

ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN
DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL



TRABAJAMOS POR UNA
PUBLICIDAD
RESPONSABLE



ÍNDICE

1. ¿QUIÉNES SOMOS?	3
2. DATOS DE ACTIVIDAD	4
3. AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA	5
3.1. ESPAÑA	5
3.2. EUROPA	6
3.3. INTERNACIONAL	6
3.4. COMPLIANCE	7
4. NUESTROS SERVICIOS	8
4.1. ASESORAMIENTO PREVIO PUBLICITARIO	8
4.2. ASESORAMIENTO PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD	9
4.3. TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES	10
4.4. FORMACIÓN	12
4.5. OTROS	13
5. COLABORACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN	16
6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL	18
6.1. CÓDIGOS DE CONDUCTA SECTORIALES	18
6.2. AUTORREGULACIÓN DIGITAL	20
6.3. AUTORREGULACIÓN EN TELEVISIÓN	22
6.4. AUTORREGULACIÓN PUBLICIDAD FINANCIERA	23
6.5. AUTORREGULACIÓN PUBLICIDAD DE MEDICAMENTOS	24
6.6. AUTORREGULACIÓN PUBLICIDAD DE ALIMENTOS DIRIGIDA A MENORES	25
7. ANEXO I: JUNTA DIRECTIVA	26
8. ANEXO II: JURADO DE LA PUBLICIDAD	28
9. ANEXO III: LISTADO DE ADHERIDOS	33

1. ¿QUIÉNES SOMOS?

AUTOCONTROL es el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España. Constituido en 1995 como asociación sin ánimo de lucro, está integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales, y **su objetivo es trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal.**

En este momento, nuestros alrededor de **600 miembros directos y 4.000 indirectos** están vinculados aproximadamente con el **70% de la inversión publicitaria en nuestro país.**

Desde sus inicios, AUTOCONTROL gestiona el sistema español de autorregulación de la comunicación comercial, sobre la base de tres instrumentos principales:



Códigos de Conducta. El [Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL](#), basado en el [Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara de Comercio Internacional \(CCI\)](#) y los [Códigos de Conducta Publicitaria Sectoriales](#), cuya aplicación se ha encomendado a AUTOCONTROL.



Jurado de la Publicidad. Órgano extrajudicial de resolución de controversias que se encarga de resolver reclamaciones en materia publicitaria. Acreditado como **entidad de resolución alternativa de litigios (ADR)** por la Dirección General de Consumo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.



Asesoría Jurídica. Formada por profesionales expertos en Derecho de la Publicidad, Privacidad y Protección de Datos, e Informática, con dedicación exclusiva a AUTOCONTROL, que se encargan de asesorar a las empresas en el cumplimiento de sus obligaciones legales en estos ámbitos.

Nuestra actividad incluye:



La **tramitación de reclamaciones** en relación con comunicaciones comerciales, presentadas por consumidores, asociaciones de consumidores, empresas y administración.



El **asesoramiento a las empresas a través de las herramientas de Copy Advice®** (asesoramiento sobre la corrección ética y legal, de las campañas publicitarias antes de su emisión); **Cookie Advice®** (asesoramiento técnico y jurídico, sobre utilización de cookies); **Data Advice®** (asesoramiento jurídico en materia de protección de datos) y **Web Advice®** (asesoramiento sobre el cumplimiento de la normativa publicitaria, en páginas web).



Formación. Ofrecemos cursos y seminarios dirigidos tanto a profesionales del derecho o de la publicidad que desean profundizar o actualizar sus conocimientos en materia de normativa publicitaria, como a recién graduados que quieren orientar su carrera profesional hacia este ámbito.

Además **AUTOCONTROL colabora activamente**, en el marco de los **26 acuerdos que tiene firmados con administraciones nacionales, autonómicas y municipales**, competentes en el control de la actividad publicitaria.

AUTOCONTROL ha acreditado el cumplimiento de los requisitos establecidos por la Ley de Competencia Desleal, para los sistemas de autorregulación.

2. DATOS DE ACTIVIDAD

Asesoramiento previo: Desde su creación, AUTOCONTROL ha atendido más de **518.000 consultas legales y deontológicas**, de las cuales casi **424.000** corresponden a **Copy Advice®**.

Control a posteriori: Desde su creación, el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL ha resuelto **5.354 casos**, en un **plazo medio de 14 días** en primera instancia.



3. AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA



3.1. ESPAÑA

La autorregulación publicitaria es el compromiso de responsabilidad social asumido por la industria, que se plasma en el cumplimiento de determinados principios y normas deontológicas que se recogen en los códigos de conducta publicitaria; así como en el sometimiento a un tercero independiente, para la resolución de las eventuales reclamaciones que pudieran presentarse en caso de incumplimiento de estas normas: el **Jurado de la Publicidad**.



Los **consumidores** se benefician de la autorregulación, en la medida en que esta contribuye a que la publicidad sea responsable, procurando evitar o corregir incumplimientos de normas legales o deontológicas. Además, les ofrece un sistema de tramitación de reclamaciones gratuito, ágil y eficaz, a través de un Jurado formado por expertos independientes. El Jurado de la Publicidad ha sido, con fecha 19 de noviembre de 2018, acreditado como entidad de resolución alternativa de litigios por la Dirección General de Consumo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.



A su vez, la autorregulación beneficia a las **empresas**, ya que, a través de la promoción de la publicidad responsable, ayuda a incrementar la confianza de los consumidores en la publicidad y la buena reputación de las marcas. Además, las herramientas de asesoramiento que ofrece la autorregulación publicitaria —como el **Copy Advice**®— ayudan a las compañías a cumplir la normativa aplicable a la publicidad, evitando que incurran en eventuales infracciones que pudieran conllevar costes y riesgos reputacionales. Finalmente, el Jurado de la Publicidad les permite resolver con rapidez y eficacia eventuales controversias con competidores, con coste sensiblemente inferior a los que supondría un procedimiento judicial.



La autorregulación también es percibida positivamente por los reguladores y las **administraciones públicas**, en la medida en que: los códigos de conducta complementan la normativa legal; las herramientas de asesoramiento previo facilitan el cumplimiento de las normas por las empresas; y los sistemas extrajudiciales de tramitación de reclamaciones publicitarias, como el Jurado de la Publicidad, establecen un mecanismo alternativo al administrativo y judicial para resolver las reclamaciones sobre publicidad. Y todo ello sin coste alguno para la Administración, porque todos los costes derivados de esta actividad son asumidos por las empresas sometidas al sistema de autorregulación.

Por este motivo, durante las últimas décadas han sido numerosas las normas legales, comunitarias y nacionales, relativas a publicidad, protección de consumidores, regulación de medios de comunicación o tratamiento de datos personales, entre otras, que han reconocido la autorregulación e instado su fomento. Este respaldo a la autorregulación se ha visto significativamente fortalecido en España tras la aprobación, a finales del año 2009, de la reforma de la Ley de Competencia Desleal de 1991. **El artículo 37 de la Ley reconoce y fomenta expresamente: los Códigos de Conducta; los sistemas de autocontrol previo (como el Copy Advice® de AUTOCONTROL); y los sistemas extrajudiciales de resolución de controversias (como el Jurado de la Publicidad).**

La autorregulación publicitaria surge como respuesta de la propia industria a la exigencia de la sociedad, para que existan unas garantías de confianza y credibilidad en la publicidad. Y tiene como principal objetivo que la actividad publicitaria se realice de forma veraz, legal, honesta y leal, todo ello en aras de beneficiar a los consumidores, los competidores y el mercado, en general.

Además, AUTOCONTROL cumple las exigencias ahora establecidas en la Ley de Competencia Desleal, para su reconocimiento legal. Esta Ley establece también la obligación de recurrir a los sistemas de autorregulación con carácter previo a la acción judicial en determinados supuestos, y siempre que ese sistema cumpla los requisitos de la Ley en el caso de acciones frente a empresarios adheridos a Códigos de Conducta.

En un mundo cada vez más global e interconectado, es más necesaria que nunca una autorregulación publicitaria eficaz y bien coordinada. AUTOCONTROL juega un rol muy activo en los dos organismos creados para promover la autorregulación publicitaria a nivel europeo e internacional: **EASA** e **ICAS**.

3. AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA



3.2. EUROPA (EASA)

AUTOCONTROL es, desde su constitución, miembro de la [European Advertising Standards Alliance](#) (EASA), un organismo creado en 1992, que engloba a los organismos nacionales europeos de autorregulación y a las principales asociaciones que representan a la industria publicitaria. En estos momentos, AUTOCONTROL ocupa la Presidencia de este organismo.

El principal rol de EASA es promover buenas prácticas y altos estándares en la autorregulación publi-

citaria, siempre respetando las diferencias culturales, legales y comerciales de los distintos estados. Además, EASA gestiona el **sistema de resolución de controversias publicitarias transfronterizas, en el que también participa AUTOCONTROL**, que permite a cualquier consumidor de la Unión Europea someter un asunto al organismo de autorregulación publicitaria competente en el extranjero, a través del órgano homólogo existente en su propio país.



3.3. INTERNACIONAL (ICAS)

AUTOCONTROL es promotor y fundador del [International Council for Ad Self-Regulation](#) (ICAS), una plataforma creada en 2016 para promover, a nivel global, una autorregulación publicitaria eficaz y de esta forma contribuir a que las **comunicaciones comerciales a nivel mundial sean legales, leales, honestas y veraces**.

Entre los miembros de ICAS se incluyen organismos nacionales de autorregulación publicitaria de Europa, América y Asia, y otros organismos regionales e inter-

nacionales, incluyendo EASA; así como asociaciones regionales e internacionales de la industria publicitaria.

ICAS contribuye a la consolidación de los organismos de autorregulación existentes y facilita la creación de nuevos organismos de autorregulación publicitaria en mercados emergentes. Además, constituye una plataforma relevante para discutir y trabajar en el desarrollo de soluciones para hacer frente a los retos a los que debe hacer frente la publicidad a nivel global.

3. AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA



3.4. COMPLIANCE

La actividad de control de cumplimiento normativo, o *compliance*, ha cobrado gran importancia en los últimos años en nuestro país y, en la actualidad, un significativo número de empresas cuenta con un **equipo o un responsable de cumplimiento normativo**.

La tarea del responsable o de los equipos dedicados a las funciones de cumplimiento normativo se centra, principalmente, en asegurar el cumplimiento de la normativa que afecta a cada sector, teniendo además como objetivo crear una cultura empresarial de cumplimiento, responsabilidad social y buen gobierno. Entre esta normativa se incluye no sólo la legal, sino también la deontológica y, por tanto los códigos de conducta a los que voluntariamente se haya adherido cada empresa.

En ese sentido es esencial que el responsable o el equipo dedicado a funciones de cumplimiento de cada compañía, **conozca los códigos de conducta publicitaria a los que se encuentra adherida su organización, así como las herramientas que ofrece el sistema de autorregulación publicitaria**

—AUTOCONTROL— para verificar su cumplimiento; y que la política de cumplimiento de la empresa, si cuenta con ella, contemple estos aspectos.

Sin duda, una adecuada integración de los aspectos sobre autorregulación publicitaria en la actividad de cumplimiento normativo de la empresa, se traducirá en una gestión más eficiente de esos compromisos voluntarios.

Las **publicaciones periódicas** de AUTOCONTROL (Revista Digital, Boletín Digital @Informa y Newsletter) y sus **cursos y seminarios formativos**, pueden ser útiles a los responsables de cumplimiento normativo para conocer la autorregulación publicitaria y mantenerse al día de las novedades regulatorias y autorregulatorias.

AUTOCONTROL colabora con la **Asociación Española de Compliance (ASCOM)**, para promover el conocimiento y la formación sobre regulación y autorregulación publicitaria, entre los profesionales del sector.



4. NUESTROS SERVICIOS

4.1. ASESORAMIENTO PREVIO PUBLICITARIO



COPY ADVICE®

El servicio de [Consulta Previa o Copy Advice®](#), creado en 2001, es una herramienta de uso generalizado en la industria publicitaria española, muy útil para asegurar el cumplimiento normativo y evitar incurrir en posibles infracciones y riesgos reputacionales. Desde su puesta en marcha, la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL ha atendido **casi 424.000 solicitudes de Copy Advice®**.

Se trata de un **informe elaborado por la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL, confidencial, voluntario y no vinculante** (salvo convenios o códigos sectoriales en los que se prevea lo contrario), sobre la corrección legal y deontológica de anuncios o proyectos de anuncios, revisados antes de su emisión. Puede ser solicitado por el propio anunciante, su agencia o el medio donde se vaya a emitir.

La **rapidez de este servicio** (el tiempo medio de emisión del **Copy Advice®** durante el pasado año fue de 3 días hábiles), unido a la amplia experiencia en materia de regulación publicitaria adquirida por la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL, ha permitido atender estas solicitudes de asesoramiento con una gran eficacia. Además, en el año 2012 nació el servicio de **Copy Advice® Express**, cuyo tiempo medio de emisión es de 1 día hábil.

El **Copy Advice®** es actualmente el servicio más solicitado. Anunciantes, agencias y medios remitieron a AUTOCONTROL, **durante 2023, 33.620 proyectos de anuncios para su revisión**, antes de su difusión.



CONSULTAS DEONTOLÓGICAS

La Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL también ofrece un servicio de [asesoramiento para resolver cualquier duda relacionada con la regulación o autorregulación de la publicidad, o con la interpretación de la misma](#), por parte de anunciantes, agencias, medios o asociaciones sectoriales. No incluye el asesoramiento de concretas campañas

publicitarias, que se presta a través del servicio de **Copy Advice®**.

En **2023**, la Asesoría Jurídica atendió **5.120 consultas deontológicas**. Desde la puesta en marcha de este servicio se han tramitado casi **95.000 consultas**.



WEB ADVICE®

Se trata de un [informe jurídico](#) en el que se analiza en detalle la corrección deontológica y legal, de los **contenidos publicitarios de la página web sometida al análisis**. Se excluye el análisis de la política de cookies, que se analiza a través del servicio Cookie Advice®.

Como complemento al informe jurídico sobre los contenidos publicitarios de un sitio web, presentamos un informe de cumplimiento de la normativa de protección de datos en página web, consistente en la **revisión de las cláusulas de protección de datos de la página web**.

