



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

CURSO ACADÉMICO 2018/2019

TRABAJO FIN DE GRADO

Mención en Marketing

**PUBLICIDAD RESPONSABLE Y AUTOCONTROL
RESPONSIBLE ADVERTISING AND AUTOCONTROL**

AUTOR: Eider Badiola Gaubeka

DIRECTOR: M^a Del Mar García de los Salmones Sánchez

FECHA

Septiembre 2019

ÍNDICE

RESUMEN

- Resumen en español.....	3
- Resumen en inglés	3
1.INTRODUCCIÓN.....	4
2.LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	4
3.LA PUBLICIDAD COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN.....	6
3.1. El mensaje publicitario.....	6
3.2. Los medios de comunicación publicitarios.....	7
4.LA REGULACIÓN PUBLICITARIA.....	8
4.1. Asociación de Autorregulación de la comunicación comercial.....	9
5.ANÁLISIS DETALLADO DE RESOLUCIONES.....	11
6.LA PUBLICIDAD EN EL SECTOR DE TELEFONÍA MÓVIL.....	12
7.CONCLUSIONES.....	15
8.BIBLIOGRAFÍA.....	16
9. ANEXOS.....	17

RESUMEN

Resumen en español

Este trabajo trata sobre la publicidad responsable que emplean las empresas en España.

La estructura del mismo, la componen varios capítulos que tratan sobre la RSC, publicidad responsable, la legislación que afecta a este tema, resoluciones de reclamaciones ante el Jurado de Autocontrol y la publicidad en el sector de la telefonía móvil.

Una vez introducido el tema de este trabajo, explicaré en qué consiste la RSC y su contexto histórico para comprender su importancia y por qué es parte fundamental de todas las empresas en nuestro país. Además de aspectos clave para que la RSC sea eficaz y transparente.

A continuación, profundizaré en la publicidad desde el punto de vista de la comunicación, analizándola como una herramienta comunicativa. Haré hincapié en el mensaje publicitario y los medios de comunicación publicitarios ya que son los ejes de la publicidad.

Después, hablaré de la regulación publicitaria española para así dar paso al análisis detallado de las resoluciones presentadas a Autocontrol. El análisis incluye cuales de esas reclamaciones fueron estimadas o desestimadas, a qué sector afecta, quién interpuso la reclamación y a qué empresa, el motivo de la misma y el medio en el que vio la publicidad a reclamar.

Seguidamente, de entre dichas reclamaciones, trataré la publicidad en el sector de telefonía móvil en España teniendo en cuenta las reclamaciones en este sector en el último año.

Finalmente, redactaré las conclusiones personales a las que he llegado al realizar este trabajo.

Resumen en inglés

This paper is about companies' responsible advertising in Spain.

It is structured in different chapters which are about CSR, responsible advertising, spanish advertising legislation, resolutions claims to the Autocontrol's jury and advertising in mobile phone sector.

First of all, I will explain what CSR is and its historic context so it is understood why it is important and why it is fundamental in every company in Spain. Plus, some aspects so it is effective and transparent.

Next, I will describe deeper advertisement, analyzing it as a communication tool. Also, talking about the advertising message and the advertising media which are advertising's axis.

After, comes the legislation chapter so I can focus on the analysis of the claims to Autocontrol. This analysis includes which resolutions were accepted and which ones dismissed, which was the companies' sector, who claims it and to whom, why is it claiming and what was the media were the advertisement was posted.

Following, I will analyze advertisement in mobile phone sector in Spain, linking it up with the claims before mentioned in this specific sector.

Eventually, I will conclude the paper with my personal conclusions about it.

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas españolas deben seguir la legislación y no realizar publicidad engañosa o ilícita. Para ello, antes debemos hablar de la RSC y su importancia en las empresas, los compromisos que adoptan y las medidas que toman que afectan a los consumidores y la sociedad, en general.

Para llevar a cabo estas medidas y mostrar la publicidad como transparente y veraz, entienden la publicidad como una herramienta de comunicación en el que el mensaje y el medio en el que lo publican son clave para llegar al consumidor e influir en su comportamiento.

Dados estos hechos, la legislación española en esta materia ha tenido que modernizarse y nuevas organizaciones sin ánimo de lucro han surgido para asegurar la transparencia de la publicidad y proteger así a los ciudadanos objetivo de estos anuncios.

A pesar de todas las medidas protectoras, aún sigue habiendo casos que demuestran que no siempre son efectivas y por ello existe una plataforma en la que particulares y empresas pueden denunciar estos casos y las empresas deberán modificar o retirar el anuncio en cuestión.

Grosso modo esto es lo que rodea la publicidad en España, en este trabajo me centro en la publicidad responsable y es lo que desarrollaré en los siguientes capítulos y analizaré en más profundidad.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la dirección voluntaria de las políticas, gestión y estrategia, que llevan a cabo las empresas en materia social, medioambiental, y económica que surgen al interactuar con los grupos de interés con los que se relaciona, siendo la empresa responsable de sus acciones y del impacto de éstas. (De la Cuesta González et al. 2004).

Actualmente las empresas desempeñan un papel clave en la sociedad. No son sólo importantes generadoras de riqueza y empleo, sino que sus acciones tienen, o pueden tener, un fuerte impacto social y medioambiental. Por ello, la RSC trata de derivar unos métodos de conducta para las empresas con el ánimo de reducir cualquier impacto negativo en estos ámbitos.

Todos estos cambios vienen dados por el cambio en el pensamiento social. En el siglo XX el trabajador era considerado una especie de máquina que para lo único que valía era para la creación de valor. Mientras que ahora, el trabajador es considerado un activo para la empresa (De la Cuesta González et al. 2004). De ahí que las relaciones entre la empresa y el trabajador sean cada vez más importantes y valiosas, al igual que las mantenidas con agentes exteriores como pueden ser los proveedores, consumidores, distribuidores, y la sociedad en general.

Con carácter general, la sociedad exige unos comportamientos corporativos más respetuosos con la naturaleza, los valores éticos, los derechos humanos, la igualdad de

género, las injusticias sociales, los derechos de los consumidores. Las empresas deben, en consecuencia, atender estas demandas.

En este ámbito, deja de importar el esfuerzo económico que supone para la empresa cambiar ciertas prácticas que lleven a cabo ya que prevalece la moral. Es más importante que deje de utilizarse mano de obra esclava, que dejen de deforestar bosques, dejar de contaminar el medioambiente, malgastar los recursos naturales, por ejemplo, que el dinero que tengan que invertir para dejar de realizar esas malas prácticas. (De la Cuesta González et al. 2004).

Las 10 empresas más admiradas en España según el índice MERCO: Responsabilidad y Gobierno Corporativo (2019), desarrollan prácticas de RSC que publican en su página web oficial, apostando así por la transparencia y aprovechándose de los beneficios que ello ofrece.

Tabla 1. Las 10 empresas más admiradas en España (MERCO)

Grupo Social ONCE	www.once.es
Mercadona	www.mercadona.es
Inditex	www.inditex.com
Caixabank	www.caixabank.es
Mapfre	www.mapfre.com
Iberdrola	www.iberdrola.com
BBVA	www.bbva.com
Repsol	www.repsol.es
Telefónica	www.telefonica.com
Ikea	www.ikea.com

Fuente: Merco (2019).

Uno de los principios clave de la RSC es la transparencia. Navarro (2011) define la transparencia como la capacidad de responder a las peticiones de información de unos ciudadanos cada vez más exigentes con el papel social que debe cumplir la empresa y a sus propios compromisos. Además, para que la información sea transparente debe cumplir los siguientes requisitos:

- Ser veraz y completa: Muchas veces se centran en la veracidad y olvidan que debe, también, ser completa. Se centran en los aspectos fuertes y positivos de la empresa y sus actuaciones, pero no incluyen las malas prácticas que realizan, con lo que el consumidor no está completamente informado.
- Ser comprensible e inteligible: Si la empresa va a mostrar sus cuentas anuales que lo haga de forma que no sólo lo entiendan auditores especializados, sino que adapten la información financiera a un nivel asequible por expertos y no expertos.
- Ser pública y fácilmente accesible: El público general debe poder acceder a la información de forma fácil, por lo que no debe estar disponible solo en registros, boletines, etc. si no que el alcance debe ser mayor y, por ejemplo, estar en la página web de la empresa.

Por tanto, es importante efectuar una comunicación transparente, y responsable. En el caso específico de los consumidores, para llegar a ellos las empresas recurren principalmente a la publicidad. Lo que trata de cambiar la publicidad responsable es no seguir fomentando comportamientos sociales negativos, como puede ser no encasillar a la mujer en roles de ama de casa para que los perceptores no asuman un comportamiento machista como normal o no seguir dirigiendo anuncios de alimentos no saludables a los niños para que lleven una alimentación saludable.

Todos estos aspectos se tratarán en los siguientes apartados.

3. LA PUBLICIDAD COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

Según Arens (2000), la publicidad es una comunicación estructurada controlada por la empresa, no personalizada, de índole persuasiva, que se refiere a productos (bienes, servicios e ideas) y se difunde a través de diversos medios de comunicación. Es una herramienta impersonal porque está dirigida a grupos de personas y no a individuos.

La publicidad está estructurada y compuesta por elementos verbales y no verbales para llegar de forma más fácil al receptor. Busca ser persuasiva, influir en el comportamiento de las personas para que sigan un producto, servicio o idea, por ello, conlleva la transmisión continua de información entre los diferentes elementos que forman el proceso de comunicación publicitaria (emisor, mensaje publicitario, medios de comunicación y receptor).

En empresas con ánimo de lucro, sus principales objetivos son los de crear y mantener relaciones estables con los consumidores, influir en su comportamiento para que adquieran el bien o servicio objeto de la publicidad. En términos generales, "el fin general de la publicidad es comunicar y convencer, llegar al público objetivo y conectar con él." (Rodríguez del Bosque et al. 2008. Pág. 56)

Los principales ejes de la publicidad son el mensaje publicitario y los medios de comunicación publicitarios:

3.1. El mensaje publicitario.

Se define como el "conjunto de símbolos, sonidos, colores o imágenes con los que el emisor trata de comunicar una serie de beneficios o atributos relacionados con la oferta." (Díez De Castro et al. 2002.)

Para conseguir sus objetivos y lograr persuadir al consumidor, el mensaje cuenta con tres recursos:

- El mensaje lingüístico: Incluye el componente escrito o auditivo, es el núcleo del mensaje, lo que se quiere decir con él.
- El mensaje icónico codificado: Se refiere al significado del mensaje, cómo lo entendemos debido a nuestra cultura y sociedad.
- El mensaje icónico no codificado: Se trata de la connotación del mensaje, de lo que significa en una situación concreta.

Destacan cuatro elementos que son los que van a hacer que el mensaje sea persuasivo: la fuente, el propio mensaje, el canal de comunicación y la audiencia.

- La fuente: Un emisor que sea experto en la materia genera más confianza a la hora de recibir el mensaje. Si, además, tiene dotes a la hora de hablar en público o con desconocidos puede llegar a ser más persuasivo. Por último, si proviene de una fuente atractiva también causará repercusión en el receptor.
- El mensaje: Para llegar al consumidor se emplean mensajes racionales, los que apelan al sentido común; emocionales, los que están relacionados con los sentimientos; unilaterales, muestran las ventajas del producto; o bilaterales, se lleva a cabo una contra argumentación.
- El canal de comunicación: Existen los canales tradicionales (off line) como pueden ser la prensa, radio, televisión... pero en la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías, hay muchas nuevas maneras de comunicación, siendo la más importante Internet (on line).
- La audiencia: El mensaje tendrá mayor efecto si está destinado a un público implicado e interesado en ello. Por ello, los anunciantes, tratan de elegir medios de comunicación orientados a ese público objetivo. Si el público está poco involucrado valorará más el atractivo de la fuente, el humor... y, por lo tanto, el mensaje será olvidado con el tiempo.

