El presente informe refleja la actividad realizada por AUTOCONTROL durante el año 2020 en el control, aplicación y cumplimiento de las normas legales y deontológicas, que rigen la publicidad.

Tal actividad se desarrolla, de una parte, a través de su sistema de resolución extrajudicial de controversias (Jurado de la Publicidad), encargado de resolver las reclamaciones presentadas contra campañas publicitarias concretas.

Y, de otra parte, a través de los mecanismos de asesoramiento jurídico en materia publicitaria y de consulta previa (Copy Advice®) sobre proyectos de campañas publicitarias, que actúan como útil herramienta preventiva para los anunciantes, sus agencias y los medios en que se van a difundir dichas campañas.

ÍNDICE

1. DATOS GENERALES

1.1. Actividad 5
1.2. Plazos de tramitación 6
1.3. Convenios y acuerdos de colaboración firmados por AUTOCONTROL 7
1.4. Códigos deontológicos en cuyo control y aplicación participa AUTOCONTROL 9
1.5. Datos comparativos de AUTOCONTROL en el contexto europeo 10

2. RESOLUCIONES EXTRAJUDICIALES DE RECLAMACIONES

2.1. Datos totales 12
2.2. Origen de los casos resueltos 12
2.3. Resultado de los casos resueltos 13
2.4. Motivos de los casos resueltos 14
2.5. Clasificación de los casos resueltos en función del medio de difusión 15
2.6. Mediación Protección de Datos Telecomunicaciones 16
2.7. Resolución de conflictos sobre nombres de dominio ".es" 17

3. ASESORAMIENTO Y CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®)

3.1. Datos totales 18
3.2. Solicitudes de Consulta Previa (Copy Advice®) 19

4. PROTECCIÓN DE LA DIGNIDAD DE LA MUJER

4.1. Resoluciones Extrajudiciales de Reclamaciones 22
4.2. Motivos en los que se fundamentan los casos resueltos 23
4.3. Consulta Previa (Copy Advice®) en los que se aplica el art.3 a) de la Ley General de Publicidad (Protección de la mujer) 23
4.4. Motivos por los que se ha recomendado adoptar cautelas en la realización final del anuncio, modificarlo, o se ha desaconsejado su difusión 25

5. PROTECCIÓN DE MENORES

5.1. Resoluciones Extrajudiciales de Reclamaciones 26
5.2. Solicitudes de Consulta Previa (Copy Advice®) 27

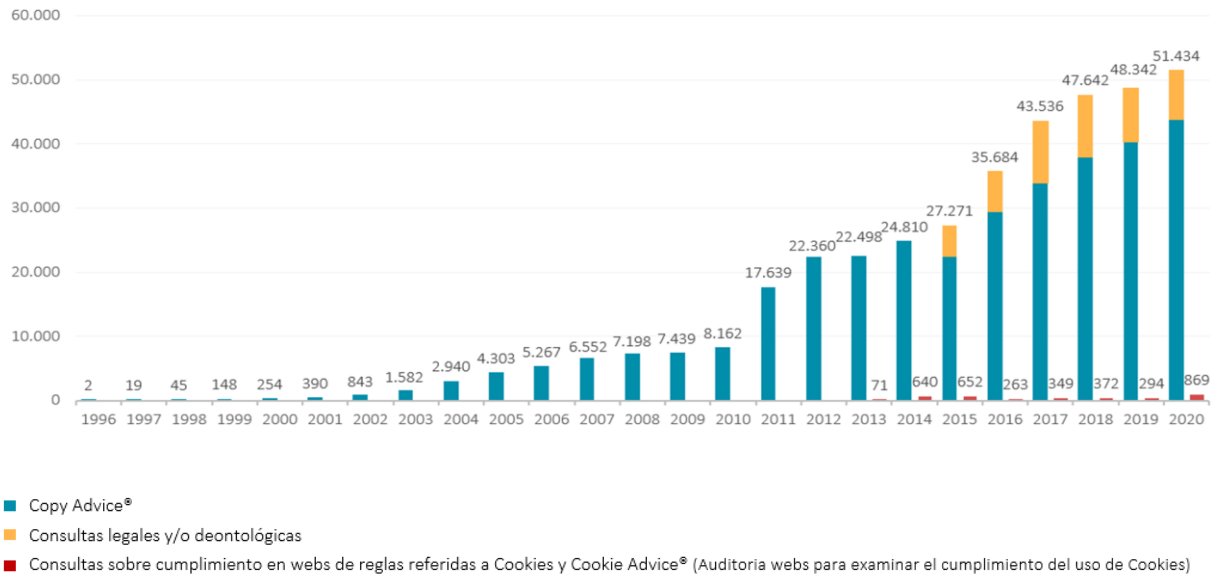
6. ASESORAMIENTO EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD 28

1

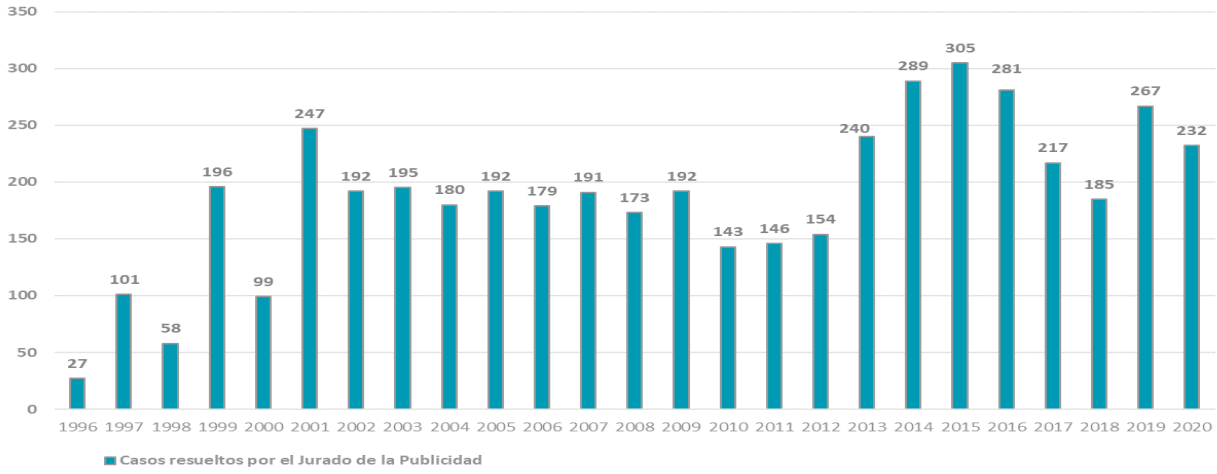
DATOS GENERALES

1.1. ACTIVIDAD

ASESORAMIENTO PREVIO: COPY ADVICE®



CONTROL A POSTERIORI: JURADO DE LA PUBLICIDAD



1.2. PLAZOS DE TRAMITACIÓN

RECLAMACIONES

Aceptación de la reclamación por el reclamado y compromiso de cese o rectificación de la publicidad (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		4 días
Acuerdo de mediación con la intervención de AUTOCONTROL (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		6 días
Resoluciones del Jurado de la Publicidad	En 1ª Instancia	14 días
	En 2ª Instancia	28 días

CONSULTAS

Consulta Previa (Copy Advice®)	3 días
Otras consultas legales / asesoramiento	2 días
Informe página web	21 días

1.3. CONVENIOS Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN FIRMADOS POR AUTOCONTROL

1. Convenio con el **Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar social** y la **Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)** para la gestión del Código PAOS sobre publicidad de alimentos dirigida a menores (junio 2005). Modificado en 2012 y en 2013.

2. Acuerdo con **Red.es** por el que AUTOCONTROL ha sido designado "entidad de resolución extrajudicial de controversias" en la asignación de dominios ".es" (febrero 2006).

3. Convenio con el **Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)** (noviembre 2006). Renovado en julio de 2020.

4. Convenio con el **Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)** (diciembre 2006). Sustituido por Convenio de julio 2011 cuya adenda de prórroga se firmó en marzo de 2020.

5. Acuerdo de colaboración para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria con la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)** (enero 2008). Renovado en marzo de 2020.

6. Convenio con el **Ministerio de Sanidad y Consumo**, actual **Ministerio de Sanidad**, la **Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)** y **Televisiones** para la aplicación del Código PAOS por las televisiones (septiembre 2009).

7. Acuerdo sobre la Autorregulación de la Publicidad de Juguetes, con la **Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)**, y la Dirección General de Consumo, actual **Secretaría General de Consumo y Juego** (diciembre 2015). Prorrogado en 2017.

8. Convenio con la **Dirección General de Ordenación del Juego** del **Ministerio de Hacienda**, ahora del **Ministerio de Consumo**, para la corregulación en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego (noviembre 2011).

9. 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 autoridad audiovisual en aquel momento —**Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI)**—, que actualmente es la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)**, y **operadores de Juego** (junio 2012).

10. Convenio de colaboración con **Red.es** en materia de publicidad digital responsable (agosto 2012).

11. Acuerdo de colaboración con la **Agencia Catalana de Consumo (ACC)** (octubre 2014).

12. Convenio de colaboración con el **Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social**, actual **Ministerio de Sanidad**, y la **Asociación para el Autocuidado de la Salud (ANEFP)**, sobre la publicidad de medicamentos de uso humano dirigida al público (diciembre 2014).

13. Acuerdo para el fomento de la corregulación sobre las comunicaciones comerciales en televisión con la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)**, actual autoridad audiovisual del Estado (julio 2015).

14. Convenio de Colaboración con la **Consejería de Sanidad** (Dirección General de Consumo) de la **Junta de Comunidades de Castilla la Mancha** en materia de actividad publicitaria (enero 2016). Renovado con la actual Consejería de Desarrollo Sostenible (Consumo) en noviembre de 2020.

15. Convenio de colaboración entre la **Presidencia de la Generalitat de Valencia** y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) en materia de control de la actividad publicitaria audiovisual (noviembre 2016). Prorrogado en 2017.

16. 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 (septiembre 2017).

17. Convenio de colaboración con el **Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias, del Ayuntamiento de Madrid**, en materia de actividad publicitaria (septiembre 2017). Renovado en septiembre de 2019.

18. Convenio de colaboración con la **Consejería de Salud** (DG Consumo), de la **Junta de Andalucía**, en materia de control de la actividad publicitaria (octubre 2017). Renovado y ampliado a centros, establecimientos y servicios sanitarios, en diciembre 2018.

19. 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 y alimentos) (noviembre 2017). Renovado en noviembre de 2018.

20. Convenio con **Kontsumobide** (Instituto Vasco de Consumo), en materia de control de la actividad publicitaria (febrero 2018). Renovado en junio de 2020.

21. Convenio con la **Dirección General de Consumo (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social)**, actual **Ministerio de Consumo** (noviembre 2019).

22. Convenio de Colaboración con la **Consejería de Economía, Empleo y Competitividad de la Comunidad de Madrid** (DG Consumo), en materia de actividad publicitaria (abril 2020).

23. Protocolo General entre la **Secretaria de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (SETELECO)**, la **Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial (SEDIA)**, el **Ministerio de Consumo**, la **Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)** y la **Asociación Española de Anunciantes (aea)**, para el fomento de la autorregulación sobre comunicaciones comerciales en medios digitales (octubre 2020).

24. Convenio de Colaboración con la **Consejería de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha** en materia de actividad publicitaria (diciembre 2020).

1.4. CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN CUYO CONTROL Y APLICACIÓN PARTICIPA AUTOCONTROL

CÓDIGO DE CONDUCTA DE AUTOCONTROL

CÓDIGO DE CONDUCTA PUBLICITARIA DE AUTOCONTROL está basado en el Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara Internacional de Comercio (CCI). (1996).

CÓDIGO DE CONDUCTA

CÓDIGO CONFIANZA ONLINE
Adigital y AUTOCONTROL. (2002). Modificado en 2018.

PROMOCIÓN DE MEDICAMENTOS DE PRESCRIPCIÓN
Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica. (FARMAINDUSTRIA). (2002). Modificado en 2016.

PUBLICIDAD DE CERVEZA
Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España (CERVECEROS). (2003). Modificado en 2009.

PUBLICIDAD DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS
Código de Autorregulación Publicitaria de Espirituosos España. (2003). Modificado en 2013.

PUBLICIDAD DE JUGUETES
Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes de la Asociación Española de Jugueteros (AEFJ). (2003). Modificado en 2015. Nuevo Convenio con AEFJ y la Dirección General de Consumo (2015).

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 FIAB – Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social (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 (FENIN). (2006). Modificado en 2019.

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 DIRIGIDO 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 de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego. Convenio con la DGOJ y la autoridad audiovisual en ese momento, 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). (2013). 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).

PUBLICIDAD DE ACTIVIDADES DE FUNDRAISING
Código de Conducta F2F/D2D (AEFr). (2018).

CÓDIGO DE PUBLICIDAD DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS
Código de Conducta sobre las Interacciones con la Comunidad Sanitaria (AESEG). (2018).

PUBLICIDAD DEL VINO
Código de Comunicación Comercial del Vino (OIVE). (2018). Modificado en 2020

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).

CÓDIGO DE CONDUCTA PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA
Código de Conducta para el Tratamiento de datos en la Actividad Publicitaria de AUTOCONTRL. (2020)

1.5. DATOS COMPARATIVOS DE AUTOCONTROL EN EL CONTEXTO EUROPEO

ASESORAMIENTO PREVIO: COPY ADVICE® + PRE- CLEARANCE*		
País / Organismo/s nacional/es de autorregulación	Puesto en el ranking 2019	Copy Advice® + Pre - Clearance emitidos 2019
UK (ASA + CLEARCAST)	1	94.883
FRANCE (ARPP)	2	45.994
SPAIN (AUTOCONTROL)	**3**	**39.971**
GERMANY (WBZ + DWR)	4	1.100
HUNGARY (ÖRT)	5	634
PORTUGAL (ICAP)	6	413
ITALY (IAP)	7	142
IRELAND (ASAI)	8	139
THE NETHERLANDS (SRC)	9	75
TURKEY (RÖK)	10	59
BULGARIA (NCSR)	11	39
ROMANIA (RAC)	12	25
CYPRUS (CARO)	13	22
SWEDEN (Ro.)	14	18
BELGIUM (JEP)	15	16
SLOVAK REPUBLIC (SRPR)	16	6
CZECH REPUBLIC (CRPR)	17	5
SLOVENIA (SOZ)	18	4
FINLAND (MEN)	19	1
AUSTRIA (ÖWR)	20	0
GREECE (SEE)	20	0
LUXEMBOURG (CLEP)	20	0
POLAND (RR)	--	N/A

* Últimos datos publicados por *European Advertising Standards Alliance* (EASA).

CONTROL A POSTERIORI: JURADO DE LA PUBLICIDAD*		
País / Organismo/s nacional/es de autorregulación	Puesto en el ranking 2019	Reclamaciones resueltas 2019
UK (ASA)	1	37.056
GERMANY (WBZ + DWR)	2	12.827
THE NETHERLANDS (SRC)	3	4.255
IRELAND (ASAI)	4	1.858
ITALY (IAP)	5	794
FRANCE (ARPP)	6	792
SWEDEN (Ro.)	7	621
POLAND (RR)	8	488
BELGIUM (JEP)	9	465
AUSTRIA (ÖWR)	10	338
SPAIN (AUTOCONTROL)	11	293
TURKEY (RÖK)	12	207
FINLAND (MEN)	13	161
ROMANIA (RAC)	14	125
SLOVAK REPUBLIC (SRPR)	15	107
GREECE (SEE)	16	77
RUSSIA (AMI RS)	17	43
CZECH REPUBLIC (CRPR)	18	40
BULGARIA (NCSR)	19	34
SWITZERLAND (CSL/SLK)	20	32
CYPRUS (CARO)	21	24
SLOVENIA (SOZ)	22	16
HUNGARY (ÖRT)	23	16
PORTUGAL (ICAP)	24	8
LUXEMBOURG (CLEP)	25	5

* Últimos datos publicados por *European Advertising Standards Alliance* (EASA).

2

RESOLUCIONES EXTRAJUDICIALES DE RECLAMACIONES

2.1. DATOS TOTALES

	2019	2020	1996 - 2020
Nº total de casos resueltos*	267	232**	4.681

* Cuando se plantean varias reclamaciones contra un mismo anuncio por el/los mismo/s motivo/s, dichas reclamaciones son resueltas conjuntamente a través de una sola resolución del Jurado de la Publicidad (o en su caso, a través de un único Acuerdo de mediación entre todas las partes), por lo que se contabilizan como un único caso.

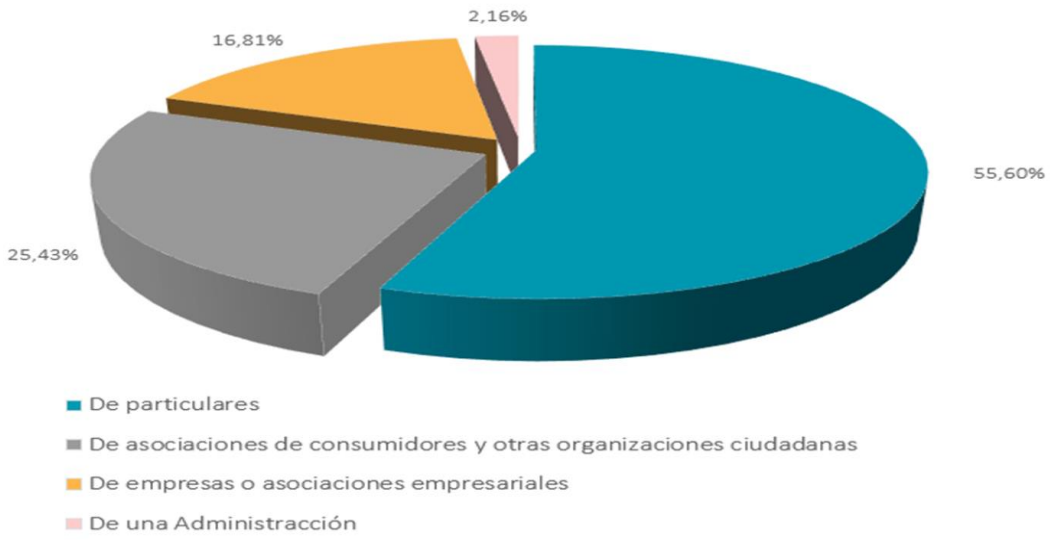
** Los 232 casos resueltos por el Jurado de la Publicidad son el resultado de 239 reclamaciones presentadas ante AUTOCONTROL.

2.2. ORIGEN DE LOS CASOS RESUELTOS*

		2019	2020
De particulares	Presentadas directamente ante AUTOCONTROL	156	113
	Presentadas ante organizaciones sectoriales o de autorregulación que han dado traslado de las mismas a AUTOCONTROL (ej. Confianza Online u organismos de autorregulación internacionales)	16	15
	Presentadas ante organismos de la Administración que han dado traslado de las mismas a AUTOCONTROL	11	1
	Presentadas ante la Comisión de Seguimiento de un Código de Conducta Sectorial que ha acordado trasladarlas a AUTOCONTROL	0	0
	Otros	0	0
De asociaciones de consumidores y otras organizaciones ciudadanas		50	59
De empresas o asociaciones empresariales		20	39

De una Administración	15	5
De una Comisión de Seguimiento de un Código de Conducta Sectorial	0	0
Otros	0	0

* Contra un mismo anuncio pueden plantearse varias reclamaciones con diferente origen, por lo que un único caso puede tener más de un origen.



2.3. RESULTADO DE LOS CASOS RESUELTOS

		2019	2020
Aceptación de la reclamación por el reclamado y compromiso de cese o rectificación de la publicidad (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		69	56
Acuerdo de mediación entre reclamante y reclamado con la intervención de AUTOCONTROL (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		7	15
Resoluciones del Jurado de la Publicidad	Estimación	42	36
	Estimación parcial	7	12
	Desestimación	59	42
Dictamen elaborado por el Jurado de la Publicidad en virtud del art. 4 c) del Reglamento del Jurado de la Publicidad		82	71
Casos transfronterizos: enviados a otro organismo nacional de autorregulación		0	0
Casos desviados a Autoridades		0	0
Inadmisión a trámite		1	0

2.4. MOTIVOS DE LOS CASOS RESUELTOS*

			2020
Publicidad encubierta			6
Publicidad engañosa			122
Publicidad desleal	Denigración		14
	Imitación y aprovechamiento del prestigio ajeno		4
	Publicidad comparativa ilícita		4
Abuso de la buena fe del consumidor			4
Incitación a la violencia, a comportamientos ilegales o prácticas peligrosas, etc.			3
Publicidad discriminatoria o que atente contra la dignidad de la persona			6
Respeto al medio ambiente			0
Respeto al buen gusto			3
Interpretación y legibilidad de los anuncios			9
Referencia a características particulares cuando son comunes			1
Protección de niños y adolescentes			3
Publicidad agresiva			1
Infracción de la norma sobre promociones			2
Disponibilidad de productos			1
Publicidad de entidades financieras supervisadas por BDE y CNMV			13
Infracción del principio de legalidad	Alegaciones sanitarias no autorizadas**	Alimentos	15
		No alimentos	8
	Alimentos***		45
	Normas sanitarias		5
	Normativa sobre promociones		3
	Cosméticos		2
	Tabaco		1
	Alcohol		1
	Derechos de imagen, honor e intimidad		1
	Otros		5

Otros	3
Infracción de Códigos Deontológicos Sectoriales	23
Infracción del Código Confianza Online	18

* Un mismo caso puede tener varios motivos.

** Un caso en el que se incluyen alegaciones sanitarias ilícitas, puede ser también negativo por otras normas de alimentos (por ejemplo el Reglamento 1924/2006).

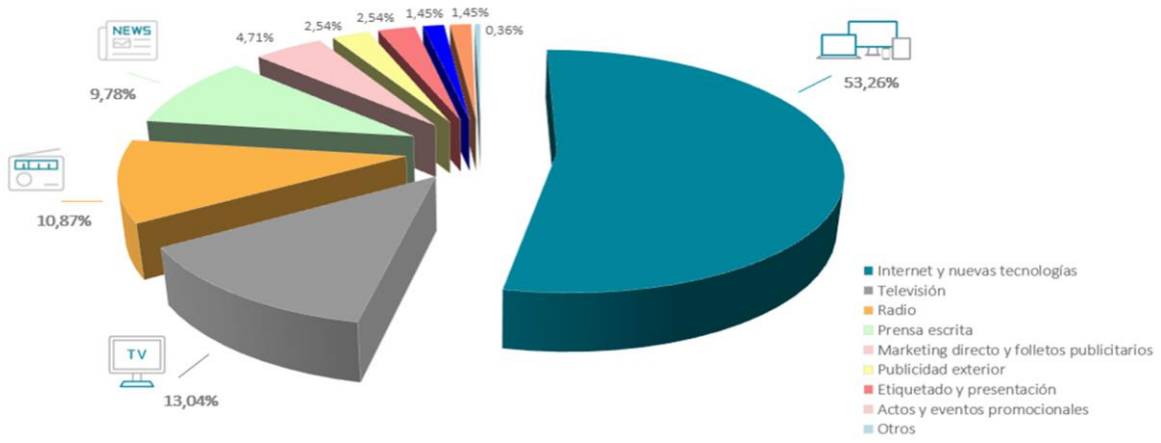
*** Este apartado comprende también las infracciones por uso de alegaciones sanitarias ilícitas de alimentos.

2.5. CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS RESUELTOS EN FUNCIÓN DEL MEDIO DE DIFUSIÓN*

	2020	1996 - 2020
Internet y nuevas tecnologías	147	1.315
Televisión	36	1.397
Radio	30	264
Prensa escrita	27	1.134
Marketing directo y folletos publicitarios	13	399
Publicidad exterior	7	193
Etiquetado y presentación	7	226
Publicidad en punto de venta	4	15
Actos y eventos promocionales	4	11
Otros	1	118
Cine	0	11

* Un caso puede referirse a publicidad difundida en varios medios.

- CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS EN FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN - 2020



2.6. RECLAMACIONES PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD

2.6.1. SISTEMA DE MEDIACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS EN TELECOMUNICACIONES

La Unidad de Mediación de protección de datos comenzó a funcionar el 1 de enero de 2018 en colaboración con la Agencia Española de Protección de Datos y los principales grupos de operadores de telecomunicaciones del mercado (Movistar, Orange, Vodafone y Masmóvil) con el objetivo de servir como sistema alternativo de resolución de conflictos para el sector de las telecomunicaciones, que les permitiera resolver a través de la mediación aquellas reclamaciones los interesados hubieran presentado previamente ante el responsable del tratamiento de datos, de manera sencilla, ágil, gratuita y en el plazo máximo de un mes.

Desde el comienzo de este nuevo servicio, la Unidad de Mediación ha atendido más de 900 solicitudes de mediación y de 5.000 consultas. Durante 2020 se han recibido 383 solicitudes de mediación, de las cuales se han sustanciado 261 y se han atendido 2.558 consultas. De las solicitudes sustanciadas, que cumplían los requisitos para tramitarse, **más del 73% se han resuelto** satisfactoriamente para usuario y empresa en un plazo **inferior a 20 días**, haciendo innecesario por tanto acudir a otras instancias de reclamación.

Nº de consultas recibidas	2.558
Nº de solicitudes de mediaciones recibidas	383
Nº de mediaciones sustanciadas	261
Nº de solicitudes archivadas	116
Nº de mediaciones finalizadas satisfactoriamente	194

2.6.2. RECLAMACIONES EN PUBLICIDAD COMPORTAMENTAL

Por último, AUTOCONTROL como viene haciendo desde el año 2016, ha tramitado en el año 2020 **13 reclamaciones y 6 consultas de consumidores relacionadas con publicidad comportamental (OBA)**, en cumplimiento de las EASA Best Practice Recommendations sobre publicidad comportamental, en el marco de la European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA).

2.7. RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONFLICTOS RELATIVOS A NOMBRES DE DOMINIO ".ES"

2.7.1. DEMANDAS RESUELTAS

	2019	2020
Nº de demandas resueltas por expertos de AUTOCONTROL sobre asignación de nombres de domino ".es"	4	5

2.7.2. RESULTADO DE LAS DEMANDAS ANALIZADAS POR LOS EXPERTOS

		2019	2020
Estimación de la demanda	Transferencia del nombre de dominio	4	5
	Cancelación	0	0
Desestimación de la demanda		0	0

2.7.3. ORIGEN DE LAS DEMANDAS

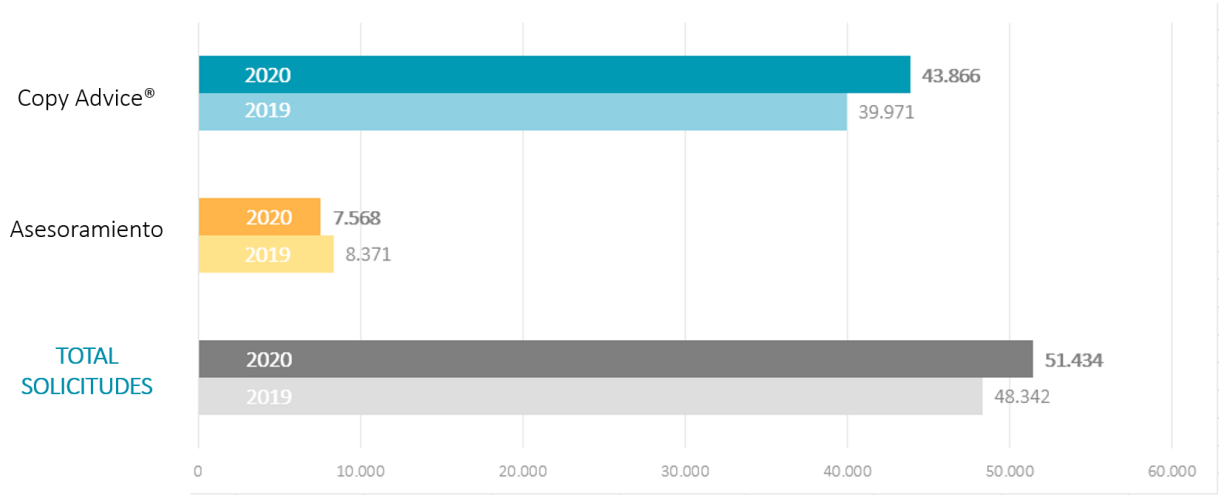
	2019	2020
De empresas o asociaciones empresariales	4	5
De particulares	0	0
Otros (Administración)	0	0

3

ASESORAMIENTO Y CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®)

3.1. DATOS TOTALES

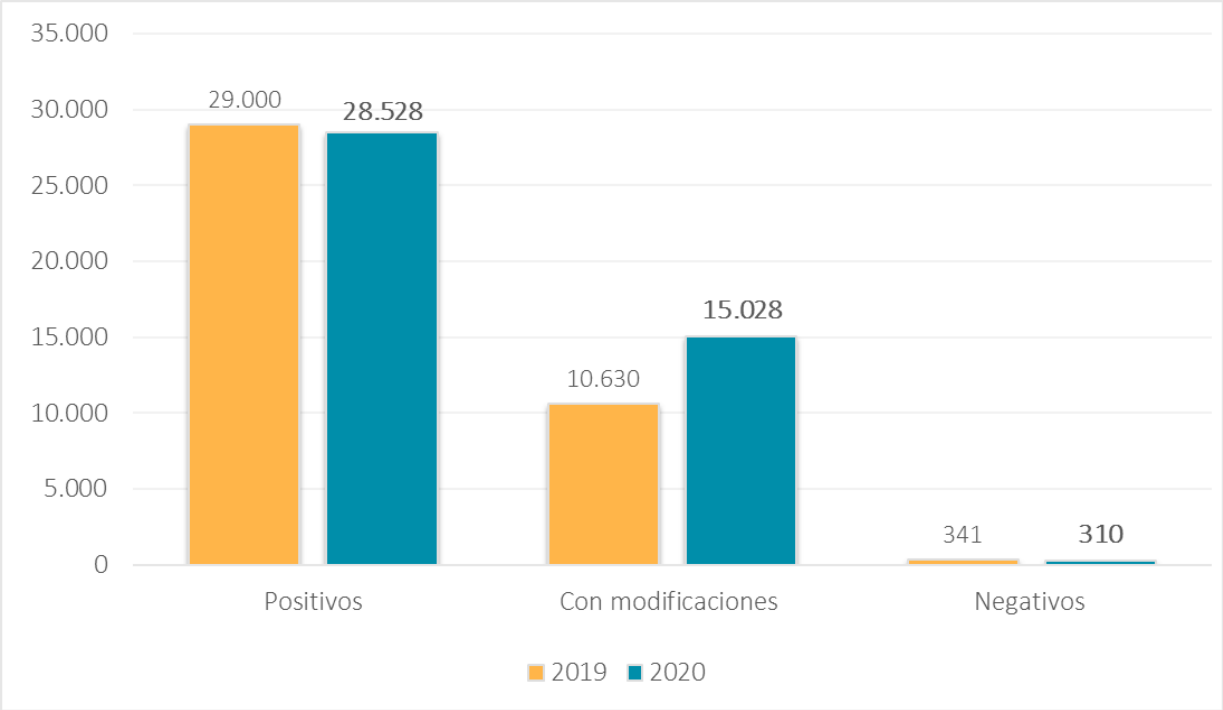
	2019	2020
Consultas Previas (Copy Advice®)	39.971	43.866
Asesoramiento, otras consultas e informes	8.371	7.568
Total solicitudes recibidas	48.342	51.434



3.2. SOLICITUDES DE CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®)

3.2.1. RESULTADO DE LOS COPY ADVICE® SOLICITADOS

	2019	2020
Positivos > No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio	29.000 72,55%	**28.528** **65,03%**
Con modificaciones > Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio	10.630 26,60%	**15.028** **34,26%**
Negativos > Se ha desaconsejado la difusión del anuncio	341 0,85%	**310** **0,71%**
Nº total de Copy Advice®	39.971	**43.866**



3.2.2. MOTIVOS POR LOS QUE, ANTES DE SU EMISIÓN, SE HAN RECOMENDADO MODIFICACIONES O SE HA DESACONSEJADO LA EMISIÓN DE LOS PROYECTOS DE ANUNCIOS*

		2020
Explotación de la reputación ajena		3
Publicidad engañosa		3.021
Publicidad encubierta		3
Denigración		274
Publicidad indirecta ilícita		1
Publicidad desleal en general		0
Prácticas comerciales desleales con los consumidores		30
Otras formas de publicidad desleal		13
Imitación		1
Comparaciones ilícitas		10
Abuso de la buena fe del consumidor		104
Protección de menores	Incitación a la adquisición directa del producto o servicio o que persuadan a padres, tutores, etc.	35
	Explotación confianza de los menores en padres, profesores u otras personas	4
	Publicidad engañosa	166
	Menores en situaciones peligrosas	1
	Incitación a conductas que favorecen la desigualdad	0
	Publicidad perjudicial para el desarrollo físico o mental de los menores en general	2
	Otros	0
Publicidad discriminatoria o atentatoria de la dignidad humana		21
Fomento de comportamientos nocivos para la salud		6
Fomento de comportamientos nocivos para el medio ambiente		11
Fomento de comportamientos nocivos para la seguridad de las personas		33
Otros		4

Infracción principio legalidad	Alcohol		23
	Oferta financiera		11.193
	Normas sanitarias		77
	Uso ilícito de alegaciones sanitarias**	Alimentos	239
		No alimentos	73
	Seguridad vial		26
	Juegos y apuestas		55
	Alimentos***		712
	Normativa sobre promociones		112
	Normativa viviendas		7
	Derechos de imagen, honor e intimidad		11
	Películas y otras obras audiovisuales (según RD 1084/2015)		127
	Propiedad industrial		0
	Sistema legal de Unidades de Medida		124
	Cosméticos		18
	Turismos		5
	Biocidas		6
	Seguridad privada		4
	Tabaco		1
	Otros		4
Infracción de Códigos Sectoriales			5.827

* Un Copy Advice® con modificaciones o negativo puede infringir tanto motivos legales como motivos de carácter deontológico, simultáneamente.

** Un Copy Advice® en el que se incluyen alegaciones sanitarias ilícitas, puede ser también negativo por otras normas de alimentos (por ejemplo el Reglamento 1924/2006).

*** Este apartado comprende también las infracciones por uso de alegaciones sanitarias ilícitas de alimentos.

3.2.3. LIMITACIONES HORARIAS O DE MEDIO POR PROTECCIÓN DE MENORES

Publicidad no dirigida a menores con limitaciones horarias o de medio	2.448
Porcentaje que representan sobre el número total de Copy Advice® emitidos por AUTOCONTROL	5,58%

4

PROTECCIÓN DE LA DIGNIDAD DE LA MUJER

4.1. RESOLUCIONES EXTRAJUDICIALES DE RECLAMACIONES

	2019	2020
Nº total de casos resueltos*	6	2

* Cuando se plantean varias reclamaciones contra un mismo anuncio por el/los mismo/s motivo/s, dichas reclamaciones son resueltas conjuntamente a través de una sola resolución del Jurado de la Publicidad (o en su caso, a través de un único Acuerdo de mediación entre todas las partes), por lo que se contabilizan como un único caso.

De los cuales:

		2020
Aceptación de la reclamación por el reclamado y compromiso de cese o rectificación de la publicidad (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		0
Acuerdo de mediación entre reclamante y reclamado con la intervención de AUTOCONTROL (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		0
Resoluciones del Jurado de la Publicidad	Estimación	0
	Estimación parcial	0
	Desestimación	2
Dictamen elaborado por el Jurado de la Publicidad en virtud del art. 4 c) del Reglamento del Jurado de la Publicidad		0
Casos transfronterizos: enviados a otro organismo nacional de autorregulación		0
Casos desviados a Autoridades		0
Inadmisión a trámite		0

4.2. MOTIVOS EN LOS QUE SE FUNDAMENTAN LOS CASOS RESUELTOS

	2020
Atentado contra la dignidad de la mujer (en general)	1
Utilización cuerpo de la mujer como objeto desvinculado del producto	1
Presentación ilícita de comportamiento estereotipado	0

4.3. CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®) EN LOS QUE SE APLICA EL ART.3 A) DE LA LEY GENERAL DE PUBLICIDAD (PROTECCIÓN DE LA MUJER)

Entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2020, el Gabinete Técnico de AUTOCONTROL ha examinado la licitud y corrección deontológica de 43.866 proyectos de anuncios. Tal examen se ha llevado a cabo teniendo en cuenta, entre otros muchos extremos, la compatibilidad de tales anuncios con el art. 3 a) de la Ley General de Publicidad (LGP), en lo relativo a la protección de la dignidad de la mujer.

Pues bien, de los informes relativos a estos 43.866 proyectos de anuncios se han incluido indicaciones relativas al art. 3 LGP en materia de dignidad de la mujer en **21 ocasiones**. Es decir, en **un 0,05% de ellos**.

Es en relación a esos 21 proyectos de anuncios respecto a los que se ofrecen los siguientes datos detallados en los apartados 4.3.1 y 4.4.

Concretamente durante el 2020:

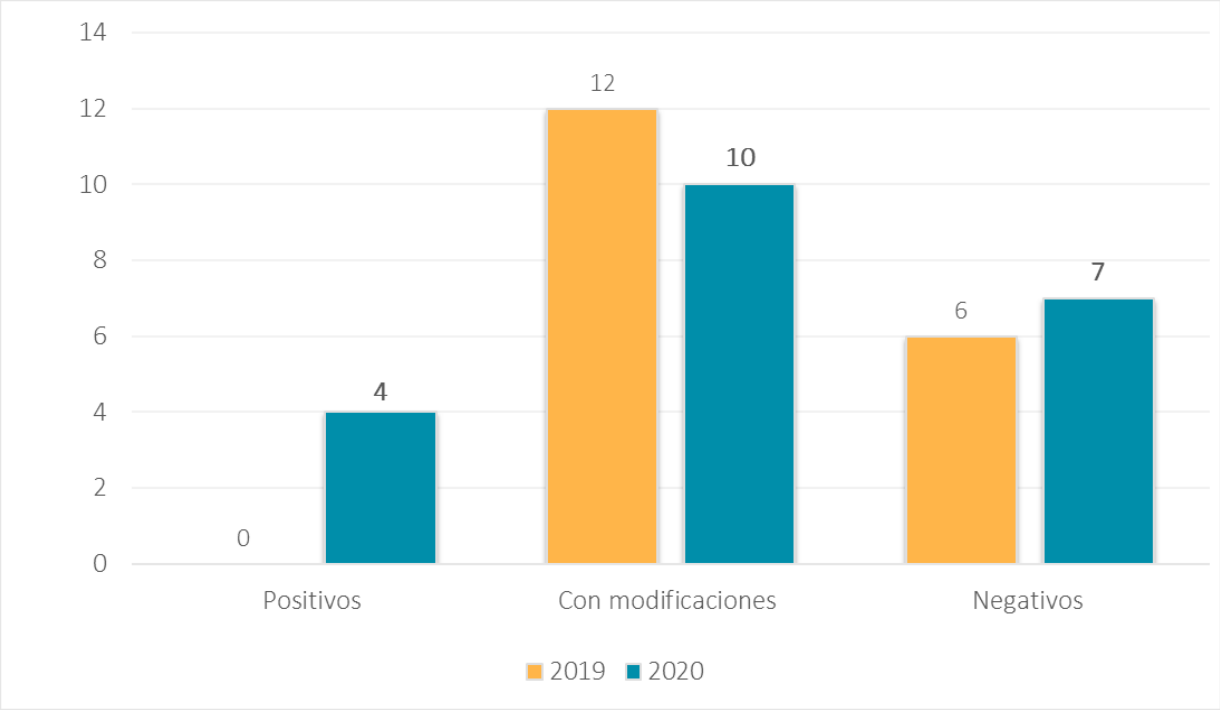
- Se han realizado **observaciones** con recomendaciones a ser consideradas para la realización final del anuncio por existir riesgo de infringir el art. 3 de la LGP en 4 informes.
- En 10 casos se ha recomendado llevar a cabo **modificaciones** porque algún aspecto del proyecto de anuncio infringía el art. 3 de la LGP.
- Se ha recomendado la **no difusión** del anuncio en 7 informes por infringir el art. 3 de la LGP.

4.3.1. RESULTADO DE LOS COPY ADVICE® SOLICITADOS

	2019	2020
Nº total de Copy Advice® en los que se incluyen indicaciones relativas al art. 3 LGP, en materia de protección de la dignidad de la mujer	18	**21**

De los cuales:

	2019	2020
Positivos > No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio	0 0%	**4** **19,05%**
Con modificaciones > Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio	12 66,67%	**10** **47,62%**
Negativos > Se ha desaconsejado la difusión del anuncio	6 33,33%	**7** **33,33%**



4.4. MOTIVOS POR LOS QUE SE HA RECOMENDADO ADOPTAR CAUTELAS EN LA REALIZACIÓN FINAL DEL ANUNCIO, MODIFICARLO, O SE HA DESACONSEJADO SU DIFUSIÓN*

		2020
Atentado contra la dignidad de la mujer (en general)	Con observaciones	3
	Modificaciones	0
	Negativos	3
	TOTAL	6
Utilización indebida del cuerpo de la mujer como objeto desvinculado del producto	Con observaciones	0
	Modificaciones	0
	Negativos	2
	TOTAL	2
Presentación ilícita de comportamiento estereotipado	Con observaciones	1
	Modificaciones	10
	Negativos	2
	TOTAL	13

* Un mismo Copy Advice® puede tener varios motivos por los que antes de su emisión se han recomendado modificaciones o se ha desaconsejado la emisión de proyectos de anuncios.

5

PROTECCIÓN DE MENORES

5.1. RESOLUCIONES EXTRAJUDICIALES DE RECLAMACIONES

5.1.1. CASOS RESUELTOS

	2019	2020
Nº total de casos resueltos*	14	10

* Cuando se plantean varias reclamaciones contra un mismo anuncio por el/los mismo/s motivo/s, dichas reclamaciones son resueltas conjuntamente a través de una sola resolución del Jurado de la Publicidad (o en su caso, a través de un único Acuerdo de mediación entre todas las partes), por lo que se contabilizan como un único caso.

5.1.2. RESULTADO DE LOS CASOS RESUELTOS

		2020
Aceptación de la reclamación por el reclamado y compromiso de cese o rectificación de la publicidad (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		4
Acuerdo de mediación entre reclamante y reclamado con la intervención de AUTOCONTROL (sin intervención del Jurado de la Publicidad)		0
Resoluciones del Jurado de la Publicidad	Estimación	0
	Estimación parcial	1
	Desestimación	4
Dictamen elaborado por el Jurado de la Publicidad en virtud del art. 4 c) del Reglamento del Jurado de la Publicidad		1
Casos transfronterizos: enviados a otro organismo nacional de autorregulación		0
Casos desviados a Autoridades		0
Inadmisión a trámite		0

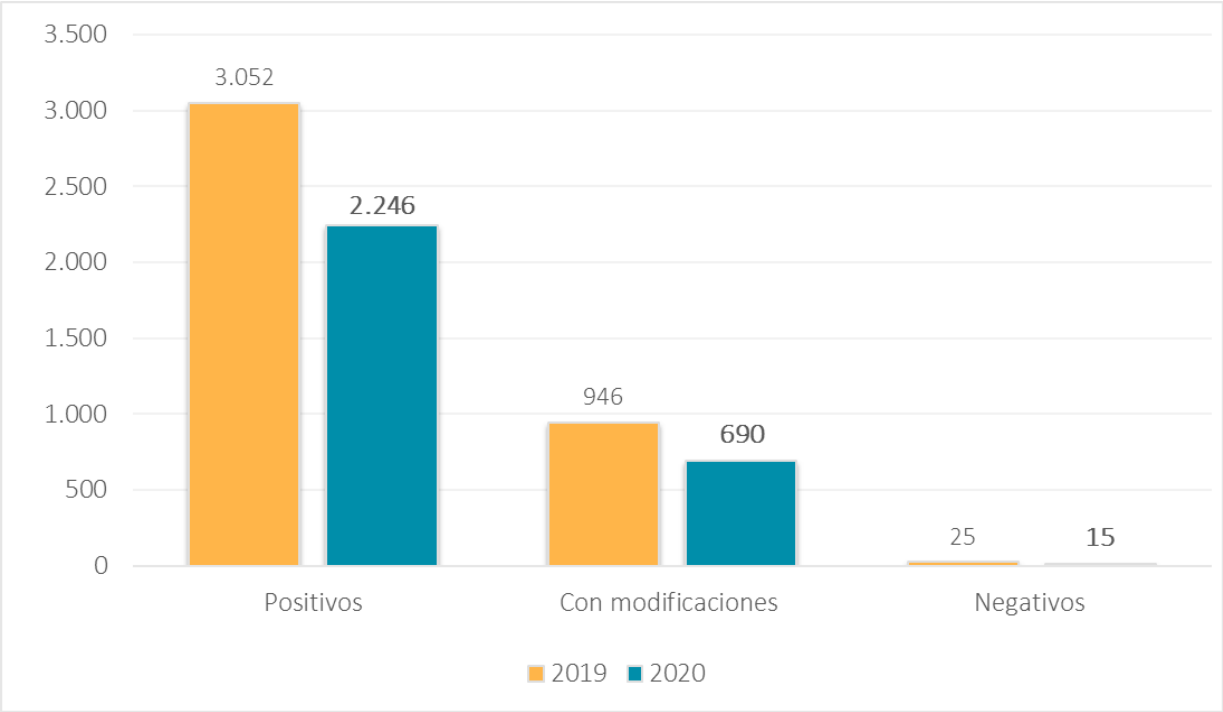
5.2. SOLICITUDES DE CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®)

5.2.1. RESULTADO DE LOS COPY ADVICE® SOLICITADOS DE ANUNCIOS DIRIGIDOS A MENORES

	2019	2020
Nº total de Copy Advice®	4.023	2.951

De los cuales:

	2019	2020
Positivos > No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio	3.052 75,86%	2.246 76,11%
Con modificaciones > Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio	946 23,52%	690 23,38%
Negativos > Se ha desaconsejado la difusión del anuncio	25 0,62%	15 0,51%



6

ASESORAMIENTO EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD

AUTOCONTROL presta una serie de servicios de asesoramiento en materia de protección de datos y privacidad: Cookie Advice®, Data Advice® y Web Advice®.

El servicio Cookie Advice® se ofrece desde 2013 con objeto de ayudar a verificar el cumplimiento de las exigencias legales en materia de cookies y ayudar a demostrar la responsabilidad proactiva en el cumplimiento.

El servicio comprende el análisis técnico de las cookies y dispositivos de almacenamiento instalados, así como la revisión jurídica posterior conforme a la adecuación al artículo 22.2 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI), de conformidad con los criterios interpretativos recogidos en la nueva "Guía sobre el uso de las cookies", elaborada conjuntamente por la Agencia Española de Protección de Datos, AUTOCONTROL, IAB Spain y Adigital y publicada el 8 de noviembre de 2019 y actualizada el 11 de julio de 2020.

Por otro lado, el servicio Data Advice® creado en 2018, ha experimentado un crecimiento de cerca del 90% con respecto al año 2019. A través de este nuevo servicio se ha dado respuesta a las necesidades que planteaba el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos ("RGPD"), en concreto sobre el sector publicitario. Las herramientas de asesoramiento que comprende el Data Advice® pueden solicitarse conjuntamente o de manera individual para las diferentes necesidades que se planteen en el cumplimiento y adecuación a la normativa de protección de datos. Asimismo, dentro de este servicio se proporciona formación en protección de datos y privacidad, tanto en cursos, o seminarios como en formación *in house.*

En la misma línea se presta el servicio Web Advice®, que cubre tanto el asesoramiento sobre los contenidos publicitarios de un sitio web como los relativos a protección de datos, incluyendo los contenidos de la política de privacidad como sus cláusulas de protección de datos.

Datos totales:

	2020
Asesoramiento, otras consultas e informes	803
Solicitudes de Cookie Advice®, Data Advice® y Web Advice®	55
Solicitudes de Data Advice®	8 servicios y cerca de 300 horas de consultoría a empresas
Solicitudes de Web Advice®	3
Total solicitudes recibidas	869