ou outro erro na impressão, oferta ou anúncio de qualquer prêmio ou vencedores.

14. ELIMINAÇÃO: Qualquer informação falsa fornecida por qualquer participante no contexto do Concurso, referente à identidade, endereço postal, número de telefone, endereço de e-mail, titularidade de direitos ou descumprimento destas Regras ou similares, poderá resultar na eliminação imediata do participante do Concurso, além de quaisquer outras medidas cabíveis.

15. INTERNET: Na máxima extensão permitida por lei, o Google não se responsabiliza por qualquer mau funcionamento das ferramentas ou funções do Google Ads ou da Plataforma de Marketing do Google, nem por inscrições atrasadas, perdidas, danificadas, mal direcionadas, incompletas, ilegíveis, não entregáveis ou destruídas devido a erros de sistema, falhas, transmissões incompletas ou distorcidas de computador ou outras telecomunicações, falhas de hardware ou software de qualquer tipo, conexões de rede perdidas ou indisponíveis, erros tipográficos ou de sistema/humanos, mau funcionamento técnico de qualquer rede ou linha telefônica, conexões a cabo, transmissões via satélite, servidores ou provedores, ou equipamentos de informática, congestionamento de tráfego na Internet ou no site do Google Ads, ou qualquer combinação destes, incluindo outros problemas de telecomunicações, cabo, digitais ou via satélite que possam limitar a capacidade de um participante de participar.

16. DIREITO DE CANCELAR, MODIFICAR OU DESQUALIFICAR: Se, por qualquer motivo, o Concurso (ou parte dele) não puder ser realizado conforme planejado, incluindo infecção por vírus de computador, bugs, adulteração, intervenção não autorizada, fraude, falhas técnicas ou quaisquer outras causas que

corrompam ou afetem a administração, a segurança, a imparcialidade, a integridade ou a condução adequada do Concurso, o Google reserva-se o direito, a seu exclusivo critério, de cancelar, encerrar, modificar ou suspender o Concurso. O Google reserva-se ainda o direito de desqualificar qualquer Participante que manipule o processo de inscrição ou qualquer outra parte do Concurso. Qualquer tentativa de um Participante de danificar deliberadamente qualquer website relevante ou prejudicar o funcionamento legítimo do Concurso pode constituir uma violação das leis civis e criminais e, caso tal tentativa seja feita, o Google reserva-se o direito de buscar indenização de tal Participante na máxima extensão permitida pela lei aplicável.

17. NÃO É UMA OFERTA OU CONTRATO DE EMPREGO: Em nenhuma circunstância o envio de um Formulário de Inscrição, a conquista de um Prêmio ou qualquer disposição destas Regras será interpretada como uma oferta ou contrato de emprego com o Google. Você reconhece que participou deste Concurso voluntariamente e não em caráter confidencial ou fiduciário. Você reconhece que não existe atualmente nenhuma relação confidencial, fiduciária, de agência ou outra relação, ou contrato implícito, entre você e o Google ou as Entidades do Concurso, e que nenhuma relação desse tipo foi estabelecida.

18. LEI APLICÁVEL E JURISDIÇÃO:

18.1 Para todos os participantes localizados no Brasil: Na máxima extensão permitida pela legislação aplicável, estas Regras e o Concurso serão regidos e interpretados de acordo com as leis do Brasil, sem levar em consideração seus princípios de conflito de leis. Em caso de conflito entre leis, normas e regulamentos estrangeiros e leis, normas e regulamentos brasileiros, prevalecerão as leis, normas e regulamentos da Califórnia. Na máxima extensão permitida pela legislação aplicável, o Google e todos os participantes mencionados nesta Seção 18.3 concordam em se submeter à jurisdição exclusiva e pessoal dos tribunais localizados em São Paulo, Brasil.

19. IDIOMA: Em caso de discrepância ou inconsistência entre os termos destas Regras e quaisquer materiais relacionados (incluindo, entre outros: o site, traduções destas Regras para outros idiomas, pontos de venda, publicidade na televisão, impressa ou online, quaisquer instruções ou interpretações destas Regras fornecidas por um funcionário ou outro representante do Google), os termos das Regras em inglês prevalecerão, regerão e controlarão na máxima extensão permitida por lei.