RESOLUÇÃO Nº 01/2015
Compromissos com Pesquisa de Mídia – Anexo "A" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

A Diretoria Executiva do CENP, *ad referendum* do Conselho Executivo, com base no que dispõe o par. único do item primeiro da resolução 01/2012 e atendendo ao disposto nos itens 2, 3 e 5 do Anexo "A" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, considerando os termos da recomendação do Comitê Técnico de Mídia (CTM) elaborada a partir de estudos mercadológicos para enquadramento das Agências Certificadas em faixas, em função dos compromissos destas quanto ao elenco mínimo de recursos técnicos de mídia,

RESOLVE:

Primeiro – Respeitado o disposto no item 5 do Anexo "A", fica mantido o enquadramento em vigor das Agências com certificação técnica, para efeitos dos compromissos destas quanto ao elenco mínimo de recursos técnicos de mídia, se fará em conformidade com as escalas abaixo, entrando em vigor na presente data e válidas até a publicação de nova Resolução:

GRUPO	RECEITA OPERACIONAL BRUTA ANUAL (EM R$)
1	Acima de 50.000.000,01
2	De 20.000.000,01 até 50.000.000,00
3	De 7.000.000,01 até 20.000.000,00
4	De 3.000.000,01 até 7.000.000,00
5	De 500.000,01 até 3.000.000,00
6	De 200.000,01 até 500.000,00
7	Até 200.000,00

Segundo – Os índices de pontuação, conforme previsto no item 3 do Anexo citado, foram atualizados pelo Comitê Técnico de Mídia – CTM e fazem parte integrante da presente Resolução – sendo divulgados por meio do gabarito de pontos, em anexo.
Parágrafo Único – Com base nas recomendações do CTM, bem como no que dispõe o item 7.1, letra "e" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, as Agências de Publicidade que se enquadrarem na escala de receita do Grupo 3, para efeitos do compromisso de dispor/fazer uso de pesquisa de mídia, serão subdivididas em 3A, que compreende a faixa de receita entre R$ 13.500.000,01 e

R$ 20.000.000,00, nesse caso, considera-se a pontuação referência para o Grupo 3; e 3B, que compreende a faixa de receita entre R$ 7.000.000,01 e R$ 13.500.000,00, nesse caso, considera-se a pontuação referência para o Grupo 3, diminuída em até 30%;

Terceiro – De acordo com o Anexo "A" e com base no parágrafo único acima citado, o compromisso de dispor/fazer uso de pesquisas de mídia para as Agências dos Grupos Um, Dois e Três deve variar conforme os princípios básicos daquele Anexo e com fundamento na pontuação mínima para certificação, já atualizada pelo CTM:

- Grupo 1 – 226 pontos;
- Grupo 2 – 201 pontos;
- Grupo 3A – 176 pontos;
- Grupo 3B – 123 pontos;

Quarto – Com base nas disposições do item terceiro acima, fica estabelecida a margem de flexibilidade de pontuação no percentual de 10%.

Quinto – A qualquer tempo, no período de vigência da presente Resolução, poderá o Conselho Executivo do CENP alterá-la, no todo ou em parte, sempre no interesse da manutenção e qualificação da prestação de serviços técnicos de mídia e para atender as exigências da livre concorrência e das boas práticas na relação entre Agências, Veículos e Anunciantes.

Sexto – Para efeitos de enquadramento, será utilizado o estabelecido em "gabarito mínimo para compromissos com pesquisa de mídia" anexado à presente resolução, dela fazendo parte integrante e inseparável.

São Paulo, 29 de abril de 2015.
Caio Barsotti
Presidente

***Aprovado pela Diretoria Executiva, *ad referendum* do Conselho Executivo, em 29/04/2015.**

GABARITO MÍNIMO PARA OS COMPROMISSOS COM PESQUISA DE MÍDIA

* Este gabarito de pontos está dividido em células, que representam, no cruzamento de praça/estudo, a existência de, pelo menos, um estudo credenciado disponível e refletem o período de 12 meses de disposição/uso dos serviços e informações de mídia.

O gabarito representa um total de 500 pontos, que serão distribuídos entre os serviços de informações de mídia credenciados, elegíveis para este fim, com base nos seguintes vetores:

Participação dos meios:

Fonte: Projeto Intermeios do ano anterior consolidado.

Participação dos pilares:

Estudos de Audiência/ Circulação: representam 60% do total de pontos, pois compõem a base de qualquer plano de mídia, sendo possível planejar e comprar mídia apenas com essa informação. Quando ocorrer existência simultânea de estudos de audiência e circulação, a distribuição dos pontos será de 75% e 25% respectivamente.

Estudos de Investimento: representam 30% do total de pontos, pois oferecem visão da atividade concorrencial; das táticas dos concorrentes, share of voice por meio e sazonalidade, etc. Proporciona melhores condições para definir volumes de investimentos nos planos de mídia.

Estudos de Hábitos: representam 10% do total de pontos, pois proporcionam conhecer o consumidor. É o que dá vida a audiência. Amplia a eficácia do plano. Identifica os hábitos de consumo de marca e meio.

Participação dos mercados:

Fonte: PIB para os Estados e o IPC para as Cidades.

O mercado NET representará 12% do total, uma vez que, estudos comparativos de investimento, realidade de utilização dos anunciantes e agências, e espaços publicitários disponíveis, demonstraram ser este o indicador mais próximo à realidade.

