

Associadas  
Fundadoras



Associadas  
Institucionais



## Normas para credenciamento de serviço(s) de informações de mídia e de verificação de circulação com base no que estabelece o item 2.5.4 e Anexo “A das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

1. Compete ao CENP, com o objetivo de promover e fomentar as melhores práticas na prestação de serviços da comunicação publicitária, credenciar os serviços e dados de Fornecedores de Informações de Mídia e de Verificação de Circulação, para efeitos do Anexo “A” das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

2. O Fornecedor interessado em obter o credenciamento de seu(s) serviço(s), junto ao CENP, deve preencher o Formulário de Credenciamento e enviá-lo, preferencialmente, por e-mail: [credenciamento@cenp.com.br](mailto:credenciamento@cenp.com.br).

Formulário para Credenciamento de Serviços de Informações de Mídia Audiência e Hábito ([clique aqui](#));

Formulário para Credenciamento de Serviços de Informações de Mídia: Investimento Publicitário ([clique aqui](#));

Formulário para Credenciamento de Serviços de Fornecedores de Verificação de Circulação ([clique aqui](#)).

- 2.1 Para o credenciamento dos serviços de informações de mídia, o interessado deve fazer a solicitação com base na orientação detalhada em “Informações Indispensáveis para Avaliação” – capítulo integrante do Formulário de Credenciamento acima referido.

2.2. O Fornecedor de Verificação de Circulação interessado em solicitar o credenciamento de seu(s) serviço(s) deve elaborar o seu pedido, explicitando que as informações/dados disponibilizados aos seus clientes-veículos/mercado, limitam-se à verificação de veículos que: 1) tenham periodicidade regular; 2) aceitem comercialização de espaço publicitário mediante lista pública de preços; 3) sejam de uma das categorias descritas no [Anexo I \(clique aqui\)](#), destas Normas; 4) que não tenham sua circulação, qualquer que seja sua categoria, verificada por outro Fornecedor. Deve explicitar, ainda, que a verificação será realizada em conformidade com o Anexo I acima citado, inclusive com a nomenclatura e

Associadas  
FundadorasAssociadas  
Institucionais

estrutura que permita a leitura pelo mercado dos relatórios que produzir, possibilitando, na área de mídia, a análise comparativa com resultados de outras empresas/instituições em trabalho realizado para outros veículos.

2.3 O processo de credenciamento não implica em nenhum custo ao Fornecedor interessado.

2.4 Para solicitação do credenciamento de serviço(s) de informações de mídia, o Departamento Jurídico do CENP, com o apoio do Diretor designado, conforme art. 44 dos estatutos sociais, examina o material, no prazo máximo de 20 dias, e o encaminha à ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, para análise e avaliação da metodologia e amostra do estudo. Finalizada a avaliação, o parecer da ABEP é encaminhado ao Coordenador do CTM, que dá prosseguimento ao processo. Em se tratando de solicitação de Fornecedor de Verificação de Circulação, ela é encaminhada, diretamente, ao Departamento Jurídico da entidade, cabendo-lhe providenciar a(s) assinatura(s) pertinentes ao credenciamento.

2.5. CTM, composto por representantes de Agências, Veículos e Anunciantes indicados pelo Conselho Superior das Normas-Padrão, é o órgão responsável por analisar os serviços de informações de mídia apresentados por Fornecedores interessados, emitindo, com fundamento no Anexo “A” das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e nos critérios de credenciamento, conforme [Anexo II](#), o parecer favorável, ou não, ao credenciamento do serviço.

2.5.1. O CTM analisa os pedidos de credenciamento de serviços de informações de mídia, em conformidade com os pilares de Audiência/Investimento/Hábito, assim definidos:

a) Audiência: grupo de domicílios ou indivíduos que leem o conteúdo editorial de uma publicação, ou parte, veem ou ouvem um programa de TV ou Rádio, ou parte, vão ao cinema, acessam a internet, transitam em locais de exposição de mídia OOH, enfim, têm a oportunidade de ser expostas a cada um dos meios de comunicação, quer seja vídeo, áudio, impresso ou digital. O dado de audiência é expresso em porcentagem ou em números absolutos em relação ao universo pesquisado de pessoas ou domicílios de um determinado mercado.

Associadas  
Fundadoras



Associadas  
Institucionais



b) Investimento: estimativa do volume de investimento publicitário efetuado pelos anunciantes em seus respectivos setores, produtos e marcas, nos diversos meios e veículos de comunicação. Para o cálculo do investimento, são utilizadas listas de preços praticadas por cada veículo. Os dados são brutos, desconsiderando-se as negociações e descontos aplicados pelo mercado.

c) Hábitos: os estudos de hábito mapeiam o hábito de consumo das mídias pelos indivíduos. Estudos mais sofisticados combinam consumo de mídia, produtos e serviços, estilo de vida, crença e valores. Isso somente é possível porque estudos utilizam metodologia *single source\**, o que significa que um mesmo entrevistado responde a todas as questões da pesquisa.

(\**single source: a mesma amostra responde todas as questões*)

2.5.2. Os pareceres favoráveis ao credenciamento dos serviços de informações de mídia são encaminhados para homologação do Conselho Superior das Normas- Padrão na primeira reunião subsequente à emissão do parecer. Quando se tratar de parecer contrário ao credenciamento, o Fornecedor interessado será informado da decisão, podendo, a qualquer tempo e uma vez sanadas as lacunas técnicas, ingressar com novo pedido junto ao CTM.

2.5.3. Uma apresentação presencial do Fornecedor ao CTM é condição para a análise e decisão sobre o pedido de credenciamento, excetuando-se os casos referentes à verificação de circulação, cujas referências técnicas mínimas estão previstas no Anexo I destas Normas.

2.5.3.1. O CTM, em caráter excepcional e justificado, poderá dispensar a apresentação presencial, desde que os documentos e informações apresentados pelo Fornecedor sejam suficientes, para análise e decisão do credenciamento.

2.5.4 Os serviços/estudos de informações de mídia credenciados são classificados em três categorias, respeitando-se os critérios e premissas previstas no [Anexo II](#): Pleno, Valor Agregado e Norteador de Mercado.

I) Categoria Pleno: serviços/estudos que asseguram às Agências de Publicidade a atribuição de pontos para comprovação dos compromissos de pesquisa, previstos no Anexo "A" das Normas- Padrão. Os estudos:

Associadas  
Fundadoras



ABERT



Associadas  
Institucionais



- a) Atendem, prioritariamente, às necessidades das agências Grupos 1, 2, 3, 4 (receita de mídia) que são agências com carteira de clientes com alto investimento em mídia. Categorias de produto com alto investimento tendem a diversificar meios/canais de comunicação, atuam nacionalmente e, no geral, navegam em um ambiente com concorrência bastante ativa. Por essa razão, somente estudos com metodologia avançada e constante atualização tem condições de atender às necessidades de mídia para um atendimento mais assertivo ao cliente-anunciante;
- b) Abrangem todos os 08 (oito) meios previstos no Gabarito de pontos;
- c) Respondem aos três pilares de Pesquisa que constam no Gabarito de Pontos: Audiência/Circulação, Investimento e Hábito;
- d) Possibilitam maior assertividade porque são estudos com um número grande de variáveis que permitem “n” combinações de targets, cruzamentos de conteúdo, de objetivos de mídia, comunicação e mercado e etc.;
- e) Têm coleta/entrega de dados regular - (período máximo) - Audiência TV e Internet – contínua/mensal; Audiência RA – semestral; Hábito – anual; Investimento – contínuo/diário.

II) Categoria Valor Agregado: serviços/estudos sem atribuição de pontos, mas que asseguram às agências Grupos 5 e/ou 6 e/ou 7 a comprovação do compromisso de pesquisa previsto no Anexo “A” das Normas-Padrão. Os estudos:

- a) Atendem, prioritariamente, às necessidades de agências médias e pequenas; esse grupo tem uma escala de receita de mídia de R\$ 500 mil à R\$ 7 milhões e, nesta faixa, as consequências ficam acentuadas, porque as agências têm carteira de clientes com demandas de mídia, por vezes, bem diferentes;
- b) Respondem aos três pilares de Pesquisa: Audiência/Circulação, Investimento e Hábito;
- c) Tendem a cobertura regional;
- d) Tendem a apresentar variáveis mais básicas, mas, atualmente, já é comum encontrar as pesquisas acompanhadas de softwares de otimização (alcance);
- e) Têm coleta/ entrega de dados – a diferença para a Categoria Pleno é TV e Rádio. TV e Rádio – 1 ou 2x/ano; Hábito – Anual; Investimento – Contínuo/ Diário.

III) **Credenciado norteador de mercado:** serviço que está em linha com as práticas mercadológicas sem assegurar valor pleno de instrumento técnico de mídia, não tendo, em razão disso, atribuição de pontos ou reconhecimento para qualquer dos Grupos de Agências de Publicidade. O credenciado nesta categoria está isento da contrapartida prevista no Anexo “A” das Normas-Padrão;



Associadas  
Fundadoras**ABERT**Associadas  
Institucionais

2.5.5. O CTM será responsável, ainda, pela análise e indicação/revalidação dos índices de pontuação por tipo de serviço/estudo, de acordo com as diferentes faixas de receita das Agências, com base no que dispõe o Anexo “A” das Normas-Padrão.

2.5.6. O CTM se reunirá, ordinariamente, 03 vezes ao ano nos meses de março, julho e novembro e, extraordinariamente, sempre que necessário.

3. Nos casos de credenciamento de serviços de verificação de circulação, o Departamento Jurídico, coordenando por Diretor designado, conforme art. 44 dos estatutos sociais, receberá a documentação enviada pelo Fornecedor interessado e, verificada sua regularidade, remeterá o material para sua aprovação e homologação. Uma vez efetivado o credenciamento, o Departamento Jurídico providenciará as assinaturas do Termo de Acatamento.

4. Nos casos de credenciamento de Serviços de Informações de Mídia, antes do envio para deliberação do Conselho Superior da entidade, mediante parecer do CTM, o Fornecedor assinará o Termo Acordo de Credenciamento de Serviços de Informações de Mídia (pesquisas) e Software de Mídia (clique aqui), assumindo o compromisso de cumprir o disposto nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, em especial as elencadas no Anexo “A”, que trata da qualidade dos serviços de mídia e estabelece parâmetros para dispor/fazer uso dos mesmos. Encerrado este trâmite, com a aprovação final do Conselho Superior das Normas-Padrão, o CENP informará sobre o credenciamento do respectivo serviço ao Fornecedor interessado e ao mercado, por meio do site da entidade.

4.1. O Fornecedor com serviço(s) credenciado(s) reconhece no Conselho Superior das Normas-Padrão poderes para alterar as disposições do Anexo “A” acima citado, interpretá-las e estabelecer normas complementares.

5. Os Fornecedores se comprometem a oferecer tratamento diferenciado às Agências de Publicidade certificadas pelo CENP, respeitadas a liberdade e as condições contratuais de cada Fornecedor, exceção feita às empresas de auditoria independente, uma vez que seus serviços são prestados ao cliente-veículo.

5.1. A oferta de tratamento diferenciado será feita diretamente às Agências, com tabelas e preços fixados e elaborados, exclusivamente, pelo Fornecedor, sem qualquer ingerência direta ou indireta do CENP.

Associadas  
FundadorasAssociadas  
Institucionais

6. O CENP manterá parceria com os Fornecedores com serviços credenciados, a fim de possibilitar às Agências enquadradas no grupo Oito, o acesso às informações e elementos tidos como necessários para lhes assegurar condições qualitativas de desempenho e possibilidade de ascensão, disponibilizados por meio do Banco de Informações de Mídia, excetuando-se as empresas de auditoria independente, pois seus serviços são prestados ao cliente-veículo.

7. O Fornecedor com serviço(s) credenciado(s) confirma o compromisso de disponibilizar serviços, informações e/ou ferramentas para serem utilizados de forma gratuita para acesso restrito àquelas do Grupos Oito, excetuando-se as empresas de auditoria independente, pois seus serviços são prestados ao cliente-veículo.

7.1. Para manutenção do credenciamento, o Fornecedor assumirá o compromisso de constante atualização, renovação e manutenção dos serviços oferecidos ao mercado, adequando-os, quando necessário, às particularidades e necessidades mercadológicas. Pode o CTM, por justificadas razões, exigir dos Fornecedores com serviços já credenciados, a qualquer tempo, apresentação presencial para esclarecer dúvidas sobre os serviços de informações de mídia / verificação de circulação que estejam prestando ao mercado.

7.2. Para manutenção do credenciamento, o Fornecedor de Informações de Mídia / Verificação de Circulação assume, ainda, o compromisso de atualização anual de seus dados cadastrais, caso contrário, o credenciamento será considerado suspenso.

7.3. A oferta de serviços de forma gratuita a Agências do Grupo Oito será feita mediante disponibilização do contrato de adesão, do qual o CENP será interveniente, elaborado pelo Fornecedor, isolada e exclusivamente, para ser firmado pela Agência no momento em que solicitar as informações ao Banco de Informações de Mídia mantido pelo CENP.

7.4. As Agências de Publicidade interessadas no acesso ao Banco de Informações de Mídia preencherão o respectivo cadastro, aceitando as condições ali estabelecidas.

Associadas  
Fundadoras



Associadas  
Institucionais



8. O Fornecedor de Informações de Mídia com serviço(s) credenciado(s) assume o compromisso de manter o CENP informado sobre toda e qualquer mudança no escopo de seus serviços, posto que qualquer alteração dessa natureza deverá seguir para nova avaliação do CTM.

9. O Fornecedor de Informações de Mídia com serviço(s) credenciado(s) reconhece o direito de que o CENP, pela não observância dos compromissos acima assumidos, poderá advertir, suspender e/ou cancelar o credenciamento até que a pendência seja sanada.

10. Quando se tratar de credenciamento de Verificação de Circulação, o Fornecedor com serviço(s) credenciado(s) reconhece o mesmo direito ao CENP, caso sejam constatados e comprovados erros propositais, atos de má-fé, uso de metodologia indevida ou permissão que veículos auditados usem de forma imprópria os dados de relatórios de verificação de circulação por ela auditados.

11. O direito reconhecido ao CENP pelos itens anteriores está condicionado à abertura de procedimento de análise técnica no CTM, a quem caberá a verificação de todos os dados e a decisão sobre o mérito da questão. Das decisões deste, cabe recurso ao Conselho Superior das Normas-Padrão.

11.1. Caso seja aplicada a advertência, suspensão ou cancelamento do credenciamento, por descumprimento do compromisso de atualização anual dos dados cadastrais, o Fornecedor, para voltar a ter seu(s) serviço(s) credenciado(s), deverá encaminhar os dados de cadastramento, resolvendo a pendência, diretamente, ao Departamento Jurídico do CENP, coordenado por Diretor designado, conforme art. 44 dos estatutos sociais, cabendo a este último reverter, se for o caso, a suspensão.

12. O CENP obriga-se a:

Manter atualizado e disponibilizado para consulta dos Fornecedores a relação das Agências certificadas no Grupo Oito, encaminhando, inclusive, as consultas realizadas a cada mês, sempre que solicitado;

Retirar da relação das Agências certificadas no Grupo Oito aquelas que, comprovadamente, por performance de mercado, passarem a integrar nova condição de certificação;

Associadas  
Fundadoras



Associadas  
Institucionais



Manter o Banco de Informações de Mídia em condições de funcionamento e segurança, assegurando que apenas as Agências do Grupo Oito a ele tenham acesso e na forma e limites dos contratos dos Fornecedores a que aderirem;

Assegurar que as Agências beneficiadas tenham, apenas e exclusivamente, seis acessos anuais ao Banco de Informações de Mídia, mediante solicitação de senha disponibilizada no próprio Banco.

13. Os casos não previstos serão resolvidos pelo CTM e, em instância superior, pelo Conselho Superior das Normas-Padrão.

14. Em se tratando de credenciamento de serviços de verificação de circulação, os documentos básicos para a comprovação das informações declaradas previamente pelo editor encontram-se no Anexo I destas Normas.

São Paulo, 29 de setembro de 2015.

**\*Aprovado pelo Conselho Superior das Normas-Padrão em 29/09/2015 e revisado em 09/05/2019.**