

## **C.N. – 015**

### **House Agency**

São Paulo, 09 de marzo 2010.

El CENP, en ejercicio de sus atribuciones y según lo dispuesto en las Normas Estándares:

Ante la necesidad de poner fin a cierta indeterminación conceptual en lo dispuesto en la cláusula 6.5, "a", de las Normas Estándares, en lo relativo a las "house agencies", in verbis: "6.5 El "descuento estándar de agencia" no se concederá: a) directamente al anunciante o a "departamentos de propaganda" de anunciantes o agencias propias ("House Agencies") que no se ajusten a lo dispuesto en el apartado 2.5 y en sus subapartados, así como en el apartado 8.5 de estas Normas Estándares." y

Considerando:

que las Normas Estándares se elaboraron con arreglo a los derechos constitucionales de la libertad de expresión y de la libre iniciativa, así como de los principios de buena fe, moralidad, transparencia y libre competencia;

que tuvieron por objetivo asegurar la ética de las buenas prácticas comerciales en las relaciones entre agencias de propaganda, anunciantes y medios, evitando cualquier forma de competencia desleal y de conductas que atenten contra el orden económico según lo dispuesto en las Leyes n° 8.884/94 y 8.137/90; y

que las agencias de propaganda, los anunciantes y los medios adoptaron las Normas Estándares y sus reglas de contratación en el pleno ejercicio de su autonomía asumiendo, unos ante otros, las obligaciones que de ellas se derivan;

Determina:

Art. 1º. La agencia propia o agencia de la casa (House Agency) es la agencia de propaganda con personalidad jurídica propia y vínculo accionario con el anunciante, persona física o jurídica al cual presta sus servicios, pudiendo o no atender a otros clientes-anunciantes.

§ 1º. La agencia de la casa se caracteriza, a efectos del apartado 6.5 de las Normas Estándares, aunque no de forma exclusiva, por tener como único cliente al anunciante accionista, persona física o jurídica, o por atender a empresas del grupo económico al que este pertenezca, o por tener clientes que, de forma directa o indirecta, formen parte de la cadena de proveedores o revendedores del grupo económico al que pertenezca el anunciante accionista.

Entidades Fundadoras



Av. Paulista, 2073 - 6º andar - Ed. Horsa II - CEP: 01311-940

São Paulo - SP

Tel.: (11) 2172-2367 - Fax : (11) 2172-2381

§ 2º. Asimismo, la agencia de la casa se caracteriza por atender principalmente al anunciante accionista o a un mismo grupo económico, aunque atienda a otros clientes fuera de la cadena de proveedores o revendedores, pero cuyas cuentas publicitarias, aisladamente o en su conjunto, no justifiquen la existencia de la estructura empresarial autónoma de la agencia; la existencia de clientes eventuales, aunque con potencial justificador, no niega la condición de agencia propia.

§ 3º. La participación accionaria de que trata este artículo se caracteriza por el control de capital, control de hecho o de derecho del mando empresarial, de forma directa o indirecta, de acuerdo con las leyes brasileñas, en especial la Ley n.º 8.884/94.

Art. 2º Según lo dispuesto en el apartado 6.5 de las Normas Estándares, la agencia propia no tiene derecho a percibir el "descuento estándar de agencia", por lo que debe negociar directamente con los medios de comunicación la forma de su remuneración por la intermediación publicitaria, excepto en lo dispuesto en el art. 8.5, norma de eficacia restringida para atender a la situación de hecho del mercado publicitario nacional hasta el momento de la entrada en vigor de las Normas Estándares.

Art. 3º El CENP certificará excepcionalmente la agencia de propaganda/publicidad de la que participe el anunciante, persona física o jurídica, siempre que se compruebe la conformidad con lo dispuesto en el apartado 2.5 de las Normas Estándares y en sus subapartados. Asimismo, deberá probarse que no se trate de una agencia de la casa conforme al artículo 1º, § 3º de esta comunicación, y se exige un compromiso formal de respeto a las Normas Estándares.

Art. 4º Con el fin de asegurar el respeto a la libre competencia y al compromiso ético y jurídico asumido en la suscripción de las Normas Estándares, las agencias certificadas controladas por anunciante conforme a lo dispuesto en el § 3º del artículo 1º que busquen clientes entre las empresas de la cadena de proveedores o revendedores de su controlador perderán el derecho al Certificado de Cualificación Técnica.

§ 1º. A efectos de esta comunicación normativa, se considera que la hipótesis descrita en el enunciado de este artículo constituye un abuso de poder económico, ya que produce mediante la utilización de ayudas, ventajas o discriminación injustificada, entre otras prácticas, efectos perjudiciales para la competencia, conforme a lo dispuesto en el art. 173, § 4º de la Constitución Federal de 1988 y en la Ley n.º 8.884/94.

§ 2º. En un procedimiento formal del Consejo de Ética, asegurando el más amplio derecho de defensa, el CENP podrá investigar y juzgar a las agencias que se encuentren o pasen a encontrarse en las condiciones establecidas en el enunciado de este artículo.

Caio Barsotti  
**Presidente**

**Nota: Texto traducido libremente al español, siendo válida, para todos los efectos jurídicos, la versión original en português.**

Entidades Fundadoras



Av. Paulista, 2073 - 6º andar - Ed. Horsa II - CEP: 01311-940

São Paulo - SP

Tel.: (11) 2172-2367 - Fax : (11) 2172-2381