

## C.N. – 016

### Certificación de Agencias de Publicidad (Objeto Social)

**(reforma parcialmente, ratifica y consolida las Comunicaciones Normativas n. 01 y 12 (revalidada) y toma otras providencias)**

São Paulo, 14 de septiembre de 2010

1º - El Consejo Ejecutivo del CENP en reunión en 14 de septiembre de 2010 decidió, con base en la legislación en vigor 1, por unanimidad, establecer normas de certificación de Agencias de Publicidad para:

a) Asegurar el principio rector de que el CENP no aceptará las actividades previstas en el objeto social, o ejercidas, que resulten en conflicto de intereses, y;

b) Reconocer las Agencias de Publicidad que se comprometen a mantener las actividades que garanticen la calidad técnica que les es inherente como se establece en esta Comunicación Normativa.

2º - La Certificación objeto de la presente Comunicación Normativa se concederá mediante los procedimientos administrativos vigentes en la entidad y de conocimiento público, que también debe incluir la inspección periódica de Agencias de Publicidad certificadas para garantizar las condiciones de atención a los clientes Anunciantes y las relaciones técnicas con los Medios de Comunicación, según lo previsto en las Normas Estándares y Estatutos Sociales del CENP;

3º - La certificación de la Agencia de Publicidad adoptará como base el objeto social de su contrato de constitución, entendiéndose como siendo, a los efectos de la certificación técnica, el compromiso de la persona jurídica en llevar a cabo actividades de publicidad y propaganda, previstas en la legislación regente;

4º - Estarán aptas a solicitar una certificación a las Agencias de Publicidad cuyas estructuras técnica y funcional les permitan atenderle al Anunciante del modo más eficiente posible (full service), realizando integralmente el conjunto de actividades que tengan por objeto el estudio, planificación, conceptualización, concepción, creación, ejecución interna, la intermediación y supervisión de la ejecución externa y entrega de publicidad a los Medios de Comunicación y otros Medios de difusión, con el fin de promover la oferta de bienes y servicios de cualquier naturaleza, difundir ideas o informar al público en general, según lo establecido en el ítem 1.3 de las Normas Estándares;

---

*1 Base jurídica: En base al art. 3º de la Ley nº 4.680 del 18 de junio de 1965 y su Decreto Reglamentario nº 57.690 del 1 de febrero de 1966, que establecen las bases para las relaciones comerciales entre Agencias y Anunciantes, y teniendo en cuenta el artículo 2 de la Ley nº 12.232 del 29 de abril de 2010, y en especial el primer párrafo del artículo 4º de la última ley citada anteriormente, que establece las bases para las relaciones comerciales específicamente entre Agencias y entes públicos.*

Entidades Fundadoras



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

São Paulo - SP

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

§ 1º - A fim de garantir las condiciones de capacitación para lograr una atención plena (full service), la Agencia de Publicidad, cumpliendo lo dispuesto en el Ítem 12 del Código de Ética de los Profesionales de Propaganda 2, debe asegurar el “del-credere” efectivo a los Medios de comunicación;

§ 2º - La Agencia de Publicidad certificada para la prestación plena de servicios (full service) es capaz de atender a todos los clientes-Anunciantes siempre que ejerzan actividad lícita, debiendo ésta actuar en todas las fases de prestación de servicios correspondientes a la actividad de Agencia de Publicidad y Propaganda, independientemente de cualquier indicación en sus estatutos, respetándose la legislación contable-fiscal;

5º - Se certificarán como Agencias Especializadas las personas jurídicas que actúen con una especialización en "Promoción / Eventos", "Marketing Directo" y "Publicidad Interactiva" que cumplan lo que establece la Comunicación Normativa nº 012, ratificada en el presente documento;

Párrafo Único - El CENP no certificará a las personas jurídicas que tengan como objeto social la prestación de servicios de marketing político, bureau de creación, bureau o agencia de publicidad - con o sin la compra de espacio para su venta a los Anunciantes - y que sean, de acuerdo a los términos de lo que establecen las Normas Estándares, house agencies que no se adecuen al ítem 8.5 de las mismas Normas.

6º - El CENP no certificará, por considerar actividades incompatibles con las de una agencia de publicidad, a las personas jurídicas en cuyo contrato social figure o, en caso de que no figure, para las que esté comprobado, que ejercen actividades comerciales de cualquier naturaleza, representación de medios de comunicación, alquiler de espacios publicitarios, producción de material audiovisual o gráfico, comercio de regalos, edición, estudios de mercado, estudios de opinión, consultoría empresarial, marketing político, concesión de licencias de marcas y patentes, captación de recursos, impresión gráfica, desarrollo de sistemas, cursos, conferencias, formación, montaje de ferias y casetas, alquiler de mano de obra y todo lo relativo a la actividad de la industria y el comercio de bienes y servicios;

Párrafo único - A efectos de certificación, no se considerará desvío de la finalidad que conste como objeto social de una agencia de publicidad y propaganda la “participación en otras empresas y administración de bienes de la propia sociedad”. Asimismo, no se certificarán las empresas de holding (controladoras), dada su naturaleza no publicitaria.

7º - El CENP recomienda, en el caso de las personas jurídicas certificadas como agencias de publicidad controladas por personas físicas o jurídicas que controlen también actividades relacionadas con la producción y publicación de material publicitario,

---

<sup>2</sup> Incorporado a la legislación por el art. 17 de la Ley 4.680/65, y por el apartado 2.4 de las Normas Estándares de la Actividad Publicitaria, que mantengan independencia absoluta de actuación. Asimismo, queda prohibida la actuación comercial de hecho, de forma acumulativa, en estas estructuras;

Entidades Fundadoras



8º - En las localidades en que no exista una empresa productora de comerciales, o en las que exista y no atienda a la demanda local, el medio de comunicación, excepcionalmente, podrá ofrecer soluciones de producción y aplicar costes compatibles con la realidad del mercado, siempre que lo compruebe ante el CENP. El CENP recomienda que, en esos casos, el medio adopte la separación de las actividades típicas de comercialización y publicación de aquellas de producción;

9º - Los certificados de las agencias de publicidad certificadas que mantengan en sus objetos sociales, en la fecha de edición de esta comunicación normativa, actividades contempladas en el apartado sexto de este documento se validarán para el plazo de un año a partir de la fecha de notificación de alteración del objeto social. Una vez expirado ese plazo, los Certificados de Cualificación Técnica se suspenderán en caso de no atenderse a dicha notificación;

10º - Queda prohibido a las agencias de publicidad certificadas por el CENP el ejercicio de cualquier actividad reconocida como propia de un medio de comunicación o de un proveedor de la cadena de actuación del mercado publicitario;

11 - Es lícito que la agencia de publicidad certificada cuente en su plantilla, para atender exclusivamente a sus clientes-anunciantes, siempre que se respete la normativa del ejercicio profesional, con profesionales de la comunicación, el periodismo y las relaciones públicas. Sin embargo, queda prohibida a las agencias de publicidad certificadas la inscripción en los registros de proveedores contemplados en el art. 14 de la Ley n.º 12.232/10;

12 - Constituye motivo de suspensión o pérdida de la respectiva certificación técnica, de acuerdo con el debido proceso conducido por el CENP, asegurándose el más amplio derecho de defensa, la participación de una agencia de publicidad en un acto ilícito en perjuicio de su cliente-anunciante o de la ética de la actividad, siempre que se compruebe la responsabilidad de su persona jurídica.

Párrafo único - Las agencias de publicidad certificadas por el CENP, para el cumplimiento de lo dispuesto en el enunciado, en defensa de la ética y de la propia actividad publicitaria, deben proceder de acuerdo con lo que determina el apartado VIII del artículo 13 de los Estatutos Sociales.3

---

*3 Estatuto social del CENP - Art. 13 - Son deberes de los asociados, extensivos al mandatario y a los representantes: I. Velar por el buen nombre del CENP y colaborar de forma permanente para la consecución de sus objetivos; II. Cumplir y hacer cumplir las "Normas Estándares de la Actividad Publicitaria"; III. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de estos Estatutos y las deliberaciones y decisiones de la Asamblea General, del Consejo Ejecutivo y del Consejo de Ética del CENP; IV. Abonar, puntualmente, el pago de las contribuciones financieras; V. Asistir a encuentros, conferencias o seminarios promovidos por el CENP, con el objetivo de perfeccionar la ética de la actividad y las buenas prácticas comerciales; VI. Desempeñar, una vez aceptadas, las funciones para las que haya sido elegido o designado por el CENP; VII. Velar por la conservación de los bienes del CENP; VIII. Comunicar al Consejo Ejecutivo, en cuanto vengán en su conocimiento, los actos o hechos que puedan atentar contra la ética de la actividad de propaganda comercial y contra la reputación y el buen nombre del CENP; IX. Guardar sigilo sobre los actos o hechos de que venga en conocimiento en virtud de la asunción de un cargo creado por estos Estatutos; X. Respetar el sigilo que proteja los procesos instaurados ante el Consejo de Ética.*

Entidades Fundadoras



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

São Paulo - SP

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

13 - Sin carácter determinante y como mera indicación, se recomiendan como textos básicos los enunciados del objeto social de las agencias de publicidad full service y especializadas incluidos en el Anexo I del presente documento;

14 - La presente comunicación normativa entra en vigor en la fecha de su firma y divulgación en el sitio web del CENP. Lo que prescribe deberá incluirse en las Normas Estándares de la Actividad Publicitaria, cuando se reformen, y en los Estatutos Sociales de la entidad, cuando proceda.

Caio Barsotti  
**Presidente**

Entidades Fundadoras



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

São Paulo - SP

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

## ANEXO I de la comunicación normativa n.º 16

Con el objetivo de orientar a los interesados y sin ningún carácter determinante, se recomiendan los siguientes enunciados como objeto social de las agencias de publicidad full service y especializadas:

### I - Agencia full service:

“Prestación de servicios de agencia de publicidad considerando el conjunto de las actividades realizadas de forma integrada que tenga por objeto el estudio, la planificación, la conceptualización, la concepción, la creación, la ejecución interna y la supervisión de la ejecución externa, la intermediación y la distribución de publicidad a los medios de comunicación y demás medios de divulgación”;

O,

“Prestación de servicios de agencia de publicidad/propaganda, así como actividades complementarias vinculadas a la actividad principal”;

### II – Agencias especializadas:

#### II.1. PUBLICIDAD INTERACTIVA:

“Prestación de servicios de publicidad interactiva en lo relativo a la creación, planificación, organización, control, intermediación y distribución de publicidad a los medios de comunicación y demás medios de divulgación, producción de productos y campañas publicitarias y de proyectos de publicidad interactiva, vinculados e integrados en la actividad principal”;

#### II.2 - PROMOCIÓN/EVENTOS:

“El objeto social de la sociedad será la prestación de servicios en el sector de la comunicación y la publicidad, especialmente en lo relativo a la creación, planificación, coordinación, intermediación publicitaria, control y ejecución de acciones y campañas de marketing directo, así como actividades complementarias y vinculadas con la actividad principal”;

#### II.3 – MARKETING DIRECTO:

“El objeto social de la sociedad será la prestación de servicios en el sector de la comunicación y la publicidad, especialmente en lo relativo a la creación, planificación, coordinación, intermediación publicitaria, control y

Entidades Fundadoras



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

São Paulo - SP

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

ejecución de campañas promocionales de imagen y de ventas, así como actividades complementarias y vinculadas con la actividad principal”.

Obs.: la certificación de agencia especializada no supe las condiciones exigidas en el art. 4º de la Ley 12.232/2010.<sup>4</sup>

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

---

<sup>4</sup> Trata de las licitaciones y contrataciones de servicios de publicidad y propaganda por la administración pública.

Entidades Fundadoras



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

São Paulo - SP

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