Outros ajustes:

- TV Paga: está configurado como meio no gabarito;
- Parabólica: não consta do gabarito;
- Estudos de hábitos: para os meios (Jornal, Revista, Cinema e Mídia Exterior) deverão ser considerados no pilar Audiência, uma vez que também oferecem esta informação;
- Complementarmente aos vetores, para efeito de pontuação sob o ponto de vista da participação dos mercados/praças, foram considerados apenas aqueles onde os serviços de informações de mídia são oferecidos, sendo assim, caso um novo serviço obtenha o credenciamento do CENP, qualquer que seja o mercado, receberá a pontuação, na proporção indicada nos vetores;
- Nas relações de praças/mercados abaixo indicados, representam o universo:

a) Outros Interior São Paulo: menor IPC de São Paulo (Jaú);
b) Interior Sul: Grande Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Apucarana;
c) Vale do Paraíba: São José dos Campos e Taubaté.

CENP Conselho Executivo das Normas-Padrão	Televisão			TV Paga			Rádio			Jornal				Revista				Digital (Internet)			Cinema			Publicidade Exterior (OH/DOOH)		
	Audiência	Investimento	Hábitos	Audiência	Investimento	Hábitos	Audiência	Investimento	Hábitos	Audiência	Circulação	Investimento	Hábitos	Audiência	Circulação	Investimento	Hábitos	Audiência	Investimento	Hábitos	Audiência	Investimento	Hábitos	Audiência	Investimento	Hábitos
NET	25,83721		4,64830	17,83750	8,90538				0,52926	4,08924	8,61826		0,89695	1,46798	3,09383	6,18767	0,32622	22,91923	11,45962	0,60416	0,13589		0,02265	2,67490		0,44582
Grande São Paulo	45,00071	22,91192	8,09595				6,38197	3,77337	0,92181	7,12224		5,04232	1,56223	2,55678			0,56817			1,05226	0,23668	0,14900	0,03945	4,65888	2,46603	0,77648
Grande Rio de Janeiro	20,04978	10,20826	3,60710				2,84345	1,68120	0,41071	3,17327		2,24657	0,69604	1,13916			0,25315			0,46883	0,10545	0,06639	0,01758	2,07574	1,09872	0,34596
Grande Belo Horizonte	15,61504	7,95033	2,80926				2,21452	1,30934	0,31986	2,47138		1,74966	0,54209	0,88719			0,19715			0,36513	0,08213	0,05170	0,01369	1,61661	0,85570	0,26944
Grande Curitiba	7,64616	3,89301	1,37560				1,08437	0,64114	0,15663	1,21015		0,85675	0,26544	0,43443			0,09654			0,17879	0,04021	0,02532	0,00670	0,79160	0,41901	0,13193
Grande Fortaleza	3,83754	1,95387	0,69040				0,54424		0,07861	0,60736		0,43000	0,13322	0,21804			0,04845			0,08973	0,02018	0,01271	0,00336	0,39730	0,21030	0,06622
Grande Porto Alegre	11,75555	5,98529	2,11491				1,66717	0,98572	0,24081	1,86054		1,31721	0,40810	0,66791			0,14842			0,27488	0,06183	0,03892	0,01030	1,21704	0,64420	0,20284
Grande Recife	4,67992	2,38276	0,84195				0,66370	0,39242	0,09587	0,74069		0,52438	0,16247	0,26590			0,05909			0,10943	0,02461	0,01550	0,00410	0,48451	0,25646	0,08075
Grande Salvador	7,58640	3,86258	1,36485				1,07590	0,63613	0,15540	1,20070		0,85006	0,26337	0,43103			0,09578			0,17739	0,03990	0,02512	0,00665	0,78541	0,41573	0,13090
Distrito Federal	7,38935	3,76226	1,32940				1,04795	0,61961	0,15137	1,16951		0,82798	0,25653	0,41984			0,09330			0,17279	0,03886	0,02447	0,00648	0,76501	0,40493	0,12750
Grande Florianópolis	6,18243	3,14776					0,87679					0,69274										0,02047			0,33880	
Grande Goiânia	4,80801	2,44798					0,68187					0,53874													0,26348	
Manaus	2,94589	1,49989																								
Belém	3,83754	1,95387																								
Grande Vitória	4,03951	2,05670					0,57288					0,45263													0,22136	
Campinas	2,98316	1,51886	0,53669				0,42307		0,06111	0,47214		0,33426	0,10356	0,16949			0,03766			0,06976	0,01569		0,00261	0,30884	0,16348	0,05147
Araçatuba		0,21064																							0,02267	
Bauru		0,41232										0,09074													0,04438	
Campina Grande		0,22134																								
Cuiabá		1,49487																								
Franca		0,33405																							0,03595	
João Pessoa		0,57877																								
Juiz de Fora		0,85335																								
Londrina		0,60879										0,13398														
Maringá		0,48243																								
Natal		0,80261																								
Ponta Grossa		0,33316																								
Presidente Prudente		0,23889																								
Ribeirão Preto		0,83383										0,18350													0,08975	
Santos		0,62637										0,13785													0,06742	
São Carlos		0,28511										0,06275													0,03069	
São José do Rio Preto		0,53133										0,11693													0,05719	
São José dos Campos		0,79583										0,17514													0,08566	
São Luis		1,12868																								
Sorocaba		0,70738										0,15568													0,07614	
Taubaté		0,32940																							0,03545	
Teresina		0,55180																								
Apucarana		0,12533																								
Jaú		0,14693																								
Outros Interior São Paulo			0,05192						0,00591	0,04567			0,01002	0,01640			0,00364			0,00675	0,00152		0,00025	0,02988	0,01581	0,00498
Interior Sul			1,92320						0,21898	1,69189			0,37111	0,60736			0,13497			0,24997	0,05622		0,00937	1,10672		0,18445
Campo Grande	2,14291											0,24011	0,07439													
Novo Hamburgo												0,07655														
Vale do Paraiba																									0,12111	
Outros Litoral São Paulo																									0,01581	

Entidades
Abril
Abril de a comunicação para transformar