4. NUESTROS SERVICIOS

4.2. ASESORAMIENTO PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD

COOKIE ADVICE®

El servicio [Cookie Advice](#)® ayuda a las empresas a dar cumplimiento a la normativa vigente en materia de privacidad y cookies, y, en concreto, a cumplir las obligaciones en materia de información y obtención del consentimiento (**el artículo 22.2 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico**). Este servicio incluye un examen de situación sobre las cookies propias y de terceros, que se instalan desde un determinado sitio web, plataforma o aplicación informática; así como, bajo petición expresa del editor, la revisión de las cláusulas de sus contratos con terceros, si las hubiera, referidas al cumplimiento de los deberes de información y solicitud de consentimiento. Tras el examen, se remitirá al solicitante un informe en el que se recogerán las conclusiones de la verifica-

ción y, en caso de que sea necesario, la recomendación de modificaciones a llevar a cabo por parte del editor.

Tal y como indica la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) en la [Guía sobre el uso de las cookies](#), es **recomendable hacer una consultoría técnica y jurídica de cookies periódica** y, en todo caso, siempre que se produzcan modificaciones significativas en la página web, plataforma o aplicación informática, con respecto a las cookies que se instalan desde las mismas, o la política de información o consentimiento sobre las mismas.

Desde la puesta en marcha de este servicio se han atendido más de 1.000 solicitudes de **Cookie Advice**®.

DATA ADVICE®

El servicio de [Data Advice](#)®, puesto en marcha en 2018, incluye las siguientes herramientas de asesoramiento, para el cumplimiento de normativa en protección de datos, en particular para el cumplimiento y adecuación del RGPD:

- **Adecuación de cláusulas de información y consentimiento:** Análisis y adecuación de las cláusulas de información y de recogida de consentimiento, valorándose en particular si los consentimientos previamente obtenidos son válidos conforme al RGPD y, en caso contrario, si el tratamiento de datos puede ampararse en una base jurídica distinta (por ejemplo, el interés legítimo).
- **Apoyo a evaluación de impacto:** Asesoramiento en la determinación de si es necesario realizar una evaluación de impacto y, en su caso, asistencia jurídica en el proceso de evaluación.
- **Gestión y atención derechos:** Asesoramiento en la gestión y atención de los derechos de protección de datos de los interesados, incluyendo la revisión de los procedimientos internos de la empresa.
- **Mediación** en las reclamaciones relacionadas con el ejercicio del derecho de protección de datos de los interesados.
- **Asesoramiento sobre otras cuestiones de protección de datos:** registro de actividades del tratamiento, contratos con encargados de tratamiento, notificación de violaciones de seguridad, etc. Se excluyen la realización de la evaluación de impacto, la asunción del papel de delegado de protección de datos y el análisis técnico no jurídico.
- **Formación** en protección de datos y privacidad. Cerca de 1.100 profesionales asistieron a actividades formativas e informativas sobre protección de datos, organizados por AUTOCONTROL en 2023.

4. NUESTROS SERVICIOS

4.3. TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES



RECLAMACIONES SOBRE PUBLICIDAD

El Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL es un **organismo extrajudicial independiente** encargado de resolver controversias y reclamaciones, en materia publicitaria. El **Jurado ha sido acreditado**, con fecha de 19 de noviembre de 2018, como **entidad de resolución alternativa de litigios** por la Dirección General de Consumo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Pasando a formar parte del [listado unificado de entidades acreditadas de la Comisión Europea](#), y de la [plataforma de resolución de litigios en línea establecida por la Unión Europea](#).

Desde su creación, hasta el 1 de enero de 2023, ha tramitado 5.354 casos, en un plazo medio de 14 días en primera instancia.

El Jurado lo componen profesionales de prestigio con reconocida cualificación, en los sectores del Derecho, la Comunicación Comercial, la Economía y la Protección de Consumidores, y desarrolla su actividad guiado por los principios de independencia y transparencia. Para asegurar su imparcialidad, el Jurado de la Publicidad y sus miembros, son independientes de los órganos asociativos y de las entidades adheridas a AUTOCONTROL. **El 25% de sus miembros son designados a propuesta de la Dirección General de Consumo.**

Las reclamaciones presentadas por consumidores individuales, se tramitan ante la Sección Séptima del Jurado de la Publicidad, que está compuesta por un representante de cada una de estas tres categorías: juristas de reconocido prestigio personal y profesional, representantes designados por asociaciones de consumidores con las que AUTOCONTROL ha suscrito convenio, y representantes de la industria publicitaria, que no mantengan o hayan mantenido relación laboral con las empresas adheridas hace más de tres años. Este procedimiento de tramitación entró en vigor el 1 de enero de 2019.

El Jurado de la Publicidad **resuelve las reclamaciones que se presentan contra anuncios difundidos por cualquier medio en España**, aplicando el Código de Conducta Publicitaria. Las reclamaciones pueden ser presentadas por cualquier persona con un interés legítimo en reclamar contra una determinada publicidad, con independencia de su pertenencia o no a la Asociación. El sistema es gratuito para consumidores, asociaciones de consumidores y Administración. **Todas las resoluciones del Jurado de la Publicidad se hacen públicas.**



Las decisiones del Jurado de la Publicidad son de obligado cumplimiento para los socios u otras entidades sometidas al sistema, en virtud de los acuerdos de aplicación de Códigos de Conducta Sectoriales, y voluntaria para el resto. En este último caso, pese a la voluntariedad del sistema (que por su propia naturaleza sólo puede vincular a las entidades adheridas o vinculadas), es innegable la fuerza moral de la que gozan los pronunciamientos del Jurado de la Publicidad en todo el sector, incluso entre las empresas no adheridas al sistema. La autoridad técnica y la imparcialidad demostrada por sus resoluciones, han generado una alta credibilidad y confianza, tanto entre la industria publicitaria, como ante la Administración y la sociedad en general. Buena muestra de ello es que, hasta la fecha, en menos de un 5% del total de casos resueltos por el Jurado de la Publicidad, la empresa reclamada no ha cumplido la resolución dictada al efecto por el Jurado. En algunos de esos casos, cuando, tras haber sometido el asunto al Jurado de la Publicidad, las partes han acudido posteriormente a los Tribunales de Justicia, los pronunciamientos judiciales, hasta la fecha, han coincidido mayoritariamente con el contenido de las resoluciones del Jurado, previamente dictadas.

En 2023, se tramitaron 255 casos. De ellos 58 se resolvieron por “mediación” o “aceptación” de la reclamación por el anunciante, con el consiguiente cese o rectificación de la publicidad. De los casos tramitados por el Jurado de la Publicidad, 29 fueron estimados, en ó hubo estimación parcial, y 59 fueron desestimados.

Desde hace unos años el número de reclamaciones recibidas anualmente por AUTOCONTROL se ha estabilizado, gracias en gran parte al uso responsable, por parte de las empresas, de los servicios de consulta previa puestos en marcha por AUTOCONTROL.

4. NUESTROS SERVICIOS

4.3. TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES



RECLAMACIONES SOBRE PUBLICIDAD TRANSFRONTERIZA (EASA)

El sistema de resolución de controversias publicitarias transfronterizas, gestionado por *European Advertising Standards Alliance* (EASA), y en el que participa AUTOCONTROL, permite a cualquier **consumidor de la Unión Europea someter un asunto al organismo de autorregulación publicitaria competente en el extranjero**, a

través del órgano homólogo existente en su propio país. AUTOCONTROL gestiona las reclamaciones de consumidores españoles contra la publicidad difundida en España, por anunciantes situados en otros países europeos, dando traslado al organismo de autorregulación del país correspondiente para su resolución.



RECLAMACIONES SOBRE PUBLICIDAD COMPORTAMENTAL (EDAA)



La [European Interactive Digital Advertising Alliance](#) (EDAA) es una organización gestionada por las principales asociaciones europeas del sector publicitario y digital. Su rol fundamental es la gestión de un icono europeo interactivo, identificativo de la publicidad comportamental (OBA), en las páginas web y en Internet.

Las empresas de la industria que forman parte de esta iniciativa muestran dicho icono identificativo de la publicidad comportamental en todos sus anuncios en Internet, y a través de él, los usuarios son dirigidos a la página web "[Your Online Choices](#)" donde podrán

obtener más información en su propio idioma acerca de la publicidad comportamental, ofreciéndoseles además una herramienta de **opt-out**, que permite al usuario ejercer el control sobre la misma.

Los organismos nacionales de autorregulación publicitaria, (AUTOCONTROL en España) son los encargados de tramitar las reclamaciones por incumplimiento de los estándares establecidos, en el IAB Framework sobre publicidad comportamental o en la EASA Best Practice Recommendations sobre publicidad comportamental, para asegurar una aplicación eficaz de los mismos.



RECLAMACIONES DE DOMINIO ".ES"

AUTOCONTROL es una de las entidades acreditadas por Red.es (Organismo designado por el Gobierno para la Administración de dominios ".es") para la **resolución extrajudicial de conflictos sobre nombres de dominio "es"**.

Para ello AUTOCONTROL cuenta con un **listado** (comunicado a Red.es) de **acreditados y prestigiosos expertos** en Derecho español y en resolución extra-

judicial de conflictos, a quienes corresponde resolver las concretas controversias relativas a nombres de dominio ".es", entre el titular del mismo y un tercero, de forma motivada y dentro del más exquisito respeto a las normas de procedimiento establecidas por Red.es.

En **2023 se resolvieron 2 controversias** por parte del Panel de Expertos de AUTOCONTROL.

4. NUESTROS SERVICIOS

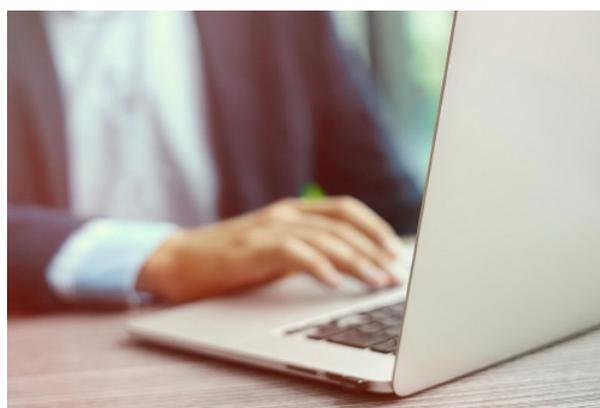
4.3. TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES



SERVICIO DE MEDIACIÓN EN LA PROTECCIÓN DE DATOS EN TELECOMUNICACIONES

El [sistema voluntario de mediación de protección de datos](#) es un servicio puesto en marcha por AUTOCONTROL el **1 de enero de 2018**, y que se ha desarrollado en colaboración con la **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)** tras la firma por parte de ambos organismos del '**Protocolo para la resolución privada de controversias relativas a la protección de datos en el ámbito de la contratación y publicidad en servicios de telecomunicaciones**', en septiembre de 2017. **En 2023 se han recibido más de 71 solicitudes de mediación, alcanzando un índice de acuerdos del 67,6%. Además se han atendido más de 1.100 consultas.**

Se trata de un servicio gratuito que AUTOCONTROL pone a disposición de los consumidores, para resolver reclamaciones relacionadas con la protección de datos personales, y presentadas contra las entidades adheridas al Protocolo (**Grupo MÁSMÓVIL, Orange, Telefónica y Vodafone**). Los posibles motivos de las reclamaciones que se atenderán a través de este servicio incluyen, entre otros: la recepción de publicidad no deseada, la suplantación de identidad, el tratamiento de datos para la recepción de facturas después de haber solicitado la baja del servicio, y la contratación de productos/servicios o la realización de gestiones sin la autorización del usuario.



AUTOCONTROL ofrece una plataforma de resolución rápida de aquellas reclamaciones que los consumidores consideren que no han sido atendidas o debidamente atendidas, y cuyos hechos hayan ocurrido en los 12 meses anteriores a la fecha en la que haya sido presentada la reclamación. **El plazo previsto de resolución es de un mes**, que puede ampliarse a un máximo de tres si las partes así lo acuerdan.

Este sistema funciona de forma independiente a las reclamaciones que los ciudadanos pueden seguir planteando ante la AEPD.

4.4. FORMACIÓN



CURSOS Y SEMINARIOS

AUTOCONTROL lleva más de **25 años organizando cursos y seminarios especializados en materia de regulación y autorregulación de comunicaciones comerciales** en España, habiéndose convertido en una entidad de referencia en este ámbito.

En la actualidad, AUTOCONTROL **ofrece una completa oferta divulgativa y formativa, dirigida tanto a profesionales del derecho o de la publicidad** que necesitan actualizarse y profundizar en sus conocimientos en materia de normativa publicitaria, como a recién graduados que quieren adquirir conocimientos que les permitan orientar su carrera hacia este sector.

Nuestros cursos y seminarios parten de un **enfoque eminentemente práctico, y son impartidos por expertos del mundo académico y profesionales** del ámbito empresarial y de la Administración; junto con profesionales que integran el equipo de AUTOCONTROL.

En el año 2019 se celebró la **primera edición del Curso Superior de Derecho de la Publicidad**, que responde a la creciente demanda por parte de los profesionales del Derecho y del sector publicitario, de una formación jurídica especializada y orientada, al mercado de la publicidad y que hoy en día sigue siendo un éxito.

4. NUESTROS SERVICIOS

4.5. OTROS

CONFIANZA ONLINE Y SELLO

Confianza Online es una **Asociación creada al amparo de la autorregulación de la industria del comercio electrónico y publicidad interactiva** en el año 2003, con AUTOCONTROL y Adigital como socios fundadores. Su objetivo principal es el **aumento de la confianza del usuario de Internet**, para lo cual se creó la herramienta del Sello de Confianza Online.

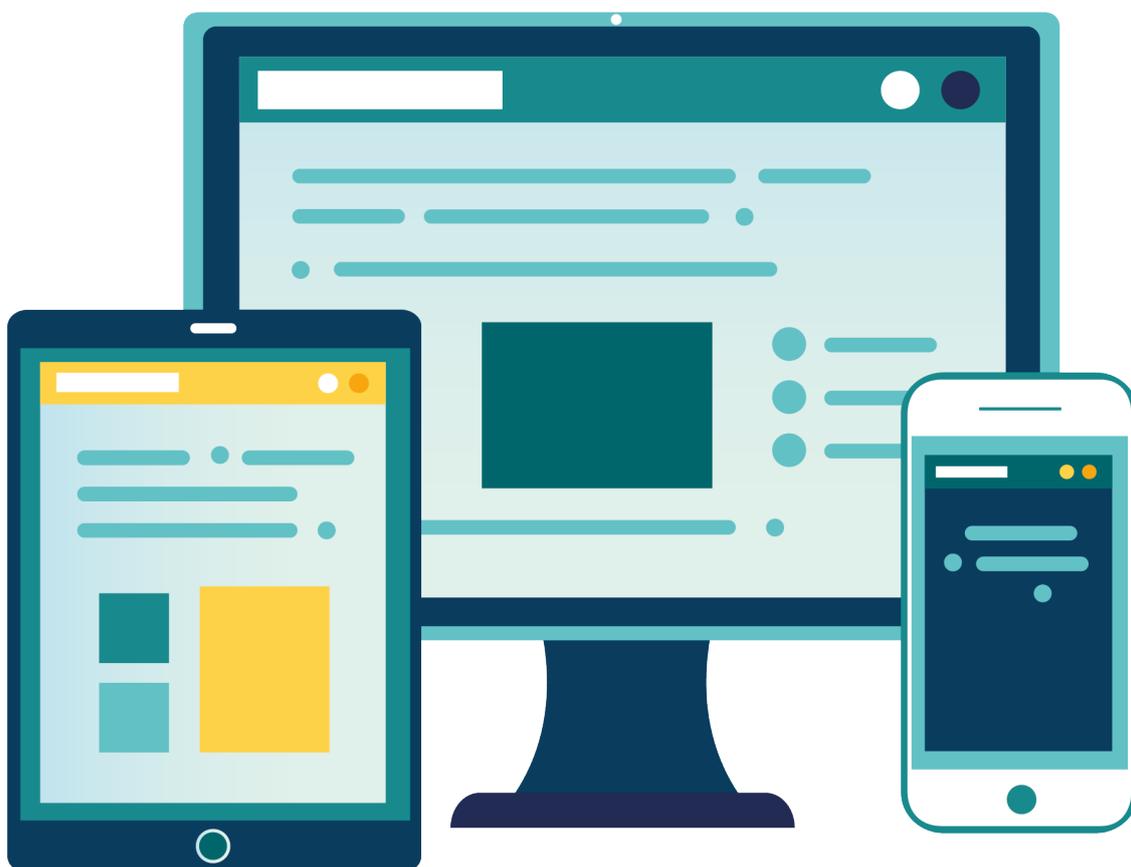
El **Sello** permite a los usuarios distinguir a aquellas empresas que han decidido adquirir voluntariamente unos elevados niveles de compromiso ético y responsabilidad, haciéndolas merecedoras de mayor confianza que las empresas que carecen del distintivo por no formar parte de esta Asociación.

Los objetivos principales de Confianza Online son: aumentar la confianza de los consumidores en el uso de Internet y los nuevos medios digitales;

ofrecer un instrumento a las entidades públicas y privadas, para mostrar el compromiso ético con la sociedad y así recabar la necesaria confianza de los consumidores en los nuevos medios; y proporcionar al consumidor y a las empresas online un instrumento de resolución extrajudicial de controversias rápido, económico y eficaz.

Desde noviembre de 2015, los adheridos a Confianza Online pueden usar el “**E-commerce Europe Trustmark**”.

El 8 de enero de 2019, **Confianza Online**, obtuvo la acreditación como **entidad de resolución alternativa de litigios en materia de comercio electrónico (ADR)**.



4. NUESTROS SERVICIOS

4.5. OTROS



CERTIFICADO RSC

La autorregulación publicitaria es un **elemento más de los programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**. En la medida que se incentiva la ética y la lealtad publicitaria, en beneficio de los consumidores, se contribuye a fomentar la responsabilidad social.

Hoy en día, los índices medidores de Responsabilidad Social en las empresas, valoran aquellas actividades que asuman **compromisos éticos con la actividad comercial, y también con la comunicación y la publicidad**. Son varios los **Informes y Documentos que así lo acreditan**, entre los que se encuentran, por ejemplo, la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de la *Global Reporting*

Iniciative, la cual contiene previsiones específicas en relación con la participación en sistemas de autorregulación publicitaria y con la adhesión a Códigos de conducta en este ámbito. En concreto, en la última versión de esta Guía publicada en noviembre de 2013.

A tal fin, **AUTOCONTROL** **anualmente remite a sus socios un Certificado de RSC que les permite destacar estos compromisos en su Informe anual de RSC o Memoria de sostenibilidad, e incluir los datos relativos a su participación en el sistema de autorregulación publicitaria de AUTOCONTROL**. Algunas de las **empresas más importantes de nuestro país ya lo han integrado**.



BASE DE DATOS DE LAS RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

Es un servicio de documentación en línea que permite acceder a todas las resoluciones dictadas por el Jurado de la Publicidad, desde su origen hasta la actualidad, así como a las mediaciones y los dictámenes públicos.

En dichas resoluciones y dictámenes, se recoge la doctrina del Jurado de la Publicidad en relación con la interpretación del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, de otros Códigos de conducta publicitaria sectoriales aplicados por AUTOCONTROL y,

vía principio de legalidad, de las normas legales que aplican a la publicidad de productos y servicios.

La consulta de esta base de datos es de especial utilidad para profesionales de los departamentos legales y de *compliance* de las empresas, abogados, consultores y profesores de universidad (especialmente, de Derecho y Comunicación). También para todos aquellos profesionales que desarrollan tareas relacionadas con el marketing y la publicidad en empresas anunciantes, agencias y medios.



MONITORING

Nuestro servicio de **monitoring** consiste en el **examen de comunicaciones comerciales de un sector, difundidas en un periodo de tiempo determinado en medios concretos**, para verificar una serie de **indicadores relacionados con el efectivo cumplimiento de la normativa legal o deontológica, aplicable a esa publicidad**.

Se trata de un útil instrumento para verificar el grado de cumplimiento de compromisos deontológicos asumidos por la industria.

En los últimos años, AUTOCONTROL ha realizado diversos ejercicios de *monitoring* europeos y nacionales relativos a la publicidad difundida en medios digitales, en sectores como juguetes, juego *online*, alcohol o alimentos dirigidos a niños.

4. NUESTROS SERVICIOS

4.5. OTROS



PUBLICACIONES

REVISTA DIGITAL AUTOCONTROL

Es una [publicación digital especializada](#), referente en el sector, de periodicidad mensual (salvo el número bimensual de julio y agosto), que se envía por correo electrónico a nuestros socios y suscriptores.

A través de la misma, se **facilita el seguimiento de la tramitación y aprobación de normas legislativas y deontológicas que afectan a la publicidad, jurisprudencia y decisiones administrativas recientes, en esta materia. Se incluyen además las resoluciones adoptadas por el Jurado de la Publicidad y, en general, noticias de interés sobre regulación y autorregulación publicitaria; incluidas las novedades más relevantes sobre la actividad de la Asociación en España y en el mundo, y nuestra oferta formativa.**

De interés para directivos y profesionales de los departamentos de marketing, asesoría jurídica, compliance, etc.; abogados, profesores de Universidad y otros.

BOLETÍN DIGITAL AUTOCONTROL @INFORMA

[Publicación digital](#), de **periodicidad mensual, exclusiva para los socios de AUTOCONTROL**, a través de la cual les ofrecemos, el día 15 de cada mes (excepto en agosto), información actualizada acerca de las novedades regulatorias, jurisprudenciales y administrativas de interés.

Además incluye una sección específica sobre noticias relevantes del sector, incluyendo novedades regulatorias en países de nuestro entorno, retos y amenazas, etc. Se incluyen además secciones específicas sobre la actividad de AUTOCONTROL, novedades de autorregulación, resoluciones del Jurado de la Publicidad, nuevos socios adheridos, noticias relevantes de la industria, etc.



NEWSLETTER AUTOCONTROL

[Publicación digital mensual](#), de **suscripción gratuita**, que permite conocer y hacer un seguimiento de las principales novedades, sobre regulación y autorregulación publicitaria, jurisprudencia y decisiones administrativas en la materia, resoluciones del Jurado de la Publicidad, y otras noticias de interés.



5. COLABORACIÓN CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Desde su creación, en 1995, AUTOCONTROL viene colaborando activamente, en el marco de los **acuerdos y convenios que tiene firmados, con numerosas administraciones nacionales y autonómicas competentes** en el control de la actividad publicitaria. Dichas administraciones, de conformidad con lo previsto en numerosas normas estatales y comunitarias, **reconocen el rol de AUTOCONTROL como organismo de autorregulación publicitaria y la utilidad de sus herramientas de asesoramiento previo y de resolución de reclamaciones, cuya utilización promueven e incentivan, como complemento** y sin menoscabo del ejercicio de sus competencias administrativas. La mayoría de dichos Acuerdos cuentan con Comisiones de Seguimiento paritarias que facilitan la coordinación y cooperación mutua entre las entidades firmantes, siempre sin perjuicio de las competencias y funciones de la correspondiente Administración.

A nivel nacional, AUTOCONTROL tiene suscritos Acuerdos de colaboración con el Ministerio de Sanidad; el Ministerio de Consumo; el Ministerio de economía y transformación digital (Tesoro, DGS, SEDI); la CNMV; la Fiscalía

General del Estado; el Banco de España; la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN); la Secretaría General de Consumo y Juego; la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (SETELECO), la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial (SEDIA), la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD); la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) y Red.es.

Paralelamente, AUTOCONTROL tiene suscritos Acuerdos de colaboración, entre otros, con los siguientes **organismos autonómicos**: la Presidencia de la Generalitat Valenciana, la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad de la Comunidad de Madrid, y la Consejería de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha. Finalmente AUTOCONTROL tiene asimismo suscrito un acuerdo de colaboración con el Ayuntamiento de Madrid.

Actualmente, AUTOCONTROL tiene suscritos 26 convenios y acuerdos, entre los que se encuentran:

1. Convenio con la **Dirección General de Consumo, Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030**. Suscrito en mayo de 2024. (Nuevo Convenio que sustituye a los sucesivos Convenios que se han ido firmando con la autoridad en materia de Consumo desde el año 1999).
2. Convenio con la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)**, para el fomento de la corregulación sobre comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual. Suscrito en junio de 2023. (Nuevo Convenio adaptado a la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, y que viene a sustituir a los sucesivos Convenios que se han ido firmando con la autoridad audiovisual desde el año 2003).
3. Convenio con la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)** y la **Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)**, junto con otras asociaciones sectoriales, para la gestión del Código PAOS sobre publicidad de alimentos dirigida a menores. Suscrito en diciembre de 2012. (Nuevo Convenio que viene a sustituir al Convenio inicialmente firmado en junio 2005).
4. Acuerdo con **Red.es** por el que AUTOCONTROL ha sido designado "entidad de resolución extrajudicial de controversias" en la asignación de dominios ".es". Suscrito en febrero de 2006.
5. Convenio con el **Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)**. Suscrito en julio de 2024. (Nuevo Convenio que viene a sustituir a los sucesivos Convenios que se venían firmando desde noviembre 2006).
6. Convenio con el **Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)**. Suscrito en abril de 2023. (Nuevo Convenio que viene a sustituir a los sucesivos Convenios que se venían firmando desde diciembre 2006).
7. Convenio con la **Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid**, en materia de control de la actividad publicitaria (productos farmacéuticos, productos sanitarios, centros, servicios y establecimientos sanitarios, cosméticos, alimentos y bebidas alcohólicas). Suscrito en noviembre de 2022 y prorrogado en noviembre de 2024. (Nuevo Convenio que vino a sustituir a los sucesivos Convenios que se venían firmando desde febrero 2007).
8. Acuerdo de colaboración para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria con la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)**. Suscrito en marzo de 2020 y prorrogado en mayo de 2024. (Nuevo Convenio que vino a sustituir al inicialmente firmado en enero 2008).
9. Convenio con la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)**, la **Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)** y **Televisiones**, para la aplicación del Código PAOS por parte de las televisiones. Suscrito en septiembre de 2009.
10. Protocolo General entre el **Ministerio de Consumo**, la **Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)** y **AUTOCONTROL**, para la autorregulación de la publicidad infantil de Juguetes. Suscrito en abril de 2022. (Nuevo Protocolo que vino a sustituir a los Convenios previamente firmados con la autoridad en materia de consumo desde el año 2010).
11. Convenio con la **Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ)**, para la corregulación en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego. Suscrito en octubre de 2021. (Nuevo Convenio que viene a sustituir al inicialmente firmado en noviembre 2011).

5. COLABORACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN

12. Acuerdo para el establecimiento de un Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego, con la **Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ)**, la **entonces autoridad audiovisual — Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI)—**, y **los operadores de Juego**. Suscrito en junio de 2012.
 13. Convenio de colaboración con **Red.es** en materia de publicidad digital responsable. Suscrito en agosto de 2012.
 14. Acuerdo de colaboración con la **Agencia Catalana de Consumo (ACC)**. Suscrito en noviembre de 2024. (Nuevo Convenio que viene a sustituir a los Convenios que se venían firmando desde octubre de 2014).
 15. Convenio de colaboración entre el **Ministerio de Sanidad; AUTOCONTROL y la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp)**, sobre la publicidad de medicamentos de uso humano dirigida al público. Suscrito en marzo de 2021 y prorrogado en noviembre de 2024. (Nuevo Convenio que vino a sustituir al inicialmente firmado en octubre de 2014).
 16. Convenio de Colaboración con la **Consejería de Economía, Hacienda y Empleo de la Comunidad de Madrid (Consumo)**, en materia de actividad publicitaria. Suscrito en septiembre de 2022. (Nuevo Convenio que vino a sustituir a los Convenios que se venían firmando desde septiembre 2015).
 17. Convenio de Colaboración con la **Consejería de Sanidad (Consumo) de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha** en materia de actividad publicitaria. Suscrito en diciembre de 2023. (Nuevo Convenio que viene a sustituir a los Convenios que se venían firmando desde enero 2016).
 18. Convenio con el **Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana**, en materia de control de la actividad publicitaria audiovisual. Suscrito en septiembre de 2022. (Nuevo Convenio que viene a sustituir al inicialmente firmado en noviembre 2016).
 19. Protocolo General de Actuación firmado con la **Agencia Española de Protección de Datos**, impulsando el “Protocolo para la resolución extrajudicial de reclamaciones relativas a la protección de datos en el ámbito de contratación y publicidad de servicios de comunicaciones electrónicas”, suscrito entre AUTOCONTROL y los principales operadores de telecomunicaciones en septiembre de 2017.
 20. Convenio de colaboración con el **Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, del Ayuntamiento de Madrid**, en materia de actividad publicitaria. Suscrito en septiembre de 2021. (Nuevo Convenio que viene a sustituir al inicialmente firmado en septiembre 2017).
 21. Convenio de colaboración con la **Consejería de Salud (DG Consumo), de la Junta de Andalucía**, en materia de control de la actividad publicitaria (abarca asimismo publicidad de centros, establecimientos y servicios sanitarios). Suscrito en diciembre de 2018 y prorrogado en diciembre de 2022. (Nuevo Convenio que vino a sustituir al inicialmente firmado en octubre 2017).
 22. Convenio con el **Kontsumobide (Instituto Vasco de Consumo)**, en materia de control de la actividad publicitaria. Suscrito en febrero de 2018 y prorrogado en junio de 2020 y en septiembre de 2024.
 23. Protocolo General entre la **Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (SETELECO)**, la **Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial (SEDIA)**, el **Ministerio de Consumo, AUTOCONTROL y la Asociación Española de Anunciantes (aea)**, para el fomento de la autorregulación sobre comunicaciones comerciales en medios digitales. Suscrito en octubre de 2020 y prorrogado en agosto 2024.
 24. Convenio de Colaboración con la **Consejería de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha** en materia de actividad publicitaria (alimentos y bebidas, alcohol, tabaco, medicamentos, productos sanitarios, cosméticos, centros sanitarios...). Suscrito en diciembre de 2020 y prorrogado en noviembre de 2024.
 25. **Protocolo General de Colaboración de Lucha contra el Fraude Financiero**, firmado en el marco del Plan de Acción contra el Fraude Financiero (PAFF) entre el Ministerio de Economía y Transformación Digital (Tesoro, DGS, SEDI), la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el Banco de España, la Secretaría de Estado de Seguridad, la Fiscalía General del Estado, y las entidades que se pueden consultar [aquí](#), entre ellas AUTOCONTROL. Suscrito en abril de 2022.
 26. Convenio con el **Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya**, en materia de actividad publicitaria (medicamentos, productos sanitarios, cosméticos y productos con pretendida finalidad sanitaria). Suscrito en diciembre de 2022.
- Reconocimiento por el **Banco de España (BDE)** de AUTOCONTROL como organismo de autorregulación publicitaria a los efectos de la Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios.
 - Aprobación por la **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)** del Código de conducta de tratamiento de datos en la actividad publicitaria de AUTOCONTROL, que establece el sistema de resolución de reclamaciones en este ámbito, y acreditación de su Jurado como organismo de supervisión del citado Código.
 - Aprobación por la **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)** del Código de Conducta para la Resolución de controversias de Protección de Datos en el Sector de las Comunicaciones Electrónicas, promovido por Orange Espagne, S.A.U., Orange España Virtual, S.L., Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A.U., Vodafone España, S.A.U., Vodafone ONO, S.A.U., Xfera Móviles, S.A.U., Euskaltel, S.A.U., R Cable y Telecable Telecomunicaciones, S.A.U. y Pepemobile, S.L.; y aplicado por AUTOCONTROL.

PACTO DIGITAL:

Además, AUTOCONTROL está adherida desde su lanzamiento en enero de 2021 al Pacto Digital para la protección de las personas impulsado por la Agencia Española de Protección de Datos.



AUTOCONTROL es uno de los 19 firmantes del Plan de Acción contra el Fraude Financiero.

Sigue estas recomendaciones de la @CNMV y protégete. #StopFraudeFinanciero

Listado de entidades advertidas »

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.1. CÓDIGOS DE CONDUCTA SECTORIALES



Desde su creación, AUTOCONTROL ha cooperado con otras asociaciones y organizaciones de la industria, en la elaboración de Códigos de Conducta sectoriales que fortalezcan la autodisciplina publicitaria en diversos sectores empresariales.

Asimismo, AUTOCONTROL se ha convertido en el organismo de referencia para la aplicación y control de esos códigos sectoriales.

Actualmente, además de su [Código de Conducta Publicitaria](#), AUTOCONTROL aplica 21 códigos sectoriales, fruto de los convenios de autorregulación que tiene firmados con diferentes instituciones sectoriales:



Confianza Online

[Código Ético de Confianza Online](#) (Adigital y AUTOCONTROL). (2002). Modificado en 2023.



Promoción de Medicamentos de Prescripción

[Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica](#) (Farmaindustria). (2002). Modificado en 2021.



Publicidad de Cerveza

[Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España](#) (Cerveceros de España). (2003). Modificado en 2009.



Publicidad de Bebidas Espirituosas

[Código de Autorregulación Publicitaria de Espirituosos España](#) (Espirituosos de España). (2003). Modificado en 2023.



Publicidad de Juguetes

[Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes](#) (Asociación Española de Fabricantes de Juguetes). (2003). Modificado en 2022.



Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a Niños. Código PAOS

[Código de Corregulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud](#) con la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) – Ministerio Sanidad, Política Social e Igualdad. (2005). Modificado en 2012.



Publicidad de Videojuegos

[Directrices sobre las Buenas Prácticas en la Publicidad de Productos de Software Interactivo](#) de la antigua Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), actual Asociación Española de Videojuegos (AEVI). (2005). Modificado en 2018.



Publicidad de Tecnología Sanitaria

[Código Ético del Sector de Tecnología Sanitaria](#) de la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (Fenin). (2006). Modificado en 2022.

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.1. CÓDIGOS DE CONDUCTA SECTORIALES (continuación)



Publicidad de Productos de Nutrición Enteral

Código Ético de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Productos de Nutrición Enteral (AENE). [2006]. Modificado en 2020.



Publicidad de Medicamentos Dirigida al Público

Código de Normas Deontológicas para la comercialización, promoción y publicidad de medicamentos de autocuidado de la salud (medicamentos no sujetos a prescripción y no financiados por el sistema nacional de salud) de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (Anefp). [2007]. Modificado en 2020.



Publicidad de las Actividades del Juego

Código Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego. Convenio con la DGOJ y SETSI. [2012]. Modificado en 2019.



Publicidad de los Productos Dietéticos Infantiles

Código Deontológico de Buenas Prácticas Comerciales para la Promoción de los Productos Dietéticos Infantiles (ANDI). [2012]. Modificado en 2014.



Publicidad de Perfumes y Cosméticos

Código de Autorregulación para una comunicación responsable en el Sector de Perfumería y Cosmética (STANPA). [2015].



Publicidad en Cine

Código Ético de Publicidad en Cine de las principales agencias exclusivas de publicidad cinematográfica (Movierecord, Discine y 014 IN). [2016].



Publicidad de Aguas de Bebidas Envasadas

Código Deontológico de Buenas Prácticas del sector de aguas de bebida envasadas en materia de etiquetado y publicidad (ANEABE). [2016].



Código de Publicidad de la Asociación Española de Medicamentos Genéricos

Código de Conducta sobre las Interacciones con la Comunidad Sanitaria (AESEG). [2018]. Modificado en 2022.



Publicidad del Vino

Código de Comunicación Comercial del Vino (OIVE). [2018]. Modificado en 2021.



Publicidad de Toallitas húmedas

Código de buenas prácticas de etiquetado de toallitas y papel higiénico húmedo (STANPA). [2019].



Publicidad de influencers

Código de Conducta sobre el uso de influencers en la publicidad de la Asociación Española de Anunciantes (aea) y AUTOCONTROL. En el marco del Protocolo suscrito con el Ministerio de Asuntos Económicos y de Transformación Digital y el Ministerio de Consumo. [2020].



Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria

Código de Conducta para el Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria de AUTOCONTROL [2020]. Modificado en 2023.



Resolución de Controversias de Protección de Datos en el Sector de las Comunicaciones Electrónicas

Código de Conducta para la Resolución de Controversias de Protección de Datos en el Sector de las Comunicaciones Electrónicas [2024].

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.2. AUTORREGULACIÓN DIGITAL

Nuestra asociación lleva a cabo una intensa actividad en relación con la publicidad en medios digitales; publicidad a la que resulta aplicable tanto el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, como otros Códigos deontológicos sectoriales que aplicamos.

El incremento de la inversión publicitaria en medios digitales en los últimos años, ha traído consigo un significativo incremento del uso de los servicios de asesoramiento previo, que AUTOCONTROL ofrece a las empresas del sector. **Así, en el año 2023 se han recibido 19.771 solicitudes voluntarias de Copy Advice® referentes a comunicaciones comerciales electrónicas.** Estas solicitudes se refieren frecuentemente a contenidos publicitarios que van a ser incluidos en páginas web, display, publicidad por correo electrónico y publicidad en redes sociales. Paralelamente, el soporte digital se ha convertido en el medio más reclamado ante el Jurado de la Publicidad.

Conscientes de las características y necesidades específicas del medio digital, AUTOCONTROL ha ido poniendo en marcha, progresivamente, servicios específicos orientados a la publicidad en estos medios. **Desde 2013 viene funcionando el servicio de Cookie Advice®, habiendo atendido el Departamento de Protección de Datos y Regulación Digital más de 1.000 solicitudes de asesoramiento, en relación con el cumplimiento de la normativa sobre cookies.**

Los monitoring sobre publicidad digital, la resolución de reclamaciones sobre publicidad comportamental en el marco de la plataforma [“Your Online Choices”](#), desarrollada por la *European Interactive*

En el año 2023, el 58,80% de las solicitudes voluntarias de Copy Advice® eran referentes a comunicaciones comerciales electrónicas.



Digital Advertising Association (EDAA), o la tramitación de reclamaciones para recuperación de dominios “.es”, son otras de las actividades que AUTOCONTROL ha venido llevando a cabo en relación con la publicidad digital.

Más recientemente, se puso en marcha el servicio de **Web Advice®**, a través del cual se asesora sobre la adecuación deontológica y legal, del conjunto de los contenidos publicitarios incluidos en una página web.

Por último, y con el fin de complementar la citada oferta de servicios especialmente dirigidos a medios digitales, **en enero de 2018** AUTOCONTROL puso en marcha un nuevo servicio denominado **Data Advice®** que cuenta con **diversas herramientas orientadas a asesorar a las empresas en la implementación y cumplimiento de las nuevas normas sobre protección de datos.** En esas mismas fechas, AUTOCONTROL, en colaboración con la **Agencia Española de Protección de Datos** (AEPD), y con la participación de **Grupo MÁSMÓVIL, Telefónica, Orange y Vodafone**, ha lanzado un **nuevo servicio de mediación**, a través del cual se pretende facilitar la resolución de eventuales reclamaciones de usuarios relacionadas con protección de datos, tales como la recepción de publicidad no deseada, la suplantación de identidad o el tratamiento de datos para la recepción de facturas después de haber solicitado la baja del servicio. Esta mediación realizada por AUTOCONTROL como tercero independiente, trata así de aportar una solución ágil y gratuita para los usuarios, sin que tengan que recurrir a un procedimiento administrativo o judicial.

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

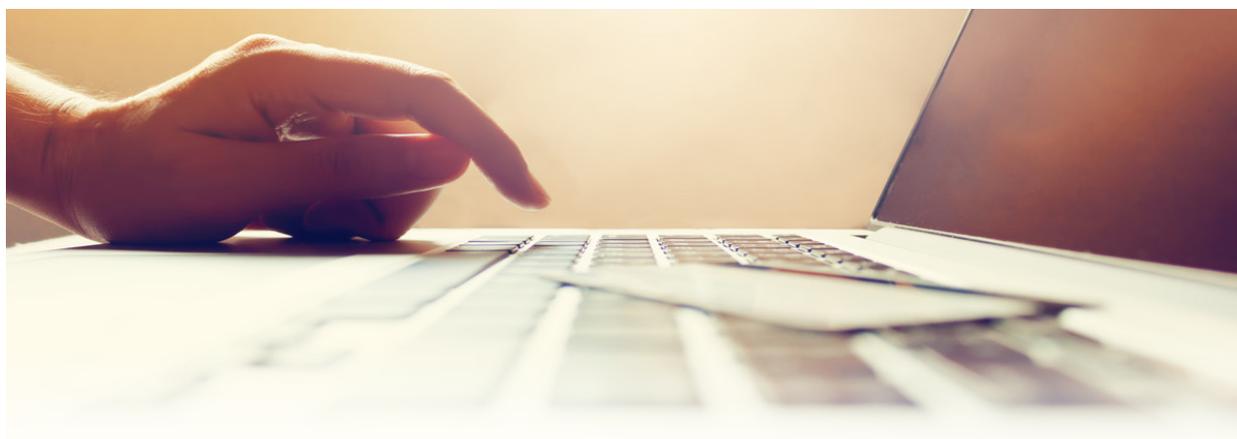
6.2. AUTORREGULACIÓN DIGITAL (continuación)

En otro orden de cosas, AUTOCONTROL sigue participando activamente en diversas acciones en materia de autorregulación publicitaria digital, tanto en España, como a nivel europeo e internacional.

En España, además del Protocolo de actuación firmado en septiembre de 2017, a través del cual se desarrolló el servicio de mediación voluntaria anteriormente citado, AUTOCONTROL tiene firmado otro **Acuerdo de colaboración con la AEPD** y un **Convenio con Red.es** y mantiene contactos regulares con la **Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital (SESIAD)**. Cuando es necesario, AUTOCONTROL coordina de sus acciones con las asociaciones representativas del sector. Fruto de esta colaboración, **en 2013 AUTOCONTROL participó activamente en la elaboración de la primera Guía en Europa sobre el uso de cookies, junto con la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y las asociaciones Adigital, IAB Spain y la AEA.**

En el ámbito comunitario, y desde la Vicepresidencia de la **European Advertising Standards Alliance (EASA)**, AUTOCONTROL participa activamente en todos los proyectos relacionados con la autorregulación en el ámbito de la publicidad digital, llevados a cabo por esta organización. También participa activamente en la Junta Directiva de la **European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA)**, en representación de todos los organismos nacionales de autorregulación publicitaria europeos.

Finalmente, AUTOCONTROL ocupa la Presidencia de **Confianza Online**, la Asociación que creó en 2003 junto con Adigital para aumentar la confianza de los usuarios en los medios digitales. **A través de su Sello, las empresas que lo exhiben pueden mostrar unos elevados niveles de compromiso ético hacia los usuarios. Asimismo, se les proporciona un instrumento de resolución extrajudicial de controversias, rápido, económico y eficaz.**



6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.3. AUTORREGULACIÓN EN TELEVISIÓN

La autorregulación de la publicidad difundida en televisión constituye un área clave para AUTOCONTROL. El sistema de autorregulación en este ámbito se puso en marcha en 2002, con la firma de un **Convenio con los principales operadores de televisión, nacionales y autonómicos**. En virtud de este Convenio se establece un sistema de autorregulación de la publicidad televisiva, gestionado por AUTOCONTROL, en virtud del cual, los operadores adheridos podrán solicitar un informe acerca de la licitud y corrección deontológica de las campañas publicitarias que vayan a difundir, cuando tengan dudas acerca de las mismas.

Este Convenio se complementó con la firma, en 2003, de un Acuerdo de colaboración con la entonces autoridad audiovisual, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI). Este último Acuerdo se ha sustituido por el **Convenio de colaboración para el fomento de la corrección sobre comunicaciones comerciales en televisión**, firmado en 2015 por AUTOCONTROL con la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)**, actual autoridad audiovisual estatal. En virtud de este Convenio, la CNMC reconoce la utilidad de la autorregulación

para la publicidad televisiva como mecanismo complementario de los procedimientos administrativos y judiciales, y establece un marco de cooperación con AUTOCONTROL en este ámbito.

Ambos Convenios establecieron sus respectivas **Comisiones de Seguimiento** con AUTOCONTROL, y se reúnen mensualmente. AUTOCONTROL desempeña el mismo rol que los sistemas de autorregulación francés e inglés, en relación con sus respectivas autoridades audiovisuales, por un lado, y sus operadores nacionales de TV, por otro.

En 2023, y en el contexto de los citados Convenios, la **Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL revisó antes de su emisión, a solicitud de anunciantes, agencias o medios, 8.196 anuncios televisivos**. De los anuncios revisados, el 77,05% obtuvo Copy Advice® positivo, en el 22,67% se recomendó hacer modificaciones y el 0,28% fueron negativos.

Dentro del ámbito de la publicidad televisiva, se realiza un especial esfuerzo en la protección de los menores. En concreto, en 2023 AUTOCONTROL revisó 1.408 anuncios dirigidos al público infantil en TV, lo que representa **alrededor del 90% de la publicidad televisiva dirigida a la infancia**. Esta actividad se lleva a cabo en cooperación con los operadores de TV y con los anunciantes de los sectores de juguetes, videojuegos y alimentación que han asumido, a su vez compromisos de autorregulación en relación con la publicidad que dirigen a este público.

La autorregulación televisiva se complementa, además, con los Acuerdos de colaboración firmados por AUTOCONTROL, en 2006, con el **Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)** y el **Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)**; y con la **Presidencia de la Generalitat de Valencia**, en 2016; en su condición de autoridades autonómicas audiovisuales.

En 2022, y en el contexto de los citados Convenios, la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL revisó antes de su emisión, a solicitud de anunciantes, agencias o medios, 8.196 anuncios televisivos.

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.4. AUTORREGULACIÓN PUBLICIDAD FINANCIERA

En junio de 2010 se publicó la **Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios**, que introdujo importantes novedades en la regulación de la publicidad de estos servicios, por cuanto a través de la misma se suprimió el régimen de control administrativo previo de la publicidad de las operaciones y servicios bancarios en los que se aludiese a su coste o rentabilidad para el público. El Banco de España mantiene sus competencias de control a posteriori.

La Orden incluye en su preámbulo dos párrafos en los que se hace constar, de una parte, el considerable y creciente reconocimiento, por parte de las autoridades comunitarias y por el propio legislador nacional, de los sistemas de autorregulación. Y, de otra parte, se señala la conveniencia de estimular la adhesión voluntaria, por parte de las entidades, a los organismos de autorregulación de la actividad publicitaria que cumpla los requisitos establecidos por la Recomendación 98/257/CE de la Comisión, de 30 de marzo, relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo, en la medida en que ello redundará en la mejora de la calidad publicitaria en el ámbito de los servicios bancarios.

La citada Orden ha sido objeto de desarrollo a través de la **Circular 6/2010, de 28 de septiembre, del Banco de España a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios**. En esta Circular, además de detallarse los requisitos que debe cumplir esta publicidad, se precisa y desarro-



lla el **papel de los organismos de autorregulación en el control de la publicidad bancaria**.

Con fecha de 22 de diciembre de 2010, el **Banco de España (BDE) comunicó el reconocimiento de que AUTOCONTROL acreditaba el cumplimiento de los citados requisitos**.

Así pues, las **entidades de crédito, con su adhesión a AUTOCONTROL** y la solicitud sistemática a su Asesoría Jurídica de consultas previas sobre la licitud y corrección deontológica de los proyectos de campañas publicitarias antes de su difusión, darían **cumplimiento a la obligación de control interno que exige el primer párrafo del artículo 4.3 de la citada Orden**.

Con fecha de 22 de diciembre de 2010, el Banco de España (BDE) comunicó el reconocimiento de que AUTOCONTROL acreditaba el cumplimiento de los citados requisitos.

De este modo, en primer lugar, cuando un requerimiento de cese o rectificación de la publicidad gire sobre un mensaje publicitario que cuente con un informe de consulta previa positivo emitido por AUTOCONTROL, y tal circunstancia sea comunicada al Banco de España, éste oír, antes de dar eficacia al mencionado requerimiento, al órgano de control de AUTOCONTROL por un plazo mínimo de tres días hábiles. Y, en segundo lugar, en caso de actuación administrativa realizada en el marco de un expediente sancionador, se entenderá que la entidad de crédito actuó de buena fe si se hubiese sujetado a dicho informe de consulta previa positivo.

Desde la entrada en vigor de la Orden antes citada y hasta el 1 de enero de 2024, la Asesoría Jurídica de **AUTOCONTROL ha tramitado más de 197.000 Consultas Previas (Copy Advice®)** sobre proyectos de campañas publicitarias de más de un centenar de entidades de crédito adheridas a AUTOCONTROL.

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.5. AUTORREGULACIÓN PUBLICIDAD DE MEDICAMENTOS

En octubre de 2014 el entonces **Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (MSSSI)**, la **Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp)** y **AUTOCONTROL**, firmaron un **convenio de colaboración sobre la publicidad de medicamentos de uso humano dirigida al público, para contribuir a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria de este tipo de medicamentos**, en beneficio de los consumidores, del propio sector y del mercado en general.

Este convenio tiene por objeto establecer los mecanismos más adecuados para la evaluación de los mensajes publicitarios dirigidos al público en general, sobre medicamentos de uso humano, con el fin de garantizar que se realizan con la necesaria veracidad, claridad y objetividad, y que cumplen todas y cada una de las condiciones impuestas por el ordenamiento jurídico en esta materia.

En el marco de este Convenio, ANEFP ofrece un servicio de asesoría previa técnico-sanitaria ("sello ANEFP"). Por su parte, **AUTOCONTROL proporciona su servicio de Consulta Previa voluntario (Copy Advice®)** para la verificación del cumplimiento de la normativa publicitaria **en relación con las campañas relativas a la publicidad de medicamentos sin receta**. Sin menoscabo de sus competencias, la **Dirección general de Cartera Básica de Servicios del Sistema Nacional de Salud y Farmacia** considerará que la empresa actuó de buena fe si, habiendo obtenido un Copy Advice® positivo, se hubiese ajustado al mismo.

Asimismo, AUTOCONTROL tiene encomendada la labor de **resolución**, a través de su Jurado de la Publicidad, y de conformidad con su Reglamento, de



todas las **reclamaciones que se planteen relacionadas con este tipo de publicidad**.

Además, desde **2002 AUTOCONTROL aplica el [Código de Buenas Prácticas de la Industria Publicitaria](#)**, como resultado de nuestro acuerdo con FARMAINDUSTRIA. Este Código fue modificado en 2016.

Asimismo, desde **2007 aplicamos el [Código de Normas Deontológicas para la comercialización, promoción y publicidad de medicamentos de autocuidado de la salud \(medicamentos no sujetos a prescripción y no financiados por el sistema nacional de salud\)](#)**, de la Asociación para el Autocuidado de la Salud.

Finalmente en 2018 se firmó el **[Código de Conducta sobre las Interacciones con la Comunidad Sanitaria](#)**, con la **Asociación Española de Medicamentos Genéricos (AESEG)**.

6. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

6.6. AUTORREGULACIÓN PUBLICIDAD ALIMENTOS DIRIGIDA A NIÑOS

Un ejemplo del buen funcionamiento de la cooperación de la autorregulación con la Administración, lo encontramos en el ámbito de la **publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores**.

En 2005 el entonces **Ministerio de Sanidad** firmó con la **Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)** y AUTOCONTROL, un Acuerdo sobre la **autorregulación de la publicidad de alimentos y bebidas, dirigida a menores**. El principal objetivo de este Acuerdo era la puesta en marcha del **Código de Corregulación de la Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud (Código PAOS de FIAB)**, cuyo control de cumplimiento se encomendaba a AUTOCONTROL.

El Código PAOS de FIAB, es uno de los ejes principales de la estrategia NAOS liderada por la **Agencia Española de Consumo y Seguridad Alimentaria (AESAN)**, en materia de publicidad de alimentos. Se trata de un Código pionero en Europa, cuyo objetivo es establecer un conjunto de reglas que guíen a las compañías adheridas, en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios dirigidos a menores.

En el año 2011, la Estrategia NAOS fue consolidada e impulsada por la Ley 17/2011, de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Para dar cumplimiento a las previsiones de esta Ley, en diciembre de 2012, se aprobó el nuevo **(Código PAOS)**, mediante el **Acuerdo de Corregulación** firmado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), FIAB, AUTOCONTROL, **ANGED, ASEDAS,**



ACES, FEHR y FEHRCAREM (actual Marcas de Restauración).

El Código PAOS aprobado en 2012, amplía el compromiso del sector, añadiendo un conjunto de reglas para guiar a las compañías adheridas al Código, en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios de alimentos y bebidas dirigidos a usuarios de internet menores de 15 años. Este nuevo Código PAOS establecía igualmente un sistema de monitorización de la publicidad difundida en internet. AUTOCONTROL fue designado como responsable de llevar a cabo esta monitorización, que se ha venido realizando desde entonces (se han realizado ejercicios de Monitoring, para los ejercicios desde 2013 hasta 2022, ambos inclusive).

En el marco de este Convenio, y desde su entrada en vigor, la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL ha resuelto más de **9.000 consultas previas** (Copy Advice®) sobre proyectos de anuncios de alimentos y bebidas dirigidos a niños, antes de su emisión, por parte de empresas adheridas a PAOS; de ellas, **547 en 2023**. En el apartado de reclamaciones, desde la entrada en vigor del Código PAOS, se han resuelto un total de 34 casos, en 2023 no hubo ningún caso.

Por lo demás, el Código PAOS cuenta con una **Comisión de Seguimiento**, presidida por la AESAN y de la que forman parte, además de todos los firmantes del Acuerdo de 2012, la autoridad audiovisual (en este momento la CNMC), el Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación; el Consejo de Consumidores y Usuarios, y la aea. AUTOCONTROL ejerce las funciones de Secretaría en esta Comisión.

Se trató de un Código pionero en Europa, cuyo objetivo es establecer un conjunto de reglas que guíen a las compañías adheridas en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios dirigidos a menores.

ANEXO I

JUNTA DIRECTIVA

Constituida el **30 de Mayo de 2024**, tras la reunión de Asamblea General celebrada en dicha fecha.

PRESIDENTA



Xavi Pons Pes
Director General
IDILIA FOODS, S.L. (Cola Cao / Nocilla)

VICEPRESIDENTES



Javier López Zafra
Secretario General
L'OREAL ESPAÑA, S.A.



José Miguel García-Gasco Martínez
Director General
ATRES ADVERTISING S.L.U.



Rafael Urbano Lama
CEO Carat
DENTSU SPAIN, S.L.U.



Reyes Justribó Ferrer
Directora General
IAB SPAIN

TESORERO



Mauricio García de Quevedo Ruiz
Director General
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS
DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)

VOCALES



María López Fernández
Directora General Iberia
ANTONIO PUIG, S.A.



Claudia Ten Hoevel
External Affairs Manager
BACARDI ESPAÑA, S.A.U.



Javier Mas Sapena
Director de Marketing
CAIXABANK, S.A.



Beatriz Osuna María
Head of Public Affairs
COMPAÑÍA DE SERVICIOS DE BEBIDAS
REFRESCANTES, S.L. (Coca-Cola)



Elena Cabrero Sánchez
Directora de Marketing y Marca
COMPAÑÍA ESPAÑOLA PETRÓLEOS,
S.A. (CEPSA)



Javier Coromina Gimferrer
Director de Servicios de Marketing
CUÉTARA, S.L.U.



Francesc Casajuana Cuscó
General Counsel Iberia Director
DANONE, S.A.



José Antonio Bonache Aparisi
Director de Asuntos Corporativos
DEOLEO, S.A.



Henar López Senovilla
Directora de Comunicación, RSC y
Asuntos Públicos
GRUPO LACTALIS IBERIA



Natalia González-Valdes Contreras
Directora de Asuntos Corporativos y
Sostenibilidad
MAHOU-SAN MIGUEL



Alberto Vega Pascual
Director de Relaciones Institucionales
NESTLÉ ESPAÑA, S.A.



Ruth Chocarro Melgosa
Relaciones Institucionales
PERNORD RICARD ESPAÑA, S.A.

7. ANEXO I

JUNTA DIRECTIVA

Constituida el **28 de Marzo de 2023**, tras la reunión de Asamblea General celebrada en dicha fecha.

VOCALES



Sarah Chemouli
Senior Director Brand Operation
PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.U.



Natalia Villoria Martínez
Directora de Publicidad, Patrocinio y
Relaciones Públicas
REPSOL, S.A.



Antonio Bengoa Crespo
Director de Relaciones Institucionales
TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.



Patricia Fresneda Martínez
Directora de Marca
VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.



Joan Jordi Vallverdú Solanas
CEO
OMNICOM MEDIA GROUP, S.L.



Santiago de Mollinedo González
CEO
PERSONALITY MEDIA, S.L.



José María Rull Bertrán
Presidente y CEO
DDB TANDMEM S.A.



Luis de Val Mínguez
CEO
YOUPLANET, S.L.



Carlos Valiente Palazón
Director General
014 MEDIA (014 IN, S.L.)



Antonio Jesús López Velasco
Jefe Departamento Comercial
CANAL SUR



Gema Nuñez Ventura
Responsable de Relaciones con
Industria Publicitaria
GOOGLE SPAIN, S.L.



Alfonso Oriol Fabra
Administrador Mancomunado
MOVIEDIS MEDIA CINE, S.L.



Casimiro Romero Barrero
Head of Media Sales & Partners
THE WALT DISNEY COMPANY



Silvia Bajo Gálvez
Directora General
SPANISH AGENCY OF ADVERTISERS
(aea)



Maite Francés Barceló
Directora de Marketing
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
FABRICANTES DE JUGUETES (AEFJ)



Jacobo Olalla Marañón
Director General
CERVECEROS DE ESPAÑA



Ana Bosch Jiménez
Directora del Departamento Jurídico
FARMAINDUSTRIA



Elia Méndez Bravo
Directora General
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA
COMUNICACIÓN (LA FEDE)

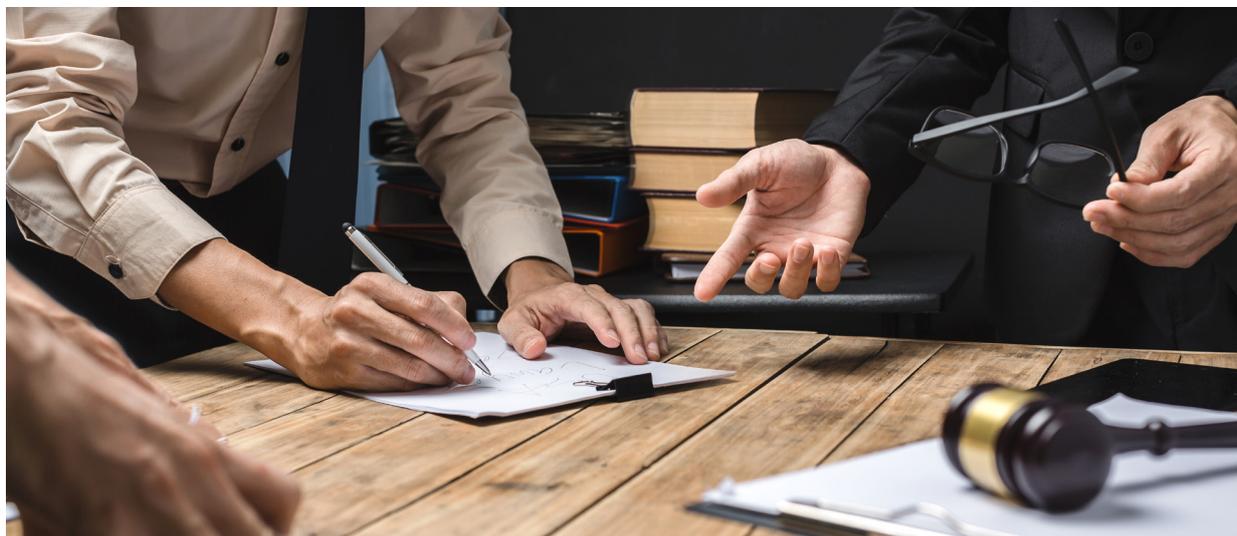
SECRETARIO



José Domingo Gómez Castallo
Director General
AUTOCONTROL

8. ANEXO II

JURADO DE LA PUBLICIDAD Tras Junta Directiva del 28 de noviembre de 2024.



PRESIDENTE



José Ramón Ferrándiz Gabriel

Exmagistrado Sala Civil del Tribunal Supremo.

SECCIÓN PRIMERA

PRESIDENTE



Julio Costas Comesaña

Catedrático de Derecho Mercantil en la Universidad de Vigo.
Exvocal Tribunal de Defensa de la Competencia.

VOCALES



Marta Fontcuberta

Exdirectora de Comunicación y Publicidad de Coca Cola (España y México).
Actual Coach.



Pedro Vallejo Vallejo

Exdirector Comercial RTVE.
Exmiembro de la Comisión de Asuntos Disciplinarios de AUTOCONTROL.



Bibiana Medialdea García *

Exsecretaria General de Consumo y Juego.

SUPLENTES

Milagros Benito Tapia

Alberto Velasco

David Torrejón Lechón

8. ANEXO II

JURADO DE LA PUBLICIDAD Tras Junta Directiva del 28 de noviembre de 2024.

SECCIÓN SEGUNDA

PRESIDENTE



María Teresa de Gispert Pastor

Catedrática de Derecho Mercantil en la Universidad de Barcelona.
Vocal Permanente de la Comisión General de Codificación del Ministerio de Justicia.

VOCALES



Carmen Marco Álvarez

Exdirectora General de RBA.
Exsubdirectora General de Marketing Corporativo y Publicidad de Telefónica.
Exmiembro de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.
Escritora de novelas.



Juana Farfán Montero

Doctora en Comunicación y profesora del área de Publicidad y Comunicación Audiovisual de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.



María Jesús Serra Varela*

Jefa de Área de Cooperación para la Protección al Consumidor.

SUPLENTES

Nelson Castro Gil *

Bibiana Medialdea García *

Mercedes del Hoyo Hurtado *

SECCIÓN TERCERA

PRESIDENTA



Pilar Martín Aresti

Catedrática de Derecho Mercantil de la Universidad de Salamanca.

VOCALES



Nelson Castro Gil *

Exdirector General de Consumo.
Presidente Comisión de Seguimiento del Código de Jugueteros.



Carlos Rubio de Miguel

Exmiembro de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.
Exdirector General de AECEP.



David Torrejón Lechón

Exdirector General de la AEA.
Exdirector General de LA FEDE.
Exmiembro de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.

SUPLENTES

Esther Martínez

Manuel López Cachero

Carmen Marco Álvarez

8. ANEXO II

JURADO DE LA PUBLICIDAD Tras Junta Directiva del 28 de noviembre de 2024.

SECCIÓN CUARTA



PRESIDENTE

Jesús Rubí Navarrete *

Exdirector Adjunto de la Agencia Española de Protección de Datos.
Exvocal del Tribunal de Defensa de la Competencia.

VOCALES



Eulalia Adelantado

Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Politécnica de Valencia.



Esther Martínez Pastor

Catedrática de Publicidad y RRPP en la Universidad Rey Juan Carlos.



Juan Pablo Álvarez Nespereira

Exmiembro de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.
Exdirector de Marketing Grupo PRISA.

SUPLENTES

Carlos Rubio

Juan Ramón Plana Pujol

María Jesús Serra *

SECCIÓN QUINTA



PRESIDENTE

José Luis Piñar Mañas *

Catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad CEU-San Pablo de Madrid.
Exdirector de la Agencia Española de Protección de Datos.

VOCALES



Milagros Benito Tapia

Exdirectora de planificación de McCann.



Manuel López Cachero

Catedrático de Estadística Actuarial. Exrector Universidad Alfonso X el Sabio.
Exdecano Facultad Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE y U. Complutense).
Expresidente AENOR.



Juan Ramón Plana Pujol

Exdirector General de la aea.
Exvicepresidente de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.
Exmiembro de la Comisión de Asuntos Disciplinarios de AUTOCONTROL.

SUPLENTES

Eulalia Adelantado

Juan Pablo Álvarez Nespereira

Charo González Escudero

8. ANEXO II

JURADO DE LA PUBLICIDAD Tras Junta Directiva del 28 de noviembre de 2024.

SECCIÓN SEXTA

PRESIDENTE



Luis Antonio Velasco San Pedro

Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Valladolid.

VOCALES



Mercedes del Hoyo Hurtado *

Vicerrectora de Periodismo de la Universidad Rey Juan.



Charo González Escudero

Exdirectora de Medios e Investigación de Telefónica.
Voluntaria de Cruz Roja.



Alberto Velasco

Exmiembro de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.
Exdirector Relaciones Institucionales MAHOU SAN MIGUEL.

SUPLENTES

Marta Fontcuberta

Pedro Vallejo Vallejo

Juana Farfán Montero

SECCIÓN SÉPTIMA

La Sección Séptima del Jurado de la Publicidad estará compuesto por un miembro de las siguientes categorías:

JURISTAS INDEPENDIENTES:



Julio Costas Comesaña

Catedrático de Derecho Mercantil en la Universidad de Vigo.
Exvocal Tribunal de Defensa de la Competencia.



José Luis Piñar Mañas *

Catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad CEU-San Pablo de Madrid.
Exdirector de la Agencia Española de Protección de Datos.



María Teresa de Gispert Pastor

Catedrática de Derecho Mercantil en la Universidad de Barcelona.
Vocal Permanente de la Comisión General de Codificación del Ministerio de Justicia.

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES:



Alejandro Perales Albert

Presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).



Mª Esperanza Rodríguez Carro

Responsable del Departamento Jurídico de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).

8. ANEXO II

JURADO DE LA PUBLICIDAD Tras Junta Directiva del 28 de noviembre de 2024.



Gustavo Samayoa Estrada

Presidente de la Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI).

EXPERTOS SECTOR PUBLICITARIO:



Pedro Vallejo Vallejo

Exdirector Comercial RTVE.
Exmiembro de la Comisión de Asuntos Disciplinarios de AUTOCONTROL.



Juana Farfán Montero

Doctora en Comunicación y profesora del área de Publicidad y Comunicación Audiovisual de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.



Juan Ramón Plana Pujol

Exdirector General de la AEA.
Exvicepresidente de la Junta Directiva de AUTOCONTROL.
Exmiembro de la Comisión de Asuntos Disciplinarios de AUTOCONTROL.

SECRETARIO



Anxo Tato Plaza

Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Vigo.

* Nombrados en virtud del Convenio suscrito por AUTOCONTROL con el Instituto Nacional de Consumo (ahora Dirección General de Consumo) 13 de enero de 1999.



9. ANEXO III

LISTADO DE ADHERIDOS Actualizado a 31 de diciembre de 2024



ANUNCIANTES

4FINANCE SPAIN FINANCIAL SERVICES, SAU (VIVUS)
888 ESPAÑA ONLINE GAMES, S.A.
8PE ESPAÑA PLC
AB AZUCARERA IBERIA, SLU
ABANCA CORPORACION BANCARIA, S.A. (ABANCA)
ABANCA SERVICIOS FINANCIEROS, EFC, S.A.
ABBOTT LABORATORIES, S.A.
ABOCA ESPAÑA, S.A.U.
AC MARCA HOME CARE, S.A.
ACTA FARMA, S.L.
AESTES DENTAL, S.L.
AFFINITY PETCARE, S.A.
AGUAS DANONE, S.A.
AGUAS DE SOLAN DE CABRAS, S.A.
ALCON HEALTHCARE, S.A.
ALDI SUPERMERCADOS, S.L.
ALFASIGMA ESPAÑA, SL
ALIMENTACION Y FARMACIA, S.A.
ALL HEALTHY GROUP, LDA
ALLIANZ , COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.
ALMIRALL, S.A.
AMPLIFON IBERICA, S.A.U
AMV HISPANIA CORREDURÍA DE SEGUROS S.L.U.
ANETO NATURAL, SLU
ANGELINI FARMACEUTICA, S.A.
ANTONIO PUIG, S.A.
APOTHEKE LABORATORIOS, S.L.
ARCO PRIVATE PROJECTS, S.L.
ARISTO PHARMA IBERIA SL
ARKOPHARMA LABORATORIOS, S.A.U.
ARQUIA BANK, S.A.
ASAC COMPAÑIA BIOTECNOLOGIA E INVESTITIACION, S.A.
ASESORES Y GESTORES FINANCIEROS, S.A.
ASISA - ASISTENCIA SANITARIA INTERPROVINCIAL
ASISA CARE SERVICIOS Y DISTRIBUCIÓN, S.L.
ASISA DENTAL S.A.U.
ASTELLAS PHARMA, S.A.
ATTIJARIWAFI BANK EUROPE S.E.
AXA SEGUROS GENERALES, S.A.
BACARDI ESPAÑA, S.A.
BANCA MARCH
BANCA POPOLARE ETICA SUCURSAL EN ESPAÑA
BANCA PUEYO
BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A. (BBVA)
BANCO CETELEM, S.A. SOCIEDAD UNIPERSONAL
BANCO COOPERATIVO ESPAÑOL, S.A.
BANCO DE CREDITO SOCIAL COOPERATIVO, S.A.
BANCO DE DEPOSITOS, S.A.
BANCO DE INVERSIÓN GLOBAL, S.A., SUCURSAL
ESPAÑA
BANCO DE SABADELL, S.A.
BANCO FINANTIA, S.A. SUCURSAL EN ESPAÑA
BANCO MEDIOLANUM S.A.
BANCO PICHINCHA ESPAÑA, S.A.
BANCO SANTANDER, S.A.
BANDAI ESPAÑA, S.A.
BANKINTER CONSUMER FINANCE, E.F.C., S.A.
BANKINTER, S.A.
BANQUE CHAABI DU MAROC SUCURSAL EN ESPAÑA
BARDINET, S.A.
BAYER HISPANIA, S.L.
BEAM SUNTORY ESPAÑA BEVERAGES, S.L.U.
BEIERSDORF, S.A.(BDF NIVEA)
BETFAIR INTERNATIONAL SPAIN
BETWAY LIMITED GUERNSEY BRANCH
BFF BANK SPA, SUCURSAL EN ESPAÑA
BIMBO DONUTS IBERIA, SAU
BINNEY&SMITH (EUROPE) LTD
BITCOINFORME, S.L.
BIZAK, S.A.
BLOX B.V.
BMW BANK GMBH, SUCURSAL EN ESPAÑA
BNP PARIBAS S.A. SUCURSAL EN ESPAÑA
BODEGAS FUNDADOR, S.L.U.
BODEGAS MARQUES DE VIZHOJA
BOIRON SIH, S.A.
BOLTON CILE ESPAÑA, S.A.
BP ENERGÍA ESPAÑA, S.A.U
BROWN FORMAN SPAIN, S.L.
BSH ELECTRODOMESTICOS ESPAÑA, S.A.
BURGER KING ESPAÑA, S.A.
CA AUTO BANK, SpA Sucursal en España.
CAIXA DE CREDIT DELS ENGINYERS- CAJA DE
CRÉDITO DE LOS INGENIEROS, S.C.C.

CAIXA RURAL DE CALLOSA D'EN SARRIA
CAIXA RURAL GALEGA, S.C.C.
CAIXA RURAL SANT JOSEP DE VILAVELLA
CAIXA RURAL SANT VICENT FERRER DE LA VALL
D'UIXO
CAIXA RURAL TORRENT
CAIXABANK PAYMENTS & CONSUMER, E.F.C., E.P., S.A.U.
CAIXABANK, S.A.
CAJA ALMENDRALEJO
CAJA DE AHORROS DE ONTINYENT
CAJA DE CREDITO DE PETREL
CAJA RUAL DE VILLAR
CAJA RURAL ALTEA
CAJA RURAL CATOLICO AGRARIA
CAJA RURAL CENTRAL S.C.C.
CAJA RURAL D'ALGEMESI, S.C.C.
CAJA RURAL DE CHESTE
CAJA RURAL DE ALBACETE, CIUDAD REAL Y CUENCA,
SCC (GLOBALCAJA)
CAJA RURAL DE ALGINET
CAJA RURAL DE ARAGON, S.C.C.
CAJA RURAL DE ASTURIAS, S.C.C.
CAJA RURAL DE BURGOS, FUENTEPelayo, SEGOVIA Y
CASTELLDANS, SCC (CAJAVIVA CAJA RURAL)
CAJA RURAL DE EXTREMADURA, S.C.C.
CAJA RURAL DE GIJÓN, S.C.C.
CAJA RURAL DE GRANADA, S.C.C.
CAJA RURAL DE JAEN, BARCELONA Y MADRID, S.C.C.
CAJA RURAL DE NAVARRA, S.C.C.
CAJA RURAL DE SALAMANCA, SCC
CAJA RURAL DE SORIA, S.C.C.
CAJA RURAL DE TERUEL, S.C.C.
CAJA RURAL DE ZAMORA, S.C.C.
CAJA RURAL DEL SUR, S.C.C.
CAJA RURAL LA JUNQUERA DE CHILCHES
CAJA RURAL REGIONAL SAN AGUSTÍN, C.COOP
CAJA RURAL SAN ROQUE DE ALMENARA
CAJA RURAL SAN ISIDRO DE VILAFAMES
CAJA RURAL SAN JAIME DE ALQUERIAS NIÑO
PERDIDO
CAJA RURAL SAN JOSE DE ALCORA
CAJA RURAL SAN JOSE DE BURRIANA
CAJA RURAL SAN JOSE DE NULES
CAJA RURAL TURIS
CAJA SIETE, CAJA RURAL, S.C.C.
CAJAMAR CAJA RURAL
CAJASUR BANCO, S.A.U.
CALIBRE SCIENTIFIC SPAIN
CALIDAD PASCUAL, SAU
CALVO DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA, S.L.U.
CAMPARI ESPAÑA, S.L.
CAMPOFRÍO FOOD GROUP, S.A.
CARNES Y VEGETALES, S.L.
CASINO BARCELONA INTERACTIVO,S.A
CASTELAO PICTURES, S.L. (FILMAX)
CASTILLO CASINO DE PERELADA, S.L.U.
CASUAL BEER AND FOOD, S.A.
CAUDALIE SPAIN S.L.
CBNK BANCO DE COLECTIVOS, S.A.
CEFATOYS, S.A.
CENCOSU, S.L.
CENTRO DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN EL
DEPORTE Y LA SALUD MALAGA 2015 S.L.
CENTRO DE IMAGEN DIAGNOSTICA RESONA S.A.U.
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.
CERVEZAS ALHAMBRA, S.L.
CEVA SALUD ANIMAL S.A.
CHECK24 CORREDURIA DE SEGUROS, S.L.
CHIC-KLES GUM, S.L.U.
CHIESI ESPAÑA, S.A.
CHUPA CHUPS, S.A.U.(SMINT, MENTOS, HAPPYDENT,
GOLIA)
CLÍNICA BAVIERA, S.A.
CLINICA SAN ROQUE, S.A.
CLUB INTERNACIONAL DEL LIBRO, MARKETING
DIRECTO, S.L.
CODERE ONLINE, SAU
CODORNIU, S.A.
COFIDIS, S.A.SUCURSAL EN ESPAÑA
COLEGIO PROFESIONAL DE FISIOTERAPEUTAS DE LA
COMUNIDAD DE MADRID
COLGATE-PALMOLIVE ESPAÑA, S.A.
COLORFUL TASTE DISTRIBUTORS, S.L.
COMAR INVERSIONES, S.A.

COMERCIA GLOBAL PAYMENTS ENTIDAD DE PAGO, S.L.
COMERCIAL GALLO, S.A.
COMPAÑIA CERVECERA DE CANARIAS, S.A.
COMPAÑIA DE SERVICIOS DE BEBIDAS
REFRESCANTES, S.L.(COCA-COLA)
COMPAÑIA ESPAÑOLA PETRÓLEOS, S.A.U (CEPSA)
CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACION DE
ORIGEN DE SOMONTANO
COOPERATIVA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES
(COVAP)
CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA,
S.A.(CAPSA - CENTRAL LECHERA ASTURIANA)
CREDI DINER, S.L.U.
CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE SPAIN, EFC,
S.A.U.
CRESCENTA INVESTMENTS SGIIC, S.A.
CRUVERSAN SOLUCIONES, S.L. (IBERCREDIT)
CUENDE INFOMETRICS, S.A.
CUETARA, SLU
DAGU, S.A.
DAMM, S.A. (ESTRELLA DAMM, VOLL DAMM, AGUA
FUENTE LIVIANA, AGUA VERI)
DANONE NUTRICIA SRL
DANONE, S.A.
DENTAL GOOD DEAL IBERIA, S.L.
DEOLEO GLOBAL, S.A.U.
DEUTSCHE BANK, S.A. ESPAÑOLA
DIAGEO ESPAÑA, S.A.
DIGITAL DISTRIBUTION MANAGEMENT IBERICA, S.A.
DINGONATURA, S.L.
DIOXITAN LABORATORIOS S.L.
DISET, S.A.
DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN,
S.A. (DIA)
DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS DE BEBIDAS Y
ALIMENTOS, S.A.U.
DONTÉ GROUP, S.L.U.
DR. WOLFF SPAIN, S.L.
DRASANVI, S.L.
DRIVEK SOLUTION, S.L.
EBN BANCO DE NEGOCIOS, S.A.
ECAREYOU INNOVATION, S.L.
ECKES GRANINI IBÉRICA, S.A.
EDICIONES SALUD Y AGUA, S.L.
EDITORIAL PLANETA DEAGOSTINI, S.A.
EDITORIAL SALVAT, S.L.
EDUCA BORRAS, SAU
EL CORTE INGLÉS, S.A.
ELABORADOS DIETÉTICOS, S.A.U. (ELADIET)
ELANCO SPAIN, S.L.U
ELECTRAWORKS MALTA PLC
ELECTRONIC ARTS SOFTWARE, S.L.
ENTIDAD PUBLICA EMPRESARIAL RED.ES
EPOCH PARA IMAGINAR, S.L.
ESDOMO TELECOM, S.L.
ESKARIAM ADVISORS, S.L.
ESTEVE PHARMACEUTICALS, S.A.
EURASIA SOLUTIONS PLC
EURO 6000, S.L.
EUROBOX, S.A.
EUSKATEL S.A.
EVO BANCO, S.A.
F.I.M.O, S.R.L.
FÁBRICAS AGRUPADAS DE MUÑECAS DE ONIL
(FAMOSIA)
FACILITEA SELECTPLACE, S.A
FAES FARMA, S.A.
FARMASIERRA LABORATORIOS, S.L.
FCE BANK, PLC, SUCURSAL EN ESPAÑA (FORD
CREDIT)
FDJ NINCO, S.L.U.
FERRER INTERNACIONAL, S.A.
FERRERO IBÉRICA, S.A.
FEU VERT IBERICA, S.A.
FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES SPAIN, S.A.
FINANCIALPAR, S.L.U.
FINANCIERA CARRION, S.A. ESTABLECIMIENTO
FINANCIERO DE CREDITO, EFC
FINANCIERA EL CORTE INGLÉS E.F.C., S.A
FINANCIERA ESPAÑOLA DE CREDITO A DISTANCIA,
EFC, S.A.
FINANCIERE DES PAIEMENTS ELECTRONIQUES SAS,
SUCURSAL EN ESPAÑA
FLAMAGAS, S.A.

9. ANEXO III

LISTADO DE ADHERIDOS Actualizado a 31 de diciembre de 2023

FLATEXDEGIRO BANK DUTCH BRACH	LOS ALCORES DE CARMONA, S.L. (PUERTO DE INDIAS)	SAN MIGUEL FABRICA DE CERVEZA Y MALTA, S.A.
FLORA FOOD SPAIN S.L.U	LP FOODIES, S.A.U.	SANITAS, S.A. DE SEGUROS
FOOD DELIVERY BRANDS, S.A.	LUCKIA GAMING GROUP	SANTA LUCIA COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.
FOOD FOR JOE PET FOOD, S.L.	LUIS CABALLERO COMERCIAL Y DISTRIBUCION, S.A.	SANTANDER CONSUMER FINANCE, S.A.
FORD ESPAÑA S.L.	MAGIC BOX INT. TOYS, S.L.U.	SANTANDER MAPRFRE HIPOTECA INVERSA, E.F.C., S.A.
FROMAGERIES BEL ESPAÑA, S.L.	MAHOU, S.A.	SAZERAC COMPANY INC.
FUNDACION SIGLO PARA LAS ARTES DE CASTILLA Y LEON	MANTEQUERIAS ARIAS, S.A.U.	SCANIA FINANCE HISPANIA EFC, S.A.
FUNSTAGE SPIELEWEBSSEITEN BETRIEBSGES M.B.H.	MARTINEZ NIETO, S.A.	SCANIA HISPANIA, S.A.
FUTORVIT, S.L.	MASMOVIL IBERCOM, S.A.	SCHWEPPE, S.A.
GALLETAS ARTIACH, SAU	MATTEL ESPAÑA, S.A.	SECTOR ALARM SPAIN, SAU
GALLETAS GULLON S.A.	MEDIA SATURN ADMON. ESPAÑA, S.A.U. cambia a	SELECTAVISION, S.L.U.
GALLINA BLANCA, S.A.U.	MEDIA MARKT SATURN, S.A.U.	SENEAS GESTORIA, S.L.U.
GCC CONSUMO EFC, S.A. (Cajamar Consumer)	MEDICAL INNOVATION UNION, S.L.	SERVICIOS FINANCIEROS CARREFOUR, E.F.C., S.A.
GENOMMA LABORATORIOS MEDICOS, S.L	MENARINI CONSUMR HEALTHCARE, SAU	SILBO TELECOMUNICACIONES S.L.
GLOBAL PAYMENTS MONEYTOPAY EDE S.L.	MERCEDES-BENZ ESPAÑA, S.A.	SINERGY MONEY, S.L.
GOLIATH GAMES IBERIA SRLU	MERCEDES-BENZ FINANCIAL SERVICES ESPAÑA E.F.C., S.A.	SINGULAR BANK, S.A.U.
GONZALEZ BYASS, S.A.	MERCK SHARP & DOHME DE ESPAÑA, S.A.	SIXT RENT A CAR, SLU
GRAN CASINO DE BARCELONA, S.L.U.	MGA ENTERTAINMENT BELGIUM	SKECHERS USA IBERIA, SLU
GRANJA SAN FRANCISCO, SLU	MGS, SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SKILL ON NET, S.A.
GREFUSA	MINERVA RESEARCH LABS LTD	SKYSHOWTIME IBERIA, SRL
GRUPO ALIMENTARIO ARGAL, S.A.	MOLTO Y CIA, S.A.	SMILEZIMPRESS, S.L.
GRUPO CACAOLAT, S.L.	MONDELEZ ESPAÑA COMERCIAL, S.L.	SOCIEDAD CONJUNTA PARA LA EMISIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS DE PAGO (IBERIA CARDS)
GRUPO LACTALIS IBERIA, S.A.U. (LAUKI, LACTEL, PRESIDENT, SOCIETE, CHUFI, CHOLECK)	MONDELEZ ESPAÑA SERVICES, S.L.U.	SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA SANTA MARIA DE LA RABIDA
GRUPO OPTICALIA-SUN PLANET, S.L.	MONTY GLOBAL PAYMENTS, S.A.	SOCIEDAD ESTATAL LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO, S.A.
HAIER SMART HOME IBERIA, S.A.	MORPHEUS AIOLOS, S.L. (AFERBANKS)	SOCIOS DEPORTES SERVICES, S.L.
HALEON SPAIN, S.A.	MURCIAPUESTA ONLINE, S.A.	SOLVIA SERVICIOS INMOBILIARIOS, S.L.
HASBRO IBERIA, S.L.	MURPROTEC ESPAÑA, S.L.	SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT ESPAÑA, S.A.
HEINEKEN ESPAÑA, S.A.	N26 BANK AG, Sucursal en España	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA, S.L.U. (División Cine-5100)
HENKEL IBÉRICA, S.A.	NATURGY ENERGY GROUP, S.A.	SPIN MASTER ESPAÑA S.L.
HERO ESPAÑA, S.A.	NATUR-IMPORT, S.L.	SPORTIUM APUESTAS DIGITAL, S.A.U.
HIJOS DE RIVERA, SAU	NESTLÉ ESPAÑA, S.A.	STELLANTIS FINANCIAL SERVICES ESPAÑA, E.F.C., S.A.
HILLSIDE ESPAÑA LEISURE, S.A. (BET 365)	NICE, SRL	SUERTIA INTERACTIVA, S.A.
HLA LAVINIA SALUD, S.L.U.	NINTENDO OF EUROPE SE – SUCURSAL EN ESPAÑA	TASCARE PARAFARMACIA, S.L. (MUNDONATURAL)
HOLALUZ-CLIDOM, S.A.	NISSAN MOTOR ESPAÑA, S.A.U.	TAX DOWN S.L.
HONDA BANK GMBH, S.E.	NUEVO MICRO BANK, SAU	TEKA INDUSTRIAL, S.A.
HRA PHARMA IBERIA, S.L.	NUTRITION & SANTÉ IBERIA, S.L.	TELEFONICA CONSUMER FINANCE
HYUNDAI MOTOR ESPAÑA, SLU	OLISTIC RESEARCH LABS, S.L.	TELEFONICA DE ESPAÑA, SAU (Telefonica, Movistar, Terra)
IBERCAJA BANCO, S.A.	ONEY SERVICIOS FINANCIEROS EFC, S.A.U.	TERESA CARLES HOLDING, S.L.U.
IBERDROLA, S.A.	OPELLA HEALTHCARE SPAIN, S.L.	THE RED KIWI, S.L.
IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA, S.A.	OPEN BANK S.A.	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.
ID FINANCE SPAIN, SLU	ORANGE ESPAGNE, SAU (ANTES FRANCE TELECOM ESPAÑA, SAU)	TOTALENERGIES CLIENTES, S.A.U.
IDCQ HOSPITALES Y SANIDAD, S.L. (QUIRONSAUD)	ORANGE ESPAÑA VIRTUAL, S.L. SOCIEDAD UNIPERSONAL	TOY PARTNER, S.A.
IDILIA FOODS, S.L.U.	ORGANIZACIÓN NACIONAL DE CIEGOS (O.N.C.E.)	TOYOTA KREDITBANK GMBH, S.E
IKEA IBÉRICA, S.A.	OTOAUDIO INTEGRAL, S.L.	TQ EUROCREDIT - BCN, S.L.
ILSA, INTERMODALIDAD DE LEVANTE, S.A.	OUS ROIG TORTOSA, S.A.U.	TRANSOLVER FINANCE, E.F.C., S.A.
ILUSTRE COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE MADRID	PENSIUM, S.L.	TRIGORICO, SLU
IMC TOYS, S.A.	PEPEMOBILE, S.L.	TRIODOS BANK, N.V., S.E
IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES VARMA, S.A.	PEPSICO FOODS, AIE	TSG INTERACTIVE SPAIN, S.A.
ING BANK N.V. SUCURSAL EN ESPAÑA	PERNOD RICARD ESPAÑA, S.A.	UNICAJA BANCO, S.A.U.
INSPARYA HAIR MEDICAL CLINIC, S.L.	PERRIGO ESPAÑA, S.A.	UNILEVER ESPAÑA, S.A.
INTERSELL EUROPE, S.L.	PESCANOVA ESPAÑA, S.L.U.	UNIÓN DE CRÉDITOS INMOBILIARIOS, S.A., E.F.C.
J.GARCIA CARRION, S.A.	PHARMA NORD ESPAÑA, S.L.	UNIÓN FINANCIERA ASTURIANA, S.A., EFC
JNTL CONSUMER HEALTH SPAIN, S.L.	PHARMADUS BOTANICALS, S.L.	URBAN TECHNOLOGY GMBH
JOHN DEERE BANK S.A.	PHILIPS IBÉRICA, S.A.U	URIACH CONSUMER HEALTHCARE, S.L.
JOHNSON'S WAX ESPAÑOLA, S.A.	PILMA DISSENY, SAU	VEMEDIA PHARMA HISPANIA S.A
JOYERIA TOUS, S.A.	PLAZO CREDIT S.L.U.	VERSUS ONLINE, S.A.
JUALEX CANARIAS, S.L.	PNK DIET S.L.U.	VERTICE CINE, S.L.
KAIKU CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.L.	PORTAVENTURA ENTERTAINMENT, SAU	VICKY FOODS PRODUCTS, S.L.U.
KELLOGG'S ESPAÑA, S.L.	PRG RETAIL GROUP SPAIN, S.L.U.	VINTED UAB
KH LLOREDA, S.A.	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.	VITHAS SANIDAD, S.L.U.
KIA IBERIA, S.L.U.	R CABLE Y TELECABLE TELECOMUNICACIONES S.A.U.	VITRO, S.A.
KIWI.COM	RAISIN DS GMBH	VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.
KLARNA BANK AB	RANK DIGITAL CEUTA S.A.	VODAFONE ONO, SAU
KUMON INSTITUTO DE EDUCACION DE ESPAÑA, S.A.	"RAVENSBURGER IBERICA, S.L.U	VOLKSWAGEN GROUP ESPAÑA DISTRIBUCION, S.A. (VOLKSWAGEN, AUDI, SKODA)
KUTXABANK, S.A.	RBA COLECCIONABLES, S.A.	VTECH ELECTRONICS EUROPE, S.L.
LA SIRENA ALIMENTACION CONGELADA, S.A.U.	RCI BANQUE, S.A. Sucursal en España	WALLAPOP, S.L.
LA ZARAGOZANA, SA (CERVEZAS AMBAR)	RECKITT BENCKISER	WEWI MOBILE S.L.
LABORAL KUTXA, S. COOP DE CREDITO (CAJA LABORAL POPULAR)	RECOVERY LABS, S.A.	WHG CEUTA, S.A.
LABORATOIRE NUXE ESPAÑA, S.L.U.	RECREATIVOS FRANCO DIGITAL, SAU	WINAMAX
LABORATORIO REIG JOFRE, S.A.	RED BULL ESPAÑA, S.L.	WIZINK BANK, S.A.U.
LABORATORIOS HARTMANN, S.A.	RENAULT ESPAÑA COMERCIAL, S.A.	XFERA CONSUMER FINANCE, EFC, S.A.
LABORATORIOS HEEL ESPAÑA, SAU	RENTA 4 BANCA, S.A.	XFERA MÓVILES S.A.U.
LABORATORIOS INDAS, SAU	REPSOL, S.A.	XTB S.A. SUCURSAL EN ESPAÑA
LABORATORIOS ORDESA, S.L.	RESTAURANTES MCDONALD'S, SAU	YOUNITED, S.A.
LACER, S.A.	REVA HEALTH, S.L.	ZAMBON, SAU
LACTALIS PULEVA, S.L.U.	RGA RURAL PENSIONES, S.A.	ZAMORA COMPANY ESPAÑA, S.L.U.
LEDESMA GLOBAL, S.L.	RGA RURAL VIDA, S.A.	ZAPF CREATION SPAIN, S.L.
LEGALITAS ASISTENCIA LEGAL, S.L. (GRUPO LEGALITAS)	RGA SEGUROS GENERALES RURAL, S.A.	ZENTIVA SPAIN, S.L.U.
LEGO, S.A.	RISI, S.A.	ZURU SPAIN, S.L.U.
LIDL SUPERMERCADOS, S.A.U.	ROBERT BOSCH ESPAÑA, S.L.U.	
LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL	RURALNOSTRA, SCC VALENCIANA	
LIQUATS VEGETALS, S.A.	S.E. CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.	
LLET NOSTRA ALIMENTARIA, S.L.	SABADELL CONSUMER FINANCE, SAU	
L'ORÉAL ESPAÑA, S.A.	SAIC MOTOR ESPAÑA, S.L.	
	SALUS FLORADIX ESPAÑA, S.L.	

9. ANEXO III

LISTADO DE ADHERIDOS Actualizado a 31 de diciembre de 2023



AGENCIAS

ACCENTURE SAS
ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.
ANIMAL MEDIA, S.L.U.
APPLICATIONS AND MORE, S.L.
BBDO ESPAÑA, S.A.
BURSON COHN - WOLFE, S.L.
CARAT ESPAÑA, S.A.U.
CATORCE ONLIFE CULTURE HUB, S.A.
CAMBIO DE SENTIDO PRODUCCIONES CREATIVAS, S.L.
DDB TANDEM, S.A.
DEKUPLE ESPAÑA, S.L.U.
DENTSU CREATIVE SPAIN, S.L.U.
DENTSU MEDIA, S.L.U.
DENTSU SPAIN, S.L.
DOUBLE YOU, S.L.
EL RUSO DE ROCKY - IVANDRAGO, S.A.
ENRI MUR MANAGEMENT, S.L.
FENIX CAMALEON, S.L.

GLOMECO, S.L.U. (GLOBAL MEDIOS COMUNICACIONES)
GROUPM PUBLICIDAD WORLDWIDE, S.A.
H20 71 PUBLICIDAD, CONSULTORIA & PATROCINIOS
HASHTAG MEDIA GROUP, SLU
HAVAS MANAGEMENT ESPAÑA, S.L.U.
PROSE ON PIXELS, S.R.O.
HOGARTH WORLDWIDE LIMITED
HONEYCOMB.TV
IKI MEDIA COMMUNICATIONS, S.L.
INFLUENCER MARKETING 365, S.L
IMD MEDIA LTD
IProspect ADVERTISING, S.A.U.
JOKER 26 CREATIVE, S.L.
JUNGLE21, S.A.
LA DESPENSA INCREIBLES CREATIVOS 2003, S.L.
LEO BURNETT IBERIA, S.L.U.

LUCREA DISEÑO, S.L.
MARKETING ADVERTISING CONCEPTUAL, S.L.
MEDIA DIAMOND, S.L.
MEDITERRANEA DE MEDIOS IBERIA, S.A.
NURUN CRAZY LABS, S.A.U.
OGILVY & MATHER
PERSONALITY MEDIA, S.L.
PINGÜINO TORREBLANCA & PARTNERS
PUBLICIDAD Y MEDIOS CANARIOS, S.L.
PUBLICIS ONE SPAIN, S.L.U.
SABLE, ESPADA Y FLORETE S.L.
SKEEPERS SAS
SOMOS CYW, S.L.
TBWA ESPAÑA, S.A.
THE SPECIALIST WORKS
VML YOUNG&RUBICAM, S.L.
VOZ COMPUTING, S.L.U.
WE ARE THE BLEND, S.L.
YOUPLANET, S.L.



ASOCIACIONES

ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE MEDIOS
ASOCIACIÓN DE CREATIVIDAD TRANSFORMADORA (ACT)
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN (LA FEDE)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES (AEA)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE JUGUETES (AEFJ)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE LEVADURA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE PREPARADOS ALIMENTICIOS ESPECIALES, DIETÉTICOS Y PLANTAS MEDICINALES (AFEPADI)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS NUTRICIÓN ENTERAL (AENE)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA

DIGITAL (ADIGITAL)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS GENERICOS (AESEG)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RADIODIFUSION COMERCIAL
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS (AEVI)
ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (ANEABE)
ASOCIACIÓN NACIONAL DE ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS DE CRÉDITO (ASNEF)
ASOCIACIÓN NACIONAL DE PERFUMERIA Y COSMÉTICA (STANPA)
ASOCIACIÓN PARA EL AUTOCUIDADO DE LA SALUD (ANEFP)
ANDI. ASOCIACIÓN NACIONAL FABRICANTES PRODUCTOS DIETÉTICA INFANTIL
CERVECEROS DE ESPAÑA

ESPIRITUOSOS ESPAÑA (FEBE)
FARMAINDUSTRIA
FEDERACIÓN DE ORGANISMOS DE RADIO Y TELEVISIÓN AUTONÓMICAS (FORTA)
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍA SANITARIA (FENIN)
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)
FUNDACION ESPAÑOLA DEL CORAZON
FEDERACION NACIONAL DE INDUSTRIAS LACTEAS (FENIL)
IAB SPAIN
ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL VINO DE ESPAÑA (OIVE)
PROMARCA



MEDIOS

ATRES ADVERTISING, S.L.U. -(ANTENA 3TV, ONDA CERO, EUROPA FM, MOVIERECORD)
CANAL SUR RADIO Y TELEVISION S.A.
CBM SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U. (7 TELEVISION REGION DE MURCIA)
CLEAR CHANNEL ESPAÑA, S.L.
CLECE, S.A.
COMPAÑÍA DE RADIO TELEVISIÓN DE GALICIA (CRTVG)
CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SOCIETAT ANÒNIMA
CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISIÓN
CORPORACIÓN RTVE
CORPORACIÓN VOZ DE GALICIA, S.L.U.
DISCOVERY NETWORKS, S.L.
EDICIONES REUNIDAS, S.A.
EITB MEDIA, S.A.U.
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES DE MADRID, S.A.

ENS PÚBLIC RADIOTELEVISIÓ DE LES ILLES BALEARS
GODO STRATEGIES, S.L. SOCIEDAD UNIPERSONAL
GLOBAL MEDIA & ENTERTAINMENT, S.A.U.
GOOGLE SPAIN, S.L.
GRUP MEDIAPRO, S.L.U.
GRUPO PRISA
JC DECAUX ESPAÑA, S.L.U
MOVIEDIS MEDIA CINE, S.L.
MULTICANAL IBERIA, S.L.U. (AMC NETWORKS)
NBC UNIVERSAL GLOBAL NETWORKS, S.L.U.
PROMEDIOS EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD PUBLIESPAÑA, S.A. - TELECINCO
PUBLISEIS INICIATIVAS PUBLICITARIAS (LA SEXTA)
RADIO TELEVISIÓN DE CYL S.A.
RADIO TELEVISION MADRID, SAU
REAL MADRID CLUB DE FUTBOL- REAL MADRID TV
SOCIEDAD GENERAL DE TELEVISIÓN CUATRO, S.A.U. (SOGECUATRO)
SOCIETAT PÚBLICA DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN EXTREMADURA, S.A.U. "

SOCIETAT ANONIMA DE MITJANS DE LA COMUNICACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA
SONY PICTURES TELEVISIÓN NETWORKS IBERIA, S.L.
SPOTIFY SPAIN, S.L.
TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.
TELEVISIÓN AUTONÓMICA DE CASTILLA-LA MANCHA
TELEVISIÓN DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, S.A.
TELEVISIÓN PÚBLICA DE CANARIAS, S.A.
TEN MEDIA S.L.
THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L. (DISNEY CHANNEL)
13 TV, S.A.U.
TURNER BROADCASTING SYSTEM ESPAÑA, S.L. (TCM, CARTOON NETWORK)
UNIDAD EDITORIAL, S.A. (DIARIO EL MUNDO)
VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS ESPAÑA, S.L.U.
VOCENTO, S.A.
014 IN, SL

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



ESTA CAMPAÑA HA SIDO FINANCIADA
POR EL PROGRAMA DE CONSUMIDORES
2014-2020 DE LA UNIÓN EUROPEA

Hace más de 25 años anunciantes, agencias y medios creamos AUTOCONTROL para cuidarte, haciendo que la publicidad que recibas sea leal, veraz, honesta y legal. Hoy contamos con más de 4.500 empresas vinculadas, hemos revisado más de 285.000 anuncios y hemos resuelto más de 9.500 reclamaciones sobre publicidad. AUTOCONTROL. 25 AÑOS TRABAJANDO POR UNA PUBLICIDAD RESPONSABLE.



www.autocontrol.es

CUIDAMOS LOS ANUNCIOS PARA CUIDARTE A TI

C/ Príncipe de Vergara 109, 5ª planta - 28002 Madrid
+34 91 309 66 37
autocontrol@autocontrol.es
www.autocontrol.es

Síguenos:

