

TRABAJAMOS POR UNA **PUBLICIDAD RESPONSABLE**

AUTO
CON
TROL

Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial





■ AUTOCONTROL: MÁS DE 10 AÑOS TRABAJANDO POR UNA PUBLICIDAD RESPONSABLE

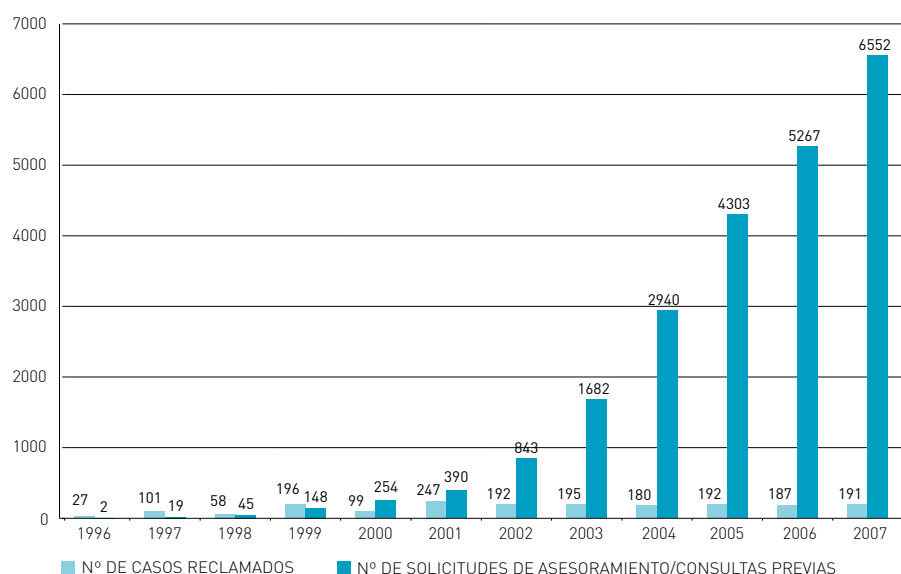
Con objetivo de gestionar el sistema español de autorregulación publicitaria se crea en 1995 AUTOCONTROL, una Asociación sin ánimo de lucro, compuesta por los principales Anunciantes, Agencias de Publicidad, Medios de Comunicación y Asociaciones profesionales relacionadas con la actividad publicitaria en España. En este momento, sus más de **300 asociados** están vinculados aproximadamente con el **70 % de la inversión publicitaria en nuestro país**.

Desde sus inicios, AUTOCONTROL gestiona el sistema de autorregulación de la comunicación comercial sobre la base de tres instrumentos principales: un Código de Conducta, un órgano independiente (el Jurado de AUTOCONTROL de la Publicidad) que se encarga de resolver las controversias y reclamaciones y un Gabinete Técnico que presta asesoramiento previo a la difusión del anuncio a través del servicio de Consulta Previa (Copy Advice).

A pesar de su juventud, el sistema de autorregulación publicitaria creado por AUTOCONTROL se ha convertido en el mecanismo preferente de resolución de controversias publicitarias en nuestro país, por encima de los Tribunales de Justicia. **Desde su creación**, en julio de 1996, hasta 2008, **AUTOCONTROL ha tramitado 1.489 casos**.

El sistema de resolución extrajudicial de controversias de AUTOCONTROL es el único organismo privado español que ha sido incorporado por la Comisión Europea a la Red EJE (Red Extra-judicial Europea) de la Comisión, por cumplir los requisitos y principios de independencia, transparencia, contradicción, eficacia, legalidad, libertad de elección y derecho de representación, establecidos en la Recomendación 98/257/CE. Se trata de un servicio gratuito para consumidores, asociaciones de consumidores y Administración.

Por otra parte, el servicio de consulta previa (Copy Advice) creado en el 2001, se ha convertido en una herramienta esencial que ha contribuido a reducir el riesgo de incumplimiento de las normas que regulan la publicidad. Desde su puesta en marcha, **se han solicitado a AUTOCONTROL cerca de 22.500 consultas previas**, fruto del compromiso ético adquirido por la industria del sector de ejercer responsablemente la comunicación comercial.

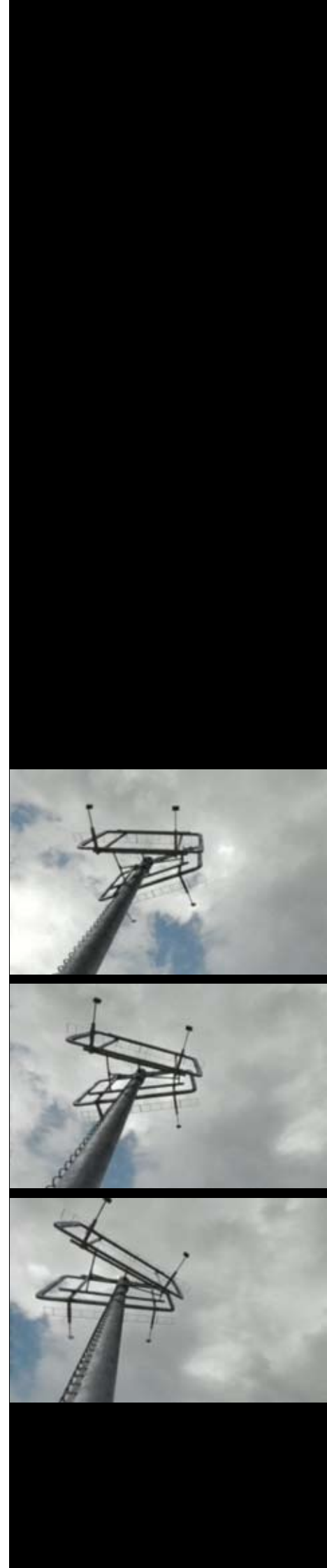


Relación con la Administración

Los más de 10 años de existencia de esta Asociación han estado marcados por un elevado grado de entendimiento y la colaboración constante con la Administración.

Actualmente, AUTOCONTROL tiene suscritos convenios con diferentes organismos de la Administración, entre los que se encuentran:

- Convenio con el **Instituto Nacional de Consumo (INC)** (enero 1999): 25% de los miembros del Jurado son nombrados de común acuerdo con el INC.
- Acuerdo con la **Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI)**, autoridad de lo audiovisual según Ley 25/1994, para el fomento de la autorregulación televisiva (diciembre 2003).
- Adenda a dicho Convenio, para que AUTOCONTROL asuma la **resolución de reclamaciones** que se puedan presentar en relación con el “**Acuerdo para el fomento de la autorregulación de los contenidos televisivos e infancia**”, y en relación a las comunicaciones publicitarias emitidas por los operadores de TV adheridos (julio 2006).
- Acuerdo Marco de Colaboración con el **Instituto Nacional de Consumo (INC)** para la autorregulación en Internet: **Confianza Online** (marzo 2004).
- Convenio con la **Agencia Antidroga de la Comunidad de Madrid** para el fomento de la autorregulación de la publicidad de Bebidas Alcohólicas (abril 2005).
- Convenio con el **Ministerio de Sanidad y Consumo y FIAB** para la gestión del Código PAOS sobre publicidad de alimentos dirigida a menores (junio 2005).
- 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).
- Convenio con el **Consejo Audiovisual de Andalucía** (noviembre 2006).
- Convenio con el **Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)** (diciembre 2006).
- Convenio para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria entre Autocontrol y el **Instituto Nacional de Consumo** (enero 2007).
- Convenio de Colaboración para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria con la **Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid** (febrero 2007).
- Convenio con el **Consejo Audiovisual de Navarra** (marzo 2007).
- Acuerdo para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria con el **Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Secretaría General de Políticas de Igualdad)** (octubre 2007).
- 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).





■ RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONTROVERSIAS: JURADO DE LA PUBLICIDAD

El Organismo de resolución extrajudicial de controversias de AUTOCONTROL funciona sobre la base de tres instrumentos principales: un Código de Conducta Publicitaria; **el Jurado de la Publicidad** que se encarga de aplicar dicho Código y un Reglamento que regula el funcionamiento del Jurado.

El Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL está compuesto por profesionales de prestigio con reconocida cualificación en los sectores del Derecho, la Comunicación Comercial y la Economía, y desarrolla su actividad guiado por los principios de independencia y transparencia. Para asegurar su imparcialidad, el Jurado y sus miembros son independientes de los Órganos asociativos y de las entidades adheridas a AUTOCONTROL. El Instituto Nacional de Consumo participa en la selección del 25% de sus componentes.

El Jurado resuelve, aplicando el Código de Conducta y con el procedimiento establecido en su Reglamento, todas las reclamaciones y controversias que se presentan contra anuncios concretos. 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 se hacen públicas.

Las decisiones del Jurado son de obligado cumplimiento para los socios y voluntaria para el resto. Pese a la voluntariedad del sistema, que sólo puede vincular estatutariamente a las entidades asociadas, es innegable la fuerza moral de la que gozan los pronunciamientos del Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL en todo el sector, adheridos y no adheridos 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 sustancialmente con el contenido de las resoluciones del Jurado previamente dictadas (excepto un solo caso).

Desde su creación, el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL ha resuelto **1.489 casos**, en un tiempo medio de **16 días**; en torno un **30%** se resolvieron por "**mediación**" o "**aceptación**" de la reclamación por el anunciante en un plazo medio de **5 días**, con el consiguiente cese de la publicidad. La mayor parte de las reclamaciones presentadas ante AUTOCONTROL proceden de consumidores u otras organizaciones ciudadanas (66%), siendo las presentadas por empresas o asociaciones empresariales el 26%. La Administración también utiliza esta vía extrajudicial en muchas ocasiones; el 7% de los casos tramitados en 2007 eran consecuencia de requerimientos de diferentes organismos de la Administración.

Desde hace unos años el número de reclamaciones recibidas anualmente por AUTOCONTROL se ha estabilizado, gracias a la labor preventiva desarrollada por la Asociación, con un aumento considerable del uso de los servicios de consulta previa puestos en marcha por AUTOCONTROL para todos sus socios. Concretamente **en 2007 se tramitaron 191 casos**.

La autorregulación publicitaria en Europa

Desde su nacimiento AUTOCONTROL pertenece a la European Advertising Standards Alliance (EASA), organismo que engloba a todos los organismos de autorregulación publicitaria europeos y que está formada por 28 organismos de autorregulación de la UE, así como organismos internacionales como Suiza, Turquía, Canadá, Sudáfrica, Brasil... y 14 asociaciones de la industria publicitaria europea.

Con su pertenencia a la Alianza Europea, AUTOCONTROL participa del sistema EASA de resolución de controversias transfronterizas, 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. *(Más información sobre su funcionamiento: www.easa-alliance.org).*

Además de coordinar el sistema de reclamaciones transfronterizas, EASA tiene otras importantes funciones entre las que destaca: promover la autorregulación en Europa; difundir el conocimiento sobre la autorregulación; facilitar la creación de sistemas de autorregulación publicitaria allí donde todavía no existen y sustentar y apoyar la consolidación de los mecanismos de reciente creación.

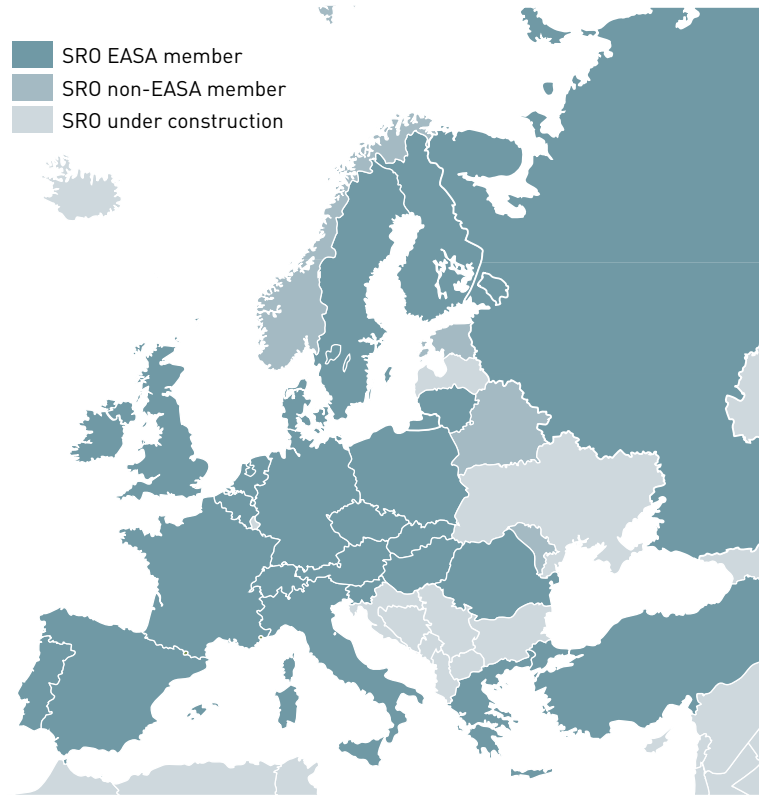
La DG SANCO (Dirección General de Sanidad y Consumo de la Comisión Europea), organizó en 2006 la "Advertising Roundtable". Su finalidad era analizar y evaluar la autorregulación publicitaria para examinar su utilidad y los requisitos que debería cumplir para ser reconocida como eficaz. A través de las reuniones mantenidas en Bruselas entre EASA, la DG SANCO y las asociaciones de consumidores europeas, se analizó el funcionamiento de los distintos sistemas de autorregulación existentes en Europa. En el informe elaborado por Robert Madelin (Director General de la DG SANCO), la Comisión Europea llegó a la conclusión que la autorregulación es una opción que siempre debe considerarse cuando se busca "el menor coste, el más efectivo, el más proporcionado y una respuesta suficientemente legítima para intervenciones públicas y de carácter político a nivel de la UE."

EASA asumió el compromiso de incentivar el cumplimiento, por parte de los SRO's (sistemas nacionales de autorregulación publicitaria) de todos los estándares establecidos en el EASA Best Practice Model. Periódicamente, la DG SANCO y EASA verifican las mejoras producidas por los SRO's en relación a los citados estándares.

AUTOCONTROL está dentro del grupo de los organismos de autorregulación europeos que actualmente cumplen con todos los requisitos definidos en el seno de la "Advertising Roundtable", tras la realización de nuestra primera campaña publicitaria el pasado año 2007, para darse a conocer al consumidor. Esa acción de comunicación se mantendrá, de forma permanente, con nuevas campañas de publicidad.

El DG SANCO, Robert Madelin destacó en una intervención realizada recientemente en nuestro país, que entre los sistemas de autorregulación existentes en Europa "se podría citar como uno de los primeros de la clase a AUTOCONTROL, reconocido por su credibilidad, derivada de la transparencia, calidad, autoridad e independencia de su Jurado".

■ SRO EASA member
■ SRO non-EASA member
■ SRO under construction



Resolución de controversias de asignación de dominios “.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 extrajudicial 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.



Resolución de controversias sobre publicidad interactiva: CONFIANZA ONLINE

El Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL también se encarga de la resolución extrajudicial de controversias sobre publicidad interactiva de CONFIANZA ONLINE

CONFIANZA ONLINE, nació a finales de 2002 por acuerdo de AUTOCONTROL y AECEM (Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional). Su objetivo principal es aumentar la confianza de los consumidores en los nuevos medios interactivos.

CONFIANZA ONLINE recibió (BOE de 25 de octubre de 2005), el “Distintivo Público de Confianza” otorgado por el Gobierno por cumplir los requisitos establecidos en el Real Decreto 292/294 de 20 de febrero que desarrolla la LSSI. Actualmente, alrededor de 270 webs de empresas adheridas exhiben el sello de CONFIANZA ONLINE.

Movidos por el espíritu de aunar esfuerzos en el desarrollo de la confianza, la calidad y la seguridad en los nuevos medios, a principios de 2008, Red.es (Ministerio de Industria) y los Consejos Audiovisuales de Cataluña, Andalucía, Navarra y Andorra acordaron con AUTOCONTROL Y AECEM fusionar su sistema de autorregulación para Internet (IQUA) con CONFIANZA ONLINE, integrándose en una única Asociación que lleva por nombre Agencia para la Calidad en Internet (IQUA) y cuyo sello de confianza es el de CONFIANZA ONLINE

El objetivo de la integración de ambos sistemas es promover y reforzar la confianza de los usuarios en las páginas web por medio de una gestión conjunta de un sistema de autorregulación y un sello de confianza. Asimismo, dicha integración se realiza con vocación abierta hacia diferentes instituciones, tanto públicas como privadas, que quieran sumarse a esta iniciativa.

Los ámbitos de actuación serán los relacionados con la autorregulación en publicidad, comercio electrónico, protección de la infancia, accesibilidad, usabilidad, fiabilidad, privacidad y protección de datos.

En cuanto a las reclamaciones que se reciban, los órganos extrajudiciales de resolución de controversias serán los integrados hasta ese momento en Confianza Online: la Junta Arbitral Nacional de Consumo -para asuntos que no hayan podido ser resueltos a través del Comité de Mediación de AECEM- y el Jurado de AUTOCONTROL, para la publicidad interactiva, únicos órganos hasta el momento reconocidos en los términos de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y en el Real Decreto 292/2004.



■ CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE)

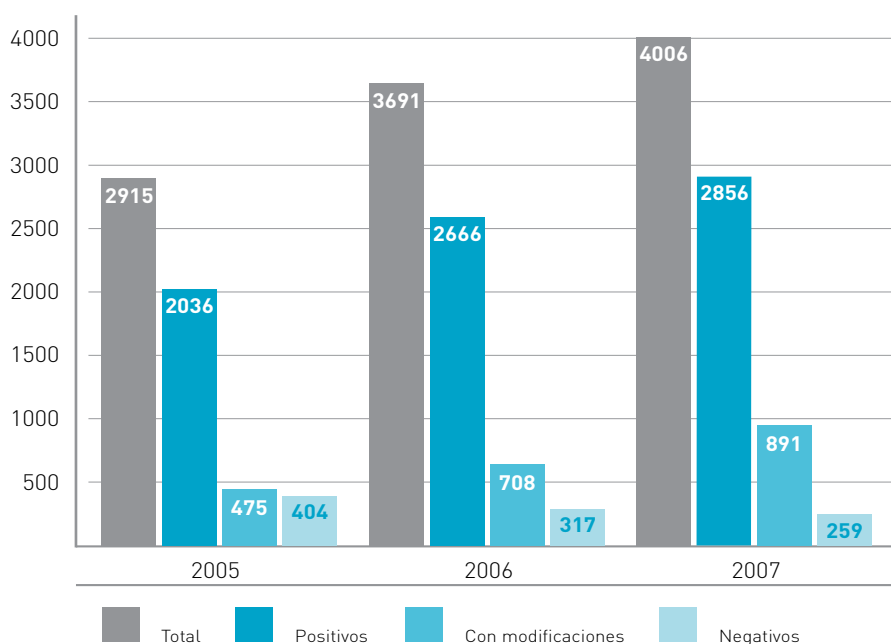
El servicio de Consulta previa (Copy Advice) fue puesto en marcha por la industria publicitaria, a través de AUTOCONTROL, como complemento del sistema de control post-emisión del anuncio y con el objetivo de reducir el riesgo de incumplimiento de las normas que regulan la publicidad.

Se trata de un servicio de asesoramiento no vinculante sobre la corrección legal y ética de un proyecto de campaña o anuncio, antes de su difusión al público. Puede ser solicitado por el propio anunciante, su agencia o el medio donde se vaya a emitir. La atención de las Consultas Previas es realizada por el Gabinete Jurídico de AUTOCONTROL de forma absolutamente confidencial.

La rapidez de este servicio (el tiempo medio de emisión del Copy durante el pasado año fue de 24 horas para televisiones y 72 horas para anunciantes y agencias), unido a la amplia experiencia en materia de regulación publicitaria adquirida por el Gabinete Técnico de AUTOCONTROL, ha permitido la atención de los Copy Advice con un gran margen de eficacia.

La consulta previa voluntaria, unida al asesoramiento legal que AUTOCONTROL realiza, se ha convertido en una herramienta eficaz para reducir el riesgo de incumplimiento de las normas que regulan la publicidad. Tal es el grado de aceptación de este servicio que, actualmente, es más solicitado que las propias intervenciones del Jurado. Anunciantes, agencias y medios remitieron durante el 2007 a AUTOCONTROL, más de 4000 proyectos de anuncios para su revisión, antes de que fueran emitidos. Además, las peticiones de asesoramiento e informes ascendieron a 2546 durante 2007. En total, **6552 consultas atendidas en 2007; lo que hace un total de 22.500 consultas previas atendidas desde la puesta en marcha de este servicio.**

Además, el uso progresivo del Copy Advice ha mejorado el conocimiento de los límites legales de la publicidad por parte de la industria publicitaria, lo que se ha traducido en un crecimiento significativo del número de anuncios que obtienen un informe positivo.



■ AUTORREGULACIÓN EN TV

La labor preventiva llevada a cabo por AUTOCONTROL es especialmente patente en el marco de la publicidad televisiva.

AUTOCONTROL, conjuntamente con la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), Autoridad Audiovisual del Estado, realizan un intenso trabajo para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria en el medio televisivo, en el marco del Acuerdo firmado entre ambas entidades en diciembre de 2003.

En virtud de este Acuerdo, la SETSI reconoce la utilidad del procedimiento de autorregulación para la publicidad televisiva, en cuanto mecanismo complementario de los procedimientos administrativos y judiciales, creado por el Convenio suscrito en 2002 por los operadores de televisión: Telecinco, RTVE, Antena3, Sogecable (La CUATRO), FORTA; AUTOCONTROL y la Asociación Española de Anunciantes (AEA). Posteriormente se han adherido la SEXTA y los canales autonómicos: Canal Sur Televisión; Televisió de Catalunya; Telemadrid; Televisión Autonómica Valenciana; Televisión de Galicia; Euskal Telebista-Televisión Vasca; Televisión Pública de Canarias; Televisión Autonómica de Castilla-la Mancha; Televisión Autonómica de Murcia; Televisión Autonómica de Aragón, Televisión del Principado de Asturias y Televisió de les Illes Balears.

A través de la firma de este Convenio, los operadores de televisión adheridos, cuando tienen dudas acerca de la licitud de un anuncio que le sea remitido para su emisión, pueden solicitar a AUTOCONTROL la elaboración de un Dictamen previo sobre dicho anuncio.

Ambos Convenios, aunque firmados en diferentes momentos, son complementarios entre si. Por un lado, los operadores de Televisión deciden crear un sistema de autorregulación de la publicidad televisiva, confiando su gestión a AUTOCONTROL y, por otro lado, la Autoridad Audiovisual reconoce ese sistema y acepta la cooperación de AUTOCONTROL a través de los Copy Advice. Ambos Convenios establecen sus respectivas Comisiones de seguimiento, que se reúnen mensualmente, siendo AUTOCONTROL el enlace entre ambas, de forma similar al rol que juegan los sistemas de autorregulación francés e inglés (desde hace años) con sus respectivas autoridades audiovisuales, por un lado, y sus operadores nacionales de TV, por otro.

Los positivos resultados de este Sistema, son indiscutibles y así lo refleja el elevado número de solicitudes de consulta previa recibidas. Concretamente, **en 2007**, y en el contexto de los citados Convenios, el **Gabinete Técnico de AUTOCONTROL ha revisado, antes de su emisión, 3.187 anuncios televisivos**. De los anuncios revisados, 2.257 han obtenido Copy Advice positivo, 733 con observaciones y 197 negativos.

También en el ámbito de la publicidad televisiva se realiza un especial esfuerzo en la protección de los menores, de este modo AUTOCONTROL revisó en 2007, a solicitud de anunciantes, agencias o medios, alrededor del 90% de la publicidad televisiva dirigida a la infancia. Especial compromiso en este ámbito, tienen los sectores de juguetes, videojuegos y alimentación.

Además, recientemente AUTOCONTROL ha ampliado su colaboración con las autoridades audiovisuales con la firma de convenios con el **Consejo Audiovisual de Andalucía**, con el **Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)** y con el **Consejo Audiovisual de Navarra**.



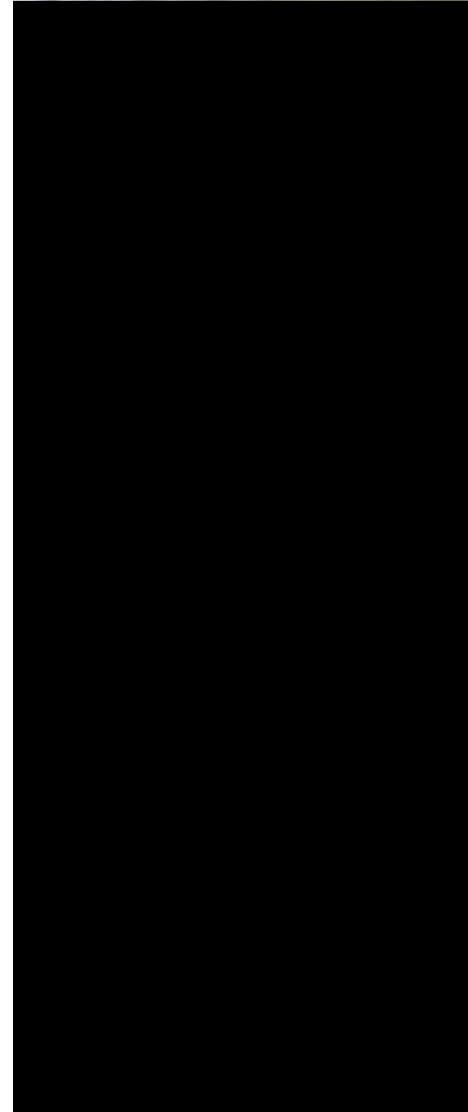
■ AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

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

Además, AUTOCONTROL se ha convertido en un organismo de referencia para la aplicación y control de los códigos sectoriales de todos los ámbitos publicitarios.

Actualmente AUTOCONTROL tiene firmado convenios de autorregulación sectorial en diferentes campos, entre los que se encuentra:

- **Publicidad Cervezas: Convenio con Cerveceros de España** (junio 2003)
- **Publicidad Bebidas Espirituosas: Convenio con FEBE** (junio 2003)
- **Publicidad Televisiva: Convenio AUTOCONTROL - AEA - operadores de TV** (junio 2002). Convenio SETSI (Ministerio Industria) - Autocontrol (diciembre 2003)
- **Publicidad Interactiva y Comercio Electrónico: Convenio AUTOCONTROL - AECEM** para coestionar **CONFIANZA ONLINE** (noviembre 2002)
- **Promoción de Medicamentos: Convenio con Farmaindustria** (abril 2002) y **ANEFP** (marzo 2007)
- **Publicidad de Juguetes: Convenio con AEFJ** (junio 2003)
- **Defensa de la Marca: Convenio con ANDEMA** (febrero 2004)
- **Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a niños, CÓDIGO PAOS: Convenio con FIAB** (junio 2005) - **Ministerio Sanidad** - Autocontrol
- **Publicidad de Videojuegos: Convenio con ADESE** (junio 2005)
- **Publicidad de Tecnología Sanitaria: Convenio FENIN** (febrero 2006)
- Autorregulación de **Investigación de Mercados y Opinión Pública: Convenio con ANEIMO** (junio 2006)
- **Publicidad de Productos de Nutrición Enteral: Convenio con AENE** (octubre 2006)
- **Convenio con Red.es** para la resolución de controversias en la **asignación de dominios “.es”** (febrero 2006)
- **Publicidad de preparados alimenticios especiales, dietéticos y plantas medicinales: Convenio con AFEPADI** (enero 2007)





Código PAOS de FIAB: un buen ejemplo de cooperación Industria-Administración

Un magnífico ejemplo del buen funcionamiento de la autorregulación en esquemas de "cooperación con la Administración" lo encontramos en el Acuerdo sobre la Autorregulación de la Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a menores (Código PAOS de FIAB), firmado por el Ministerio de Sanidad y Consumo, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), y AUTOCONTROL. En dicho Convenio se encarga a AUTOCONTROL el control del cumplimiento de dicho Código.

El Código PAOS de FIAB, que entró en vigor en septiembre de 2005, es uno de los ejes principales de la estrategia NAOS liderada por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (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. Hasta el momento, el Código PAOS ha sido suscrito por 36 empresas, entre las que se encuentran los principales inversores en publicidad de alimentos para menores.

En el marco de este Convenio y desde su entrada en vigor, el Gabinete Técnico de AUTOCONTROL ha resuelto 976 consultas previas sobre proyectos de anuncios de alimentos y bebidas dirigidos a niños, antes de su emisión, por parte de empresas adheridas a PAOS; de ellas, 394 en 2007. En el apartado de reclamaciones, desde su entrada en vigor, sólo se han presentado 10 reclamaciones. Tal y como señaló recientemente la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, esta cifra expresa una baja conflictividad en torno al Código. El Código PAOS cuenta con una Comisión de Seguimiento, presidida por la AESAN y compuesta por representantes de FIAB, AEA y el Consejo de Consumidores y Usuarios. AUTOCONTROL ejerce la Secretaría.

El buen funcionamiento de este Código y sus beneficios son incuestionables y así lo ha expresado en numerosas ocasiones la Administración. De este modo, durante la celebración de la II Convención de la Estrategia NAOS, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), hizo un balance muy "positivo" de los dos años y medio de vida que tiene el Código PAOS de FIAB, destacando los datos de Actividad de AUTOCONTROL en su función de aplicación de dicho Código.

■ AUTOCONTROL CON LA 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, la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de la *Global Reporting Initiative*, 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.

Siguiendo esta Guía, algunas de las más importantes empresas de nuestro país ya han integrado en su informe anual de RSC los datos relativos a su participación en el sistema de autorregulación publicitaria de AUTOCONTROL. Así sucede, por ejemplo, con Caja Madrid; Telefónica S.A.; Unilever España; Repsol; RENFE; Panrico; McDonald's; Grupo Mahou; La Caixa; Cepsa; Caja Extremadura; Zenith Media; Optimedia; Tapsa; Media Planning; JC Decaux; El Corte Inglés; Sanitas; Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana; Radio Televisión de Andalucía y la Ser.

JUNTA DIRECTIVA DE AUTOCONTROL (julio 2008)

PRESIDENTE:

D. Juan Astorqui Portera
Director General Adjunto y Director de Comunicación
CAJA MADRID

VICEPRESIDENTES:

D^a. Aránzazu Cordero Hernández
Directora General
UNILEVER ESPAÑA, S.A. - Home & Personal Care

D. Miguel Ángel Bañuelos de Lucas
Presidente
BBDO ESPAÑA

D. Ángel de Vicente Boyero
Director Gerente Comercial
RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA

D. Rafael García Gutiérrez
Director General
ASOCIACIÓN PARA EL AUTOCUIDADO DE LA SALUD (ANEPF)

TESORERO:

D. Pablo San José Sanz
Director General Comercial y Publicidad Grupo Zeta
EDICIONES PRIMERA PLANA, S.A. (El Periódico)

VOCALES:

D. Luis Antonio Petit Asumendi
Director General
ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE MEDIOS (AM)

D. Juan Ramón Plana Pujol
Director General
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES (AEA)

D. Carlos Rubio de Miguel
Director General
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (AEAP)

D. Reinaldo Argüelles Fernández
Director General
ASOCIACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS DE ESPAÑA (AMPE)

D. Enric Pujadas Rovirosa
Presidente
BASSAT OGILVY

D. Pedro A. García López
Director de Relaciones Externas
CIA. COCA-COLA DE ESPAÑA, S.A.

D. Manuel Areán Lalín
Secretario General
CORPORACIÓN VOZ DE GALICIA, S.L.U.

D. Xavier Mitjavila i Moix
Director de Marketing
DANONE, S.A.

D. José Antonio Bonache Aparisi
Gerente de Relaciones Externas
DIAGEO ESPAÑA, S.A.

D^a. Lourdes Fraguas Gadea
Secretaria General
FARMAINDUSTRIA

D. Jaime Gil Robles
Director General Ejecutivo
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (FEBE)

D^a. María Jesús Solaún Ais
Directora de Servicios de Marketing
GERENCIA DE MEDIOS (GDM)

D. José Manuel Lancha Martí
Vicepresidente
GREY ESPAÑA, S.L.U.

D. Alberto Velasco Alonso
Director de Comunicación Institucional y Relaciones Externas
GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL

D. Marcel.li Zuazua Mensa
Presidente
INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU SPAIN (IAB)

D. Javier López-Zafra
Director Asesoría Jurídica y Relaciones Externas
L'OREAL ESPAÑA, S.A.

D. Gonzalo Sánchez-Taíz Revenga
Director General
McCANN ERICKSON ESPAÑA, S.A.

D. José María Sanabria Luengo
Director General España
MEDIA PLANNING

D. Amadeo Blasco Abadal
Marketing Manager
NUTREXPA, S.A.

D^a Chiqui Búa Rojas
Directora General
PUBLICIS COMUNICACIÓN ESPAÑA, S.A.

D^a. M^a Dolores Álvarez García
Directora Comercial
RADIO TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA

D^a. María del Pilar Marqués Martínez
Subdirectora Servicios de Marketing
REPSOL YPF, S.A.

D. Fructuoso Moreno Escobar
Presidente
TBWA ESPAÑA, S.A.

D. Félix Muñoz Lázaro
Director General de Servicios de Marketing
TELEFÓNICA

D. Alejandro de Vicente Santos
Director General de Publicidad
UNIDAD EDITORIAL, S.A. (El Mundo)

D. Sergio Lorca Fernández
Chief Executive – Iberia & Latinoamérica
ZENITHOPTIMEDIA, S.A.

SECRETARIO:

José Domingo Gómez Castallo
Director General
AUTOCONTROL

■ JURADO DE LA PUBLICIDAD DE AUTOCONTROL (julio 2008)

PRESIDENTE: **D. Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano**
Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Presidente de la Sección de Derecho Mercantil de la Comisión General de Codificación.

SECCION PRIMERA

Presidente: **D. Eduardo Galán Corona**
Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Salamanca

Vocales: **D^a. M^a Isabel de Salas Nestares**
Decana de la Facultad de CC. Sociales y Jurídicas, Directora Observatorio Below, Universidad CEU Cardenal Herrera. Ex-Directora de la agencia de publicidad Alas DPP (Grupo BSB)

D. Rolando Sainz de la Peña
Ex-Presidente del Grupo Bassat Ogilvy

D^a. Concepción Llaguno Marchena*
Doctora en Ciencias Químicas. Ex-Directora del Instituto del Frío, Consejo Superior de Investigaciones Científicas

SECCION SEGUNDA

Presidente: **D. José Manuel Otero Lastres**
Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Alcalá.

Vocales: **D^a. Dolores Bañares Acedo***
Ex-Subdirectora General de Normativa y Arbitraje del Instituto Nacional de Consumo

D. José María Ricarte Bescós
Catedrático de Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona

D. José Casals Jiménez
Licenciado en Derecho y Ciencias Empresariales. Ex-Director de Recursos Humanos y Relaciones Públicas de UNILEVER

SECCION TERCERA

Presidente: **D. Antonio Pérez de la Cruz Blanco**
Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad Alcalá de Henares. Ex Decano de la Facultad de Derecho y Ex Rector de la Universidad de Málaga.

Vocales: **D^a. M^a Isabel Reyes Moreno**
Profesora Titular y Secretaria del Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid

D. Francisco Javier Angelina González*
Ex-Presidente del Consejo de Consumidores y Usuarios

D. Josep Borrell Vilarrasa
Licenciado en Psicología. Ex-Director de Servicios de Marketing de Henkel Ibérica.



SECCION CUARTA

- Presidente:** **D. Manuel Rebollo Puig***
Catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad de Córdoba
- Vocales:** **D. José Miguel Fernández López**
Licenciado Filosofía y Ciencias de la Educación. Ex-Director de Comunicación de Philips Ibérica
- D. Javier Fernández del Moral**
Catedrático de Información Periodística Especializada de la Universidad Complutense de Madrid
- D. Domingo Vila Serra**
Doctor en Ciencias de la Comunicación (Publicidad). Ex-Consultor de Consultores de Publicidad. Ex-Vicepresidente de McCann Ericsson

SECCION QUINTA

- Presidente:** **D^a. M^a. Teresa de Gispert Pastor**
Catedrática de Derecho Mercantil de la Universidad de Barcelona
- Vocales:** **D. Cristóbal Gómez Benito***
Profesor Titular del Departamento de Sociología II de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- D^a. Ana María Pascual Gisbert**
Licenciada en Ciencias de la Información. Ex-Jefe de Servicios al Consumidor de Nestlé España
- D. Fidel Berlinches Rodríguez**
Licenciado en Derecho. Ex-Secretario de la Comisión Asesora de Publicidad de RTVE

SECCION SEXTA

- Presidente:** **D. Julio González Soria**
Profesor Derecho de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Presidente Corte Arbitraje de Madrid.
- Vocales:** **D. Carlos Sánchez-Reyes de Palacio ***
Licenciado en Ciencias Económicas; Consultor. Presidente del Consejo de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)
- D. Rafael Gimeno-Bayón Cobos**
Ex-Juez. Profesor Titular de Derecho de Patentes en el Master Magíster Lucentinus sobre Propiedad Industrial de la Universidad de Alicante
- D^a. Marta Martín Llaguno**
Profesora Titular de Deontología Publicitaria de la Universidad de Alicante. Vicedecana de la Facultad de Ciencias Sociales
- SECRETARIO** **D. José Domingo Gómez Castallo.**
Director General de Autocontrol
- SECRETARIO TECNICO** **D. Anxo Tato Plaza.**
Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Vigo y árbitro de la OMPI

* Nombrados en virtud del Convenio suscrito por AUTOCONTROL con el Instituto Nacional de Consumo, el 13 de enero de 1999

RELACIÓN DE ADHERIDOS A AUTOCONTROL (julio 2008)

ANUNCIANTES:

Abbott Laboratories, S.A.	Chevrolet España, S.A. (Daewoo Motor Iberia)	Laboratorios Dr. Esteve, S.A.
Accenture, S.L.	Chupa Chups, S.A.	Laboratorios Inibsa, S.A.
Actafarma, S.L.	Damm, S.A. (Estrella Damm, Agua Fuente Liviana y Agua Veri, Cerveza Voll Damm)	Laboratorios Phergal, S.A.
Activision Spain, S.A.U.	Danone, S.A.	Lego, S.A.
Acuamed	Día, S.A.	Lilly, S.A.
ADIF (Administración de Infraestructuras Ferroviarias)	Diageo España, S.A.	Lo Monaco Hogar, S.L.
Agua Sierra Cazorla	Directo a Casa Venta Directa, S.L.	L'ORÉAL España, S.A.
American Nike, S.A.	El Corte Inglés, S.A.	LU Biscuits, S.A.
Arbora & Ausonia, S.L.	Electronic Arts Software, S.L.	Marie Brizard Distribución, S.A.
Arkochim España, S.A.	Esmena, S.L.	Mars España Inc. y Cía. Food SRC
Astellas Pharma, S.A. (Yamanouchi)	Fábricas Agrupadas de Muñecas de Onil (Famosa)	Mattel España, S.A.
Audi	Faes Farma	McCain España, S.A.
Autobar Spain, S.A.	Fagor Electrodomésticos, S. Coop. Ltda.	McDonald's Sistemas de España
Bacardí España, S.A.	Falca Toys, S.L.U.	Media Markt Saturn admón. España, S.A.U.
Bancaja, Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alicante	Fallera Nutrición, S.L.U.	Mercedes-Benz España, S.A.
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	Farma-Lepori, S.A.	Merck Sharp & Dohme de España, S.A
Banco Santander, S.A.	Ferrero Ibérica, S.A.	MGA Entertainment Iberia
Bandai España, S.A.	Flairview Travel	Molto y Cia, S.A.
Barclays Bank, S.A.	France Telecom España, S.A. – Orange: antiguas (Uni2-Wanadoo, Amena, Ya.Com)	Nabisco Iberia, S.L.U.
BBK Bilbao Bizkaia Kutxa	Gaes, S.A.	Nestlé España, S.A.
Bdf Nivea, S.A.	Gallina Blanca, S.A.	NitroPharma, S.L.
Beam Global España, S.A. (Allied Domecq)	Gas Natural SDG, S.A.	Nomaco Spain
Bicentury, S.L.	General Motors España, S.L.	Novartis Consumer Health, S.A.
Bimbo, S.A. (Grupo Sara Lee de España, S.A.)	Genomma Laboratorios Médicos, S.L.	Nuevas Técnicas Estética Palma (Nutespal)
Bio-Ener, S.L.	Giochi Preziosi España, S.L.	Numil Nutrición, S.R.L.
Bizak, S.A.	Giro Marketing & Sales, S.L.	Nutrexpa, S.A.
Blas & Castilla, S.L.	GlaxoSmithKline Consumer Healthcare, S.A.	Omega Pharma España, S.A. (Chefaro Española)
BP Oil España, S.A. (BP Premierclub)	Granollers's Broker, S.L.	Organización Nacional de Ciegos (O.N.C.E.)
Burger King España, S.A.	Grupo Garvey	Panrico SLU
Cableuropa, S.A.U. (ONO)	Grupo Iberdrola	Pernod Ricard España, S.A.
Cadbury España, S.L. (Adams Spain)	Grupo Lactalis Iberia, S.A. (Lácteos President)	Peugeot España, S.A.
Caixa Catalunya	Grupo Leche Pascual, S.A.U.	Pharma Nord España
Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "La Caixa"	Grupo Sos (Sos Cuétara, Grupo Koipe, Carbonell, Salsas y Vinagres, Sara, Intervan)	Philip Morris Spain, S.A.
Caja de Extremadura	Hasbro Iberia, S.L.	Philips Ibérica, S.A.
Caja España de Inversiones, Caja de Ahorros y M.P.	Heineken España, S.A.	Prima, S.A. (Plataforma Relaciones Integrales Mediación Asegurador, S.A.)
Caja Madrid	Henkel Ibérica, S.A.	Procesos Farmacéuticos Industriales, S.L. (Pharmadus)
Cajasol (Caja Ahorros El Monte y San Fernando)	Herba Nutrición, S.L.U.	Procter & Gamble España, S.A.
Calvo Distribución Alimentaria, S.L.U.	Housediet, S.L.U. (Naturhouse)	Puig Beauty & Fashion Group, S.L. (Antonio Puig)
Campofrío Alimentación, S.A.	Iberia Líneas Aéreas de España, S.A.	Puleva Food, S.L.
Casa Santiveri, S.L.	Ikea Ibérica, S.A.	Química Farmacéutica Bayer, S.L.
Cataro Nopal, S.L.	Imc. Toys, S.A.	Race Asistencia, S.A.
Centros Comerciales Carrefour, S.A.	Import y Export Varma, S.A.	Reckitt Benckiser España, S.A.
Cepsa	Industex, S.L.	Recovery Labs, S.A.
Cervezas Mahou, S.A.	Jazz Telecom, S.A.U.	Renault España Comercial, S.A.
Ciba Vision, S.A.	J. García Carrión, S.A.	RENFE
Citroën Hispania, S.A.	Johnson & Johnson, S.A.	Repsol YPF, S.A.
Cía. Coca-Cola de España, S.A.	Johnson's Wax Española, S.A.	Robert Bosch España, S.A.
Codorníu, S.A.	José Luis Montosa, S.L. (Frutas Montosa, S.L.)	Rural Tours Viajes, S.A.
Colgate-Palmolive España, S.A.	José Sánchez Peñate, S.A.	S.A. de Promoción y Ediciones (Club Internacional del Libro)
Comercial Gallo, S.A.	Kaiku Corporación Alimentaria, S.L.	Sanitas, S.A. de Seguros
Conservas Garavilla, S.A.	Kellogg's España, S.A.	San Miguel Fábricas de Cerveza y Malta, S.A.
Consorcio Distribución Fortaleza, S.A. (Café Fortaleza)	Kraft Foods España, S.A.	Sara Lee Household & Body Care España, S.L.
Corporación Alimentaria Peñasanta (CAPSA) (Central Lechera Asturiana)	Kutxa (Caja de Ahorros de Guipúzcoa y San Sebastián)	Serinat Distribuciones, S.L.
Corporación Dermoestética, S.A.	Labo Europa, S.R.L.	Servired Sociedad Española de Medios de Pago S.A.
Coty Astor, S.A.	Laboratorios Diafarm	Simba España, S.A.
Credit Services, S.A.		Snack Ventures, S.A. (Matutano)
Chicco Española, S.A.		



Sociedad Americano-Barcelona Internacional de Comercio, S.A.
Sony Computer Entertainment España, S.A.
Sony Pictures Releasing de España, S.A. Telefónica, S.A.
Telefónica de España, S.A.U. (Telefónica y Terra)
Telefónica Móviles España, S.A.U.
Yell Publicidad, S.A. (Telefónica Publ. e Información)
The Eat Out Group, S.L. (Bocatta y Pans & Company)
TMG Company
Total Tim
Toys "R" US Iberia, S.A.
Ubisoft, S.A.
Unilever España, S.A.
Unilever Foods España, S.A.
Unión FENOSA
Viajes Atenea, S.A. (Mundoviaje)
Viajes Cristol, S.A.
Viajes Marsans, S.A.
Vitamentos, S.L. (Verofit)
Vodafone España, S.A.
Wrigley Co, S.A. (Joyco)
Wyeth Farma, S.A. (Consumer Healthcare)
Xfera Móviles, S.A. (Yoigo)
Zapf Creation España

MEDIOS:

Atres Advertising, S.L.U. (Antena 3tv, Movierecord Cine y Onda Cero)
Cemusa (Corporación Europea de Mobiliario Urbano, S.A.)
Clear Channel España, S.L.
Compañía de Radio Televisión de Galicia (CRTVG)
Corporación Voz de Galicia, S.L.U.
Diario El País, S.L.
Ediciones Primera Plana, S.A. (El Periódico de Catalunya, El Periódico de Aragón, El Periódico La Voz de Asturias, El Periódico Extremadura, El Periódico Mediterraneo y Sport)
Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S.A.
Ens Públic Radiotelevisió de les Illes Balears
Euskal Irrati Telebista EITB
Gerencia de Medios (GDM) (Diario AS, Diario Cinco Días, Cinemania)
GPS Gestión de Publicaciones y Publicidad, S.L.
Hola, S.A.
Elogia-Consupermisio (Iniciativas Virtuales, S.A.)
Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida
JCDecaux España, S.L.(Sociedad Unipersonal)
Jetix
La Vanguardia Ediciones, S.L.
Mediosfera On Line, S.L.
Prisacom, S.A.
Publiespaña, S.A. – Telecinco
Publipress Media, S.A.
Publiseis – La Sexta
Radio Televisión de Andalucía
Radio Televisión Española

Radio Televisió Valenciana
Screenvision Spain, S.A.
Sociedad Española de Radiodifusión, S.A
Sogecable Media (Cuatro TV)
Televisión Autónoma de Aragón, S.A.
Televisión Autónoma de Castilla-La Mancha
Televisión Autónoma de Murcia, S.A.
Televisión Autonomía Madrid, S.A.
Televisió de Catalunya, S.A.
Televisión del Principado de Asturias, S.A.
Televisión Pública de Canarias, S.A.
Turner Broadcasting System España, S.L. (TCM, CARTOON NETWORK)
Unidad Editorial, S.A. (El Mundo)
Vocento (Grupo Correo Prensa Española, Diario El Correo, S.A. y Periódico ABC, S.L.)
Yahoo Iberia, S.L.

ASOCIACIONES:

Asociación Cerveceros de España
Asociación de Agencias de Medios (AM)
Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana
Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes "AGRUPA"
Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE)
Associació Empresarial Catalana de Publicitat
Asociación Española de Agencias de Marketing Promocional (AEMP)
Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP)
Asociación Española de Anunciantes (AEA)
Asoc. Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE)
Asociación Española de Empresas de Publicidad Exterior (AEPE)
Asociación Española de Fabricantes de Juguetes
Asociación Española de Fabricantes de Preparados Alimenticios Especiales, Dietéticos y Plantas Medicinales (AFEPADI)
Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos Frescos
Asociación Española de Fabricantes de Zumos (ASOZUMOS)
Asociación Española Fabricantes Distribuidores Productos Nutrición Enteral (AENE)
Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE)
Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública, (ANEIMO)
Asociación Nacional de Fabricantes de Quesos
Asociación Nacional de Industriales de Leche Líquida y Derivados Lácteos de Larga Duración
Asociación para el Autocuidado de la Salud (ANEFP)
Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA)

Confederación Española de Empresarios de la Madera (Confemadera)
Farmaindustria
Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD)
Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA)
Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE)
Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (FENIN)
Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (F.I.A.B.)
Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNPE)
Instituto de Estudios del Azúcar y de la Remolacha (IEDAR)
Interactive Advertising Bureau Spain (IAB)

AGENCIAS:

180 Communications BV
AD180 Grupo de Comunicación
AGR Agrupación Empresarial de la Comunicación
Altraforma, S.A.
Bassat, Ogilvy
Canalidea, S.L.
Compañía Creativa Santa Idea
Contrapunto, S.A.
Crispin Porter + Bogusky
C.U. Código Visual, S.L.
Delvico Comunicación, S.L.
Dimarco Asociados, S.A.
Dimensión Marketing Directo, S.L.
DRAFT FCB Spain (Clouseau, S.L.)
Edelman Spain
Engloba Marketing
Grey España, S.A.
Lola
Luis Cerezo Publicidad
McCann Erickson España, S.A.
Media Advertising
Mediaedgencia Mediterránea, S.A.
Media Planning
Moriwase, S.L.
Optimedia España, S.A.
Phineas Taylor Barnum, S.L.
Publicis Casadevall Pedreño & PRG
Publicis Comunicación España, S.A.
Remo Advertising, S.L.
Ricardo Pérez Asociados, S.A.
Scacs, S.A.
Señora Rushmore
Tapsa Agencia de Publicidad, S.L.
TBWA España, S.A.
Tiempo BBDO, S.A.P.
Vitruvio/Leo Burnett
Wieden & Kennedy
Young & Rubicam, S.L.
Zenith Media, S.A.
Zink Publicitat, S.L.

OTROS:

Wottoline, S.A.



La publicidad ¿a quién le importa?

**La publicidad
nos importa a muchos.**

En Autocontrol, anunciantes,
agencias y medios trabajamos
para que la publicidad
sea veraz, legal, honesta y leal.
**Autocontrol. Trabajamos por
una publicidad responsable.**

**AUTO
CON
TROL**

[Asociación para la Autorregulación
de la Comunicación Comercial **]**

www.autocontrol.es