

ANEXO "A"

Instituido para atender al ítem 2.5.1 de las Normas-Estándar de la Actividad Publicitaria Estructura Profesional, Técnica y Recursos de Medios de las Agencias. Clave Mínima a los Compromisos con Servicios de Información de Medios (Encuesta)

Con base en lo dispuesto en las Leyes n° 4.680/65 y n° 12.232/10, el "descuento-estándar de agencia", reconocido por el mercado publicitario como herramienta de progreso de la actividad, se destina, exclusivamente, a las Agencias de Propaganda, con el objetivo de subsidiar el mantenimiento y desarrollo de sus estructuras, esenciales a la calificación y eficacia de la publicidad. Para asegurar la correcta aplicación del principio que ha instituido el descuento-estándar, este Anexo define los compromisos de las Agencias cuanto al elenco mínimo de recursos técnicos de servicios de información de medios (encuesta), considerando sus dimensiones, alcance de actuación y cartera de Clientes.

Los parámetros correspondientes a cada rango de ingreso de medios de deben entender como mínimo aceptable para una prestación de servicios de calidad, dentro del estándar propio de cada rango, para que la Agencia se habilite al Certificado de Calificación Técnica a otorgarse por **CENP**.

No existe, sin embargo, ningún impedimento a la Agencia en disponer/hacer uso de servicios adicionales a su rango de ingreso de medios, y puede inclusive, considerarse, en este caso, y desde que debidamente comprobado, como participante de grupo correspondiente.

Principios Básicos:

1. Los servicios de información de medios pueden variar en función del rango del ingreso de medios de la Agencia, de la configuración de la respectiva cartera de Clientes y área geográfica de su actuación.
2. Cabe al Consejo Superior de las Normas-Estándar definir los índices de puntuación por tipo de servicio/proveedor, según los diferentes rangos de ingreso de medios, para aceptación del conjunto de informes disponibles.

3. Se actualizarán estos índices, de forma anual, mediante la aprobación/resolución del Consejo Superior de las Normas-Estándar, y de deben divulgarlos en el primer cuatrimestre de cada año por medio de **clave de puntos** ([haga clic aquí](#)), con base en las siguientes premisas:

- Share de los medios en las inversiones publicitarias;
- Relevancia económica y realidad de los mercados, en lo que atañe a la oferta de servicios de información de medios, su periodicidad y alcance;
- Relevancia de los Estudios/Informes acreditados;
- Se agruparán los Estudios/Informes en pilares: Audiencia / Inversión / Hábitos, y analizados según información de comercialización ofrecidas por los Proveedores con Servicios Acreditados;

4. El estudio y la elaboración de la clave de puntos son responsabilidad del Comité Técnico de Medios (CTM), organismo creado por el Consejo Superior de las Normas-Estándar de la entidad cuya función es prestar consultoría y asesoramiento técnico a **CENP**, en todos los asuntos referentes a los medios y relacionados a este Anexo. El CTM está constituido, igualmente, por profesionales de medios de los segmentos Agencia/Vehículo/Anunciante.

5. El marco de la Agencia se hará en Grupos con rangos de Ingreso de medios (en R\$), definidos cada año según la realidad del mercado, establecida y divulgada en el primer cuatrimestre/año, junto con la **clave de puntos** ([haga clic aquí](#)) de que trata el ítem 3 de este Anexo.

5.1 El marco de que trata el ítem 5 corresponderá a la clasificación técnica mínima de la Agencia. Mediante comprobación de que dispone/hace uso de servicios adicionales de medios, la Agencia podrá solicitar su encuadramiento en clasificación técnica superior, comprometiéndose a mantener los servicios adicionales comprobados por al menos seis (6) meses.

5.2 Se divulgará la clasificación técnica por **CENP** en carácter permanente, para conocimiento del mercado.

6. El ascenso al rango de ingreso de medios superior puede ser determinante para ampliación del compromiso de disponer/hacer uso de servicios de información de medios, desde que ella no implique costo operativo superior al aumento de ingreso de medios de la Agencia.
7. No se considerarán los ingresos de medios eventuales como determinantes para ampliación de este compromiso, y cabe a la Agencia interesada demostrar dicha eventualidad o estacionalidad junto a **CENP**.
8. Cabe a la Agencia comprobar que dispone/hace uso de servicios de información de medios neutros e independientes, disponibles por los Proveedores con servicios técnicamente acreditados por **CENP**, por medio del Comité Técnico de Medios (CTM).
9. Al solicitar la certificación, la Agencia asume el compromiso de disponer/hacer uso de servicios de información de medios, en carácter permanente, según lo dispuesto en el ítem 2.5.3 de estas Normas-Estándar de la Actividad Publicitaria.
10. Cabe a **CENP** comprobar, anualmente, si las Agencias detenedoras del Certificado de Calificación Técnica están cumpliendo los compromisos de servicios de información de medios especificados en este Anexo "A".
11. ABAP y los SINAPROS asociados a FENAPRO pueden mantener cursos de capacitación destinados a los profesionales de las Agencias y a ellas afiliadas, tanto para difusión de información y técnicas de medios como para proporcionarles los conocimientos necesarios a la utilización de los servicios disponibles.
12. **CENP**, en asociación con los principales Proveedores de información de medios, facilitará a las Agencias encuadradas en los Grupos Ocho, sin costo alguno, los servicios de información de medios y elementos que son necesarios para asegurarles condiciones cualitativas de desempeño y posibilidad de ascenso.
13. Los Servicios Básicos de Información de Medios regulares, para efectos de cumplimiento del Anexo "A", comprenden Estudios e Informes facilitados por Proveedores con Servicios Acreditados, fundamentados en los pilares de Audiencia/Inversión/Hábito, a los medios a continuación:

- Televisión Abierta y por Suscripción;
- Radio (AM y FM);
- Revista;
- Periódico;
- Internet;
- Cine;
- Publicidad Externa / Medio Out of Home - OOH.

Para los medios Periódico y Revista también está comprendida, la medición de circulación.

14. Corresponde a **CENP**, según lo previsto en el ítem 2.5.4 de las Normas-Estándar, reconocer los estudios/información/software de medios facilitados por los Proveedores de información de medios, y está bajo la responsabilidad de CTM, recomendar al Consejo Superior de las Normas-Estándar, tras análisis, la acreditación de los servicios ofrecidos por los Proveedores, con excepción de los casos de acreditación de servicios de Comprobación de Circulación, cuyo procesamiento estará a cargo del Departamento Jurídico, por delegación de Director designado, según art. 44 de los Estatutos Sociales de **CENP**.

GRUPOS UNO, DOS, TRES Y CUATRO

Las Agencias de los Grupos Uno, Dos, Tres y Cuatro asumen el compromiso de disponer/hacer uso de servicios de información de medios, de conformidad con los principios básicos antes expuestos, en especial en lo que atañe a la clave de puntos que trata el ítem 3.

Los compromisos con el servicio de control de medios (fiscalización) deben estar alineados con las exigencias y necesidades de la cartera de clientes y atender a los contratos establecidos con ellos, siendo que eventuales excepciones se deben presentar a CTM para análisis y evaluación.

Asociadas Fundadoras



Asociadas Institucionales



Se recomienda que las Agencias dispongan/hagan uso de Optimizadores y Softwares multimedia cuya elección del proveedor está a su criterio.

GRUPOS CINCO, SEIS Y SIETE

Las Agencias de los Grupos Cinco, Seis y Siete asumen el compromiso de disponer/hacer uso, respectivamente, de tres (03), dos (02) y uno (01) de los servicios de información de medios facilitados por los Proveedores con servicios acreditados por **CENP**.

Los compromisos pueden flexibilizarse por recomendación del Comité Técnico de Medios (CTM), siempre y comprobadamente, cuando la oferta en el mercado analizado sea igual o inferior a lo dispuesto en este Anexo.

En estos casos, la Agencia debe solicitar al CTM la revisión de lo dispuesto, comprobando los hechos alegados.

GRUPO OCHO

A esas Agencias, **CENP**, en alianza con los Proveedores de Información de Medios con servicios acreditados por la entidad - www.cenp.com.br - facilitará, por medio de la Base de Información de Medios, las encuestas y elementos que son necesarios para asegurarles condiciones cualitativas de desempeño y posibilidad de ascenso.

Se recomienda que se adicionen a esas encuestas, otras informaciones de mercado y medios que agreguen valor a la planificación de medios.

CONTRAPARTIDA ESPERADA DE LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE MEDIOS

El incentivo de ABAP, FENAPRO y Vehículos, con el apoyo de **CENP**, a disposición y utilización de los servicios de información de medios, debe generar una contrapartida positiva de los Proveedores con Servicios Acreditados en cuanto a la calidad de los datos y servicios disponibles, además de los precios o descuentos especiales para las Agencias encuadradas en los Grupos Cinco, Seis, Siete y Ocho de este Anexo.

Las entidades y empresas antes mencionadas van a cuidar de ajustar con los Proveedores con Servicios Acreditados, una propuesta de control de calidad que priorice los tópicos a continuación:

- Crítica de toda información que se produce, es decir, los datos deben constar solamente en los informes después de haber sido comprobados por el Proveedor, que informará al suscrito en el caso de alguna irregularidad. Se incluye en ese ítem, la inconsistencia de muestras de Vehículos de bajo nivel de audiencia, que se deben excluir de los informes;
- Racionalización de los datos y agilidad de la información para atender a las necesidades del usuario obtener y generar respuestas rápidas y concisas, aumentando su proximidad con el mercado;
- El Proveedor debe tener un equipo bien preparado, con conocimiento de la metodología y de todas las fases de procesamiento de los datos, para disipar las dudas de los usuarios respecto a los resultados que constan en los informes y procesamientos especiales, cumpliendo de forma rígida los plazos de entrega;
- Velar por la buena atención al mercado en general, ampliando, si procede, los equipos con parte de los recursos provenientes de los nuevos suscriptores, que son menos experimentados en el uso del servicio de información de medios y exigen mayor dedicación de tiempos de los Proveedores y su personal; y

- Evaluación sobre la necesidad y oportunidad de inclusión de nuevos servicios de información de medios factibles de acreditación por **CENP** para inclusión en este Anexo, por recomendación de ABAP/FENAPRO.
- Las tablas y tecnologías usadas en los informes deben ser auto explicativas;

Desde el punto de vista comercial, las Entidades y empresas antes mencionadas también deben cobrar de los Proveedores beneficiados una política de precios que incentive el mercado suscriptor a evolucionar en sus análisis por medio del uso de procesamientos y consultas especiales, pero evitando la duplicación de costos.

Además, se debe cobrar de los Proveedores la reinversión de parte del mayor ingreso generado por la expansión del mercado en ítems como:

- Desarrollo de nuevos softwares;
- Expansión del área de cobertura de los estudios regulares;
- Ampliación del número de mercados estudiados; y
- Mayor uso de recursos avanzados (como, por ejemplo, people meters).

Se aprobó la alteración del Anexo "A" de las Normas-Estándar de la Actividad Publicitaria por el Consejo Superior el 16/07/2019 para entrada en vigor en enero/2020.