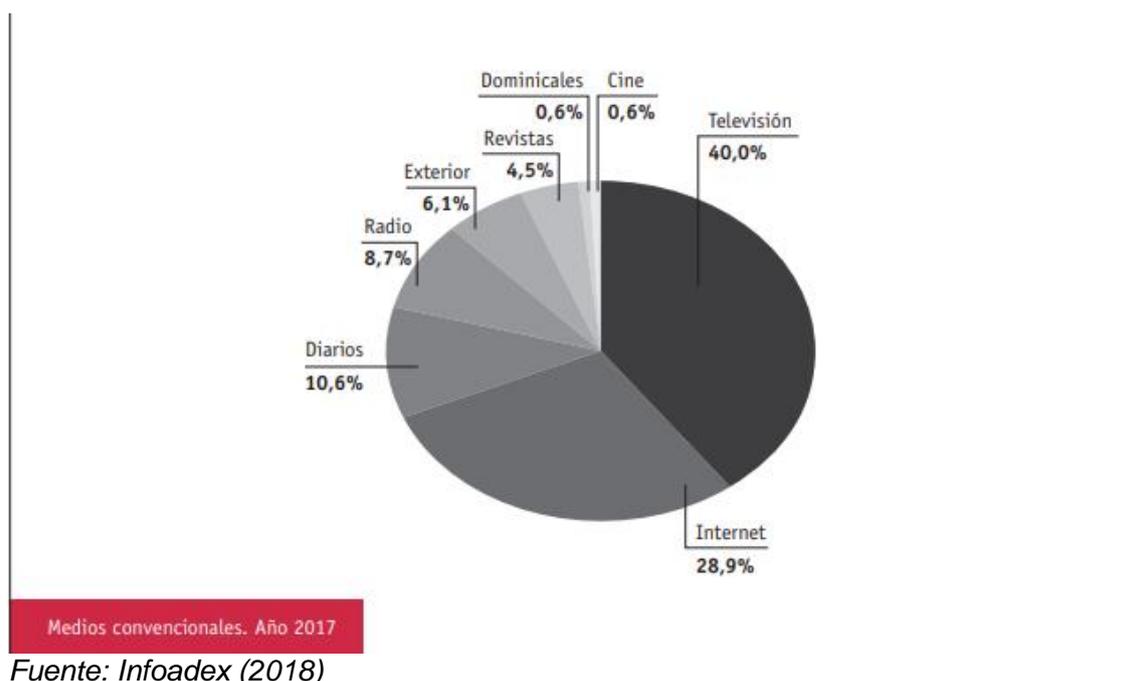
3.2. Los medios de comunicación publicitarios.¹

“La selección de medios y soportes es el eje central de toda campaña publicitaria” (Rodríguez Del Bosque, et al. 2008). En la actualidad la audiencia está muy fragmentada, ello conlleva a que los medios de comunicación estén cada vez más especializados. A continuación, se detallan las características de los principales medios publicitarios y sus porcentajes de inversión (Figura 1.):

- Prensa: Principalmente periódicos y revistas. Gracias a su flexibilidad su alcance geográfico es alto. El público al que está dirigida la prensa es gente que busca información por lo que los anuncios en este medio pueden no ser tan concisos como en otros medios. Este medio se caracteriza por la posibilidad de dirigirse a un público más específico, sobre todo la publicidad en las revistas. En 2017, la inversión incurrida en este medio fue de 567,4 millones de €, un 8,1% menos que el año anterior.
- Televisión: Es el medio con mayor impacto en el público y también el más caro. Gracias a su gran alcance se trata del medio más efectivo. La inversión en este medio en 2017 fue de 2.143,3 millones de €, 1% mayor que en 2016.
- Radio: Este medio permite seleccionar el número de audiencia, también es flexible geográficamente y permite dirigirse al público nivel nacional o local, de ahí que gran número de empresas locales elijan este medio para publicitarse. Tiene la ventaja de que este medio publicitario supone un bajo coste para la empresa anunciante. En 2017 se invirtieron 465,8 millones de € en este medio, 1,7% más que en 2016.
- Medios exteriores: El alcance es mayor que todos los anteriores ya que llegan a todos los ciudadanos. El estilo es sencillo y se caracterizan por incluir frases cortas e imágenes atractivas y grandes. La inversión en 2017 fue de 326,6 millones de €, aumentó en 1,7% respecto a la inversión realizada en 2016.
- Internet: Es el medio de menor coste. La información llega de manera más personal al receptor y no tiene barreras geográficas. Los ingresos de la publicidad por internet pueden ser de 4 tipos: CPC (Coste por click), CPM (Coste por mil impresiones), CPI (Coste por incidencia) y CPA (Coste por Acción). La inversión en internet en 2017 fue de 1.548,1 millones de €, un 10% más que el año anterior.

¹ Los datos sobre la inversión realizada en los medios publicitarios han sido consultados en Infoadex.

Figura 1. Inversión en medios publicitarios



4. LA REGULACIÓN PUBLICITARIA

En España se constituyó por primera vez la legislación en esta materia publicitaria por la Ley 61/1964, de 11 de junio, definido como el Estatuto de la Publicidad. Hoy en día esta normativa está en desuso ya que ha quedado obsoleta y se ha sustituido por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Este cambio se produjo por la adhesión de España a las Comunidades Europeas, dicha adhesión implicaba actualizar la legislación española en esta materia para que esté en armonía con la comunitaria. Las directrices europeas han servido también como inspiración para establecer normas que solucionen problemas que puedan llegar a surgir en esta materia.

La ley define la publicidad como: “Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.”

El contenido de la Ley está dividido en cuatro Títulos. En los Títulos I y II se establecen las disposiciones generales y las definiciones o tipos de publicidad ilícita. En el Título III, se establecen especialidades de contratos publicitarios que se han considerado interesantes a destacar sobre el fondo común de la legislación civil y mercantil. En el Título IV, figuran las normas de carácter procesal que han de regir en materia de sanción de la publicidad ilícita.

Según el Artículo 3, la publicidad ilícita es la que atenta contra la dignidad de la persona o la que vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución Española. Se incluyen:

- Los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, que utilicen su cuerpo o partes de él como objeto sin ningún tipo de relación con el objeto a anunciar.
- También lo es la publicidad dirigida a menores de edad que les incite a la compra del producto o servicio, aprovechándose de su credulidad o inexperiencia o en la que

aparezcan intentando convencer a sus padres. Tampoco se podrá mostrar a los niños en situaciones peligrosas.

- Se incluye como publicidad ilícita la publicidad subliminal o la que infrinja la normativa que regule la publicidad de determinados productos o servicios.
- La publicidad engañosa, desleal y la agresiva serán consideradas actos de competencia desleal según regula la Ley de Competencia Desleal.

4.1. Asociación de Autorregulación de la comunicación comercial.

En España, en 1995, se creó la asociación sin ánimo de lucro *Autocontrol* (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial). Hoy en día, como su propia página web define, constituye el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria española. Esta asociación está formada por anunciantes, medios de comunicación, agencias de publicidad y asociaciones profesionales y trata de “trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal.

La autorregulación publicitaria surge como consecuencia del compromiso que adopta la industria de responsabilidad social. Por ello, se cumplen ciertos principios y normas que figuran en los códigos de conducta publicitaria. Es la respuesta de la industria a las demandas de la sociedad para poder garantizar la confianza y credibilidad en la publicidad y que la actividad publicitaria se realice de forma veraz, legal, honesta y leal, en beneficio de los consumidores, competidores y del mercado, en general.

La autorregulación beneficia a:

- Consumidores: Ayuda a que la publicidad sea responsable y trata de evitar o corregir incumplimientos de normas legales o deontológicas.
- Empresas: Gracias a la promoción de la publicidad responsable, la confianza de los consumidores en la publicidad aumenta y con ello, la reputación de las marcas.
- Administraciones públicas: 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 (Autocontrol).

De ahí que tantas normas legales sobre la publicidad, protección de consumidores, regulación de medios de comunicación o tratamiento de datos personales en las últimas décadas, hayan reconocido la autorregulación y promovido su fomento.

En Europa, la organización que engloba los organismos nacionales europeos de autorregulación y principales asociaciones que representan a la industria publicitaria desde 1992 es la *European Advertising Standards Alliance (EASA)*. Autocontrol es el Vicepresidente de EASA.

En 2016, Autocontrol fundó el *International Council for Ad Self-Regulation (ICAS)*. Es una plataforma que promueve, una autorregulación publicitaria eficaz y contribuye, así, a que las comunicaciones comerciales sean legales, leales, honestas y veraces.

La autorregulación se considera otro elemento más de la RSC, ya que promueve la ética y honestidad publicitaria lo que promueve, a su vez, la RSC.

Las empresas disponen de índices medidores de las actividades relacionadas con la RSC, es decir, que se comprometan de manera ética con la actividad comercial y con la comunicación y la publicidad. La “Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad” de la *Global Reporting Initiative*, “contiene previsiones específicas en relación con la participación en sistemas de autorregulación publicitaria y con la adhesión a códigos de conducta en este ámbito” (Autocontrol). La última versión publicada de esta guía, en 2013, fomenta la incorporación de información sobre códigos

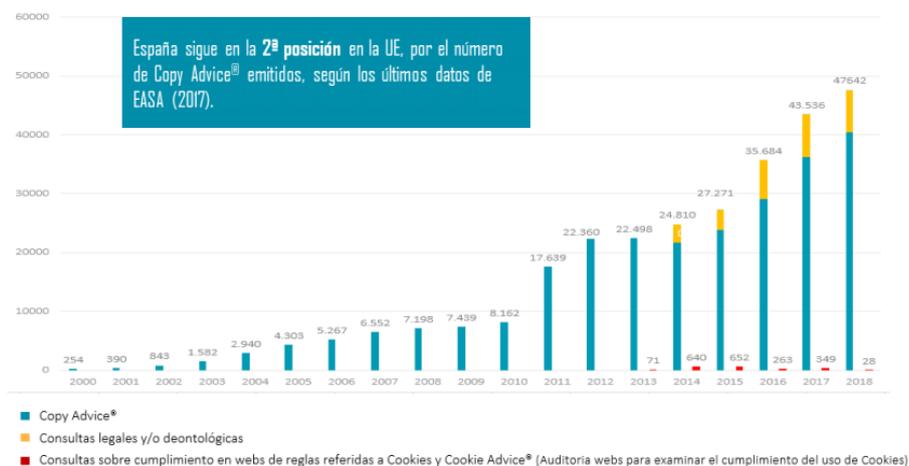
de conducta de las empresas y sobre herramientas que les asesoren para garantizar su cumplimiento.

Es por eso que Autocontrol envía cada año a sus socios un Certificado de RSC que les permite indicar en su Informe Anual de RSC o Memoria de Sostenibilidad que su empresa se compromete éticamente a ejercer responsablemente la libertad de comunicación comercial, participando en el sistema español de autorregulación publicitaria.

La actividad que realizó Autocontrol en 2017 se puede resumir en los siguientes gráficos:

Figura 2. Asesoramiento previo Autocontrol

Asesoramiento Previo: Copy Advice®



Fuente: www.autocontrol.es

La Consulta Previa o Copy Advice® es una herramienta utilizada en la industria publicitaria en España para asegurar que se cumple la normativa y evitar realizar infracciones y hechos que causen mala reputación para la empresa. Desde que el servicio se lanzó, la Asesoría Jurídica de Autocontrol ha atendido más de 224.000 solicitudes.

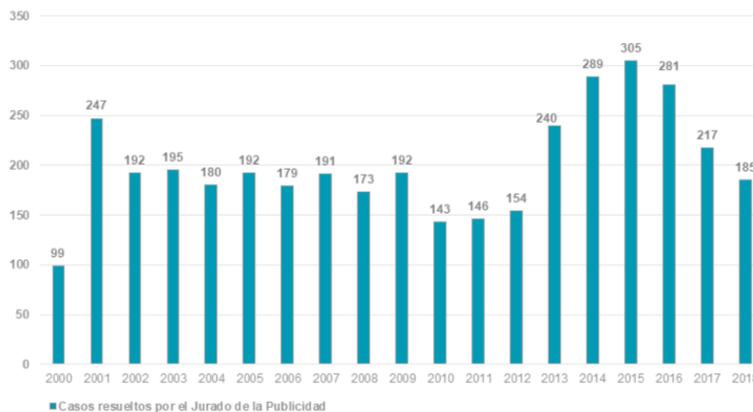
En 2018, 47.642 consultas fueron atendidas por Autocontrol, alrededor de un 10% más que el año anterior. Casi el 77% de esas consultas fueron voluntarias sobre campañas publicitarias antes de su difusión, el resto fueron consultas legales y deontológicas.

Cerca de 14.000 de los Copy Advice® emitidos en 2018, fueron informes de asesoramiento legal de campañas de publicidad online, mientras que más de 10.500 fueron campañas de televisión.

Con respecto a las reclamaciones, el Jurado de la Publicidad, se convirtió en noviembre de 2018 en la primera entidad privada en obtener el reconocimiento público como entidad de resolución alternativa de litigios (ADR), otorgado por la Dirección General de Consumo. Ese mismo resolvió 185 casos (Figura 3).

Figura 3. Reclamaciones presentadas ante Autocontrol.

Control *a posteriori* : Jurado de la Publicidad



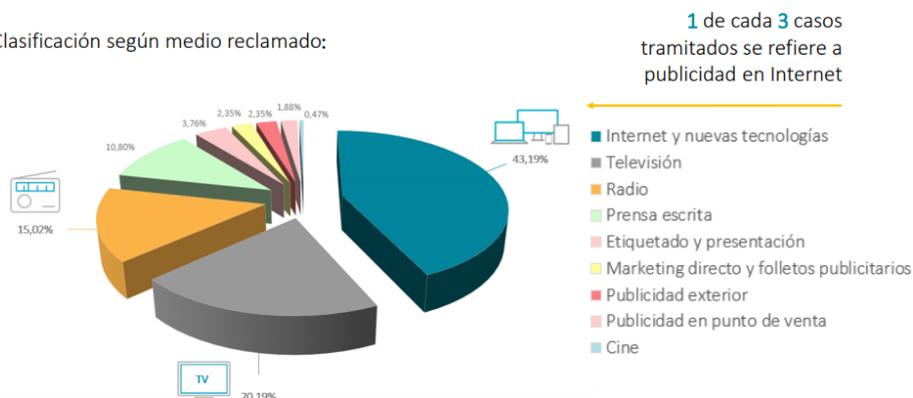
Fuente: www.autocontrol.es

En la figura 4, podemos observar que el medio en el que más reclamaciones se producen es en Internet y nuevas tecnologías con un 43.19%, le sigue la televisión con 20.19%, la radio con el 15.02% y la prensa escrita (10.8%). El resto de los medios mantienen porcentajes de reclamaciones menos significativos.

Figura 4. Clasificación según el medio reclamado.

Control *a posteriori*: Jurado de la Publicidad

Clasificación según medio reclamado:



Fuente: www.autocontrol.es

5. ANÁLISIS DETALLADO DE RESOLUCIONES

Este análisis se basa en una tabla con la información detallada que se encuentra en el Anexo 1.

El análisis realizado se trata de las resoluciones del jurado de Autocontrol desde Mayo del 2018 hasta Agosto del 2019. Casi el 65% de las denuncias fueron estimadas por el jurado. Más del 65% de las reclamaciones fueron presentadas por usuarios particulares, siendo éstos mayoría, mientras que el resto fueron realizadas, en gran medida, por asociaciones de consumo o asociaciones afectadas por ese sector concreto. Los medios

más utilizados afectados por estas reclamaciones son Internet, la página web de la empresa reclamada y la televisión, juntas las 3 representan casi el 63% de los medios reclamados.

Los sectores que más destacan en este análisis son el sector alimenticio que cuenta con el 8,75% de los casos reclamados, el sector farmacéutico con 7,5%, las empresas que se dedican a promocionar productos u ofrecer descuentos online 6,875% y le siguen los sectores de telefonía móvil, automovilístico, clínicas oftalmológicas y empresas del sector textil con el 5% cada uno de ellos.

En cuanto al motivo de las reclamaciones, la mayoría, se deben a reclamaciones por publicidad engañosa ya sea por inducir al error al consumidor o por tratarse de anuncios que no reflejan la realidad. Otra gran cantidad de reclamaciones se deben a que el reclamante considera que la publicidad emitida está dirigida en un horario poco adecuado por su contenido o en entornos en el que cualquier ciudadano podría recibirlo y no es apropiado para los niños, por ejemplo. Las reclamaciones interpuestas por asociaciones de afectados por cirugías oftalmológicas, por ejemplo, son por publicidad que va en contra del principio de veracidad ya que omiten información sobre efectos secundarios o aseguran una eficacia que está demostrada que esas cirugías no tienen.

Algo a destacar es que en el sector de las páginas de internet dedicadas a promociones, ofertas y descuentos las reclamaciones han sido numerosas y todas interpuestas entre abril y mayo de 2019. Todas esas reclamaciones han sido estimadas y obligadas a modificar su publicidad ya que inducían a error al consumidor.

Los sectores que operan exclusivamente en Internet son numerosos entre estas reclamaciones, de ahí que los medios más reclamados sean Internet y las páginas webs oficiales de las empresas. Se tratan de empresas que se dedican a buscar vuelos comparando distintas compañías, casas de apuestas online, escuelas de formación a distancia, agencias de viaje online, buscadores de alojamientos, compradores online de vehículos, prensa online, entre otros.

El sector de la alimentación obtiene muchas reclamaciones, de las cuales el 53,33% han sido estimadas. Gran parte de los casos estimados es que en la publicidad emplearon términos como “saludable” sin ofrecer pruebas de que el producto realmente produjera beneficios a la salud del consumidor.

6. LA PUBLICIDAD EN EL SECTOR DE TELEFONÍA MÓVIL

A continuación, pasaré a analizar en detalle el sector de la telefonía móvil debido a que es uno de los diez sectores que más invierte en publicidad en España y también es uno de los sectores que más reclamaciones recibe mediante Autocontrol.

Ha de tenerse en cuenta que en 2018 la inversión publicitaria en España representó el 1,06% del PIB, lo que se traduce en 12.825,5 millones de euros invertidos.

Figura 6. Inversión publicitaria en medios tradicionales en España en 2018

	ANUNCIANTES	Inversión 2018 (mls €)	Cuota sobre total 2018
1	VOLKSWAGEN GROUP ESPAÑA DISTR., S.A.	86,9	2,3%
2	EL CORTE INGLES, S.A.	85,3	2,3%
3	ORANGE ESPAGNE, S.A.	74,1	2,0%
4	LINEA DIRECTA ASEGURADORA, S.A.	69,9	1,9%
5	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.	69,9	1,8%
6	L OREAL ESPAÑA, S.A.	67,7	1,8%
7	PSAG AUTOMOVILES COMER.ESPAÑA, S.A.	62,6	1,7%
8	MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA, S.A.	58,3	1,5%
9	SEAT, S.A.	49,3	1,3%
10	RENAULT ESPAÑA COMERCIAL, S.A.	47,1	1,2%
11	CIA.SERV.BEB.REFRESC.SL(COCA COLA)	45,7	1,2%
12	TELEFONICA, S.A.U.	43,4	1,1%
13	RECKITT BENCKISER ESPAÑA, S.L.	42,7	1,1%
14	ORGANIZACION NACIONAL CIEGOS ESPAÑ.	42,5	1,1%
15	VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.	42,2	1,1%
16	SAMSUNG ELECTRONIC IBERIA, S.A.	41,0	1,1%
17	FORD ESPAÑA, S.L.	33,5	0,9%
18	SECURITAS DIRECT ESPAÑA, S.A.U.	33,1	0,9%
19	FIAT CHRYSLER AUTOMOB.SPAIN, S.A.	33,0	0,9%
20	OPEL ESPAÑA, S.L.	32,5	0,9%
	TOTAL 20 PRIMEROS	1.060,6	28,1%

Fuente: Infoadex

Entre las 20 empresas que más invirtieron en publicidad en 2018 se encuentran tres compañías de telecomunicación: Orange, en el tercer puesto, invirtió 74,1 millones de euros, lo que supone un 2% de la cuota total; Telefónica, en el duodécimo puesto, invirtió 43,4 millones de euros, el 1,1% de la cuota total; y finalmente, Vodafone en el decimoquinto puesto de la lista, invirtió 42,2 millones de euros y ello supuso el 1,1% de la cuota total de 2018. Ha de tenerse en cuenta que la suma de las 20 empresas que más invierten en publicidad en España supone el 28,1% del total de la inversión publicitaria controlada.

Figura 7. Inversión en publicidad por sectores en España en 2018

	SECTORES	Inversión 2018 (mls €)	% Evolución
1	AUTOMOCION	569,3	10,8%
2	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	461,0	-3,4%
3	FINANZAS	452,8	10,1%
4	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVADOS	347,1	-1,7%
5	BELLEZA E HIGIENE	338,0	2,9%
6	ALIMENTACION	311,5	-2,8%
7	CULTURA, ENSEÑANZA, MEDIOS COMUNICAC.	305,6	-2,8%
8	TELECOMUNICACIONES E INTERNET	286,3	11,1%
9	BEBIDAS	194,8	1,7%
10	TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	194,6	-4,5%
11	JUEGOS Y APUESTAS	130,2	-9,2%
12	SALUD	123,5	-10,3%
13	DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	109,6	-1,3%
14	VARIOS	103,4	-2,4%
15	HOGAR	85,1	12,1%
16	ENERGIA	83,3	12,2%
17	CONSTRUCCION	79,2	7,2%
18	OBJETOS PERSONALES	61,1	-0,7%
19	TEXTIL Y VESTIMENTA	60,7	1,0%
20	LIMPIEZA	49,2	1,9%
21	EQUIPOS DE OFICINA Y COMERCIO	29,9	8,5%
22	INDUSTRIAL, MATERIAL. TRABAJO, AGROPE.	24,9	-0,9%
23	TABACO	0,1	10,9%
	TOTAL INVERSIÓN CONTROLADA	4.401,0	1,9%

Fuente: Infoadex

Entre los 10 sectores que más invierten en España en publicidad se encuentra el sector de Telecomunicaciones e Internet, que ocupa el octavo puesto con 286,3 millones de euros invertidos, este hecho ha supuesto un incremento en la inversión en publicidad en el sector del 11,1%. La suma de los 10 sectores que más invierten supone el 78,6% del total de la inversión publicitaria controlada.

Las empresas de telecomunicación buscan interactuar con el cliente, obtener una respuesta con la publicidad generada. En este sector es muy importante el posicionamiento y la confianza que los consumidores depositan en sus productos ya que es un sector que cambia constantemente, se basan en la innovación.

Movistar Imagenio, por ejemplo, lanzó una campaña publicitaria mediante un banner en la página de inicio del diario EIMundo.es que solicitaba la interacción de los fans de los equipos de fútbol del Real Madrid FC y del FC Barcelona. Los usuarios debían formar parte de una batalla de tweets en la red social Twitter y ver un vídeo de Imagenio Energía. Más de trescientos mil usuarios vieron el vídeo y de media pasaron 53 segundos en el banner cuando lo normal en un spot de televisión es que estén 30 segundos de media.

Figura 5. Banner de Movistar Imagenio.



Fuente: <https://es.slideshare.net/mediosyempresas/publicidad-online-para-telecomunicaciones>

Las compañías de telecomunicación basan su gestión en la innovación por lo tanto la publicidad que emplean va en consonancia con este hecho. Utilizan medios tradicionales para difundir su publicidad pero también aprovechan los avances tecnológicos para ello, como puede ser la publicidad móvil, las redes sociales, anuncios interactivos en YouTube...

Son ocho los casos reclamados a Autocontrol desde Mayo de 2018 hasta Agosto de 2019:

- Mayo 2018. Telefónica móviles España S.A.U. (Tuenti) es reclamada por un usuario particular por un anuncio publicado en la página web de la reclamada. El motivo es que promocionaban la fibra óptica por 7,90€/mes y en letra pequeña se podía leer que la oferta era válida si se adquirían dos líneas, 2,2GB con Fusión #0 pagando 48€/mes. La reclamación fue desestimada ya que era perfectamente legible la letra pequeña y estaba a la vista en el anuncio de la promoción original.
- Septiembre 2018. Vodafone España S.A.U. reclama a Telefónica España S.A.U. por dos anuncios en su página web. En ambos se promociona el paquete de fútbol con internet

por 0€/mes y de manera poco destacada que había que contratar otros productos y pagar 80€/mes. La reclamación fue estimada ya que era contraria al principio de veracidad e induce a error al consumidor. La empresa reclamada debe modificar la publicidad motivo de reclamación.

- Octubre 2018. Usuario particular reclama a Freedompop España S.L. por un banner en el que se promocionaba un teléfono móvil por 19,99€. La reclamación fue estimada porque no indicaba que la promoción estaba sujeta a fecha de vigencia ni número de existencias disponibles.
- Diciembre 2018. Usuario particular interpone una reclamación a Telefónica móviles España S.A.U. (Tuenti) por un anuncio en la página web en la que se promocionan el doble de GB durante 6 meses al contratar 50mB de fibra, 8GB de datos y llamadas ilimitadas por 40€/mes IVA incluido. El reclamante objetaba que las llamadas tenían un coste de establecimiento de 20 céntimos. La reclamación fue desestimada ya que indicaba que la promoción estaba sujeta a disponibilidad geográfica y regulatoria.
- Marzo 2019. Vodafone España S.A.U. reclama a Xfera Móviles S.A.U. (Masmovil) por un anuncio en la página web en el que promocionaba la fibra óptica de 300 mB y llamadas desde teléfono fijo durante 3 meses por 13€/mes. La reclamación fue estimada ya que no indicaba que se debía pagar la cuota de línea por 19,99€/mes.
- Mayo 2019. Dos usuarios particulares ponen una reclamación a Masmovil Intercom S.A. por un anuncio en redes sociales en el que promocionaba fibra óptica, llamadas ilimitadas y datos móviles por 19,99€/mes y el otro anuncio por 10€/mes. Las reclamaciones se estimaron ya que las promociones no indicaban que había que contratar la cuota de línea ni que tenían una duración de 3 meses.
- Julio 2019. Usuario particular reclama a Telefónica móviles España S.A.U. (Tuenti) por un anuncio en su página web en la que ofrecían fibra óptica, línea fija, llamadas ilimitadas a móviles y datos móviles por 40€/mes. La reclamación fue desestimada ya que el reclamante aseguraba que no podía aprovechar esa oferta en su localidad y en la oferta se indicaba que estaba sujeta a disponibilidad geográfica y regulatoria.

7. CONCLUSIONES

Para concluir el presente trabajo, la responsabilidad social corporativa es la base de cualquier acción empresarial. Hemos visto que las empresas más admiradas en España son las que apuestan por la transparencia y muestran sus RSC en su página web corporativa.

La publicidad es la herramienta comunicativa más eficiente que emplean y las leyes en España y Europa se ocupan de regularla para que sea transparente, veraz, legal y honesta al igual que Autocontrol.

De las reclamaciones resueltas por Autocontrol concluyo que, dado que la mayoría son interpuestas por particulares, debería informarse mejor a los consumidores y mostrar por parte de las empresas una actitud más transparente ya que la mayoría de las reclamaciones son porque el particular considera que la publicidad es engañosa y poco fiable.

De las 10 empresas más admiradas en España por su RSC y transparencia, sólo dos empresas forman parte de estas reclamaciones: Inditex y Telefónica. Si las empresas apostaran por la transparencia y tuvieran RSC consistentes, su publicidad también lo serían y los consumidores se sentirían más identificados con sus productos o servicios y el número de reclamaciones disminuiría.

En el sector de telefonía móvil las reclamaciones son abundantes y es que el nivel de competitividad es muy alto entre empresas de ese sector y que son compañías que constantemente están sacando nuevas ofertas y promociones para captar y fidelizar

clientes y su publicidad a pesar de ser pionera, tecnológicamente hablando, no es lo responsable y transparente que debiera, por ello cantidad de particulares reclaman sus anuncios porque se sienten engañados con compañías de este sector.

8. BIBLIOGRAFÍA

ARENS, W. (2000). *Publicidad*. 7ª ed. México: McGrawHill.

RODRIGUEZ DEL BOSQUE, I; SUÁREZ VÁZQUEZ, A; GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2008). *Dirección publicitaria*. 1ª ed. España: Editorial UOC.

DE LA CUESTA, M. (2004). *El Porqué de la Responsabilidad Social Corporativa*. Boletín económico de ICE.

URTEAGA, E. (2013). *La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias*. Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.

NAVARRO GARCÍA, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica*. 2ª ed. España: ESIC Editorial.

NIETO ANTOLÍN, M.; FERNÁNDEZ GAGO, R. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa: La última innovación en management*. Universia Business Review.

<http://www.mitramiss.gob.es/ficheros/rse/documentos/eerse/EERSE-Castellano-web.pdf>

<https://www.autocontrol.es/autorregulacion-publicitaria-2/#ap-rsc>

<https://www.infoadex.es/home/>

<http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>

<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/%C2%BFhacemos-publicidad-responsable>

<https://www.autocontrol.es/>

<https://www.autocontrol.es/resoluciones-del-jurado/>

<https://es.slideshare.net/mediosyempresas/publicidad-online-para-telecomunicaciones>

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/estudio-infoadex-graficos-2019>

ANEXO

Tabla Anexo 1. Resoluciones de reclamaciones en Autocontrol.

FECHA	RECLAMANTE	RECLAMADO	MEDIO	SECTOR	MOTIVO	ESTADO
may-18	Publicidad responsable y Autocontrol ASACIR	Laservisión Clínica Oftalmológica S.L.	Página web	Oftalmológico	Cirugías sin herida. Córnea intacta.	Estimada
may-18	ASACIR	Clínica Baviera S.A.	Página web Folleto	Oftalmológico	El paciente volverá a ver perfectamente.	Estimada
may-18	ASACIR	Groupalia Compra Colectiva S.L.	Página web	Oftalmológico	El paciente volverá a ver perfectamente.	Estimada
may-18	AUTOCONTROL	Vacaciones Edreams S.L.	Página web	Buscador y reserva online de vuelos	Promoción sobre precio de vuelo sin mencionar métodos de pago.	Estimada
may-18	Particular	Toyota España S.L.U.	Varios medios	Automóvil	Batería autorrecargable	Desestimada
may-18	ASACIR	Clínica Oftalmológica Iradier S.L.	Página web	Oftalmológico	El tratamiento no modificará futuras intervenciones	Estimada
may-18	ASACIR	Clínica Coro S.A.	Página web	Oftalmológico	Visión 100% nítida	Estimada
may-18	ASACIR	Oftalmología Vistahermosa	Página web	Oftalmológico	El tratamiento no induce desprendimiento de retina, cataratas, claucoma...	Estimada
may-18	AUTOCONTROL	Servicio de Información sobre los Ficheros de Morosos S.L.U.	Internet	Morosidad	Solicitud de datos gratuita. Cobraban la llamada.	Estimada
may-18	Particular	Telefónica Móviles España S.A.U.	Página Web	Telefonía	Promoción sobre fibra óptica con letra pequeña	Desestimada
may-18	Asociación de Consumidores Torre Ramona Aragón	Dental Global Management S.L.	Televisión Redes Sociales	Odontológico	Tratamiento no requiere la realización de análisis médico previo.	Desestimada

may-18	Particular	DoYouSpain Internet Holidays S.L.	Página web	Alquiler de coches online	Reserva de coche con posibilidad de modificación	Desestimada
may-18	Beiersdorf S.A.	Colgate-Palmolive España S.A.	Etiquetado	Higiene personal	Desodorante sin aluminio	Estimada
			Televisión			
			Internet			
may-18	Particular	Equipo IVI S.L.	Televisión	Fertilidad	"Tu bebé nacerá o te devolvemos el dinero"	Desestimada
			Internet			
may-18	ASACIR	Groupalia Compra Colectiva S.L.	Página web	Oftalmológica	Solución definitiva a la miopía, hipermetropía y astigmatismo	Estimada
jun-18	Particular	Promofarma Ecom S.L.	Página web	Farmacéutica	Promoción de productos	Estimada
jun-18	Particular	Perrigo España S.A.	Internet	Dietética	Promoción comercial de productos con finalidad sanitaria	Desestimada
jun-18	AUC	Suplementos Solgar S.L.	Prensa	Dietética	Productos naturales	Estimada
jun-18	ASACIR	Clínica Oftalmológica Orduna	Página web	Oftalmológica	Los pacientes no padecen halos en visión nocturna	Estimada
jun-18	AUC	Suplemento Solgar S.L.	Prensa	Farmacéutica	Productos nutricionales sin autorización	Estimada
jul-18	Particular	Worten España Distribución S.L.	Internet	Electrónica	Promoción de productos egañosa	Estimada
jul-18	Particular	Bakery Donuts Iberia S.A.U.	Publicidad en vehículo	Alimentación	Publicidad subliminal fuera de una residencia estudiantil	Desestimada
Septiembre 2018	Vodafone España S.A.U.	Telefónica de España S.A.U.	Página web	Telefonía	Paquete de internet y televisión con letra pequeña	Estimada

Publicidad responsable y Autocontrol

sep-18	Particular	Kovyx Outdoor S.L.	Página web	Mobiliario	Producto fácil de montar	Estimada
sep-18	Particular	Oscaro Recambios S.L.	Página web	Accesorios de vehículos	Promoción de producto engañosa	Estimada
sep-18	Particular	Xoquins	Publicidad estática exterior	Marroquinería	Descuentos por mudanza, durante 6 años	Estimada
sep-18	Particular	SAT de la marca S.L.	Página web	Arrendamiento propiedad intelectual	Servicio técnico oficial de Balay, no lo era.	Estimada
sep-18	Iberdrola Clientes S.A.U.	EDP España S.A.U.	Televisión	Energético	"Mejor centro de atención al cliente".	Estimada
			Prensa			
			Página web			
sep-18	Particular	Carethy Ecommerce S.L.	Página web	Farmacéutica	Gastos de envío gratuitos	Estimada
sep-18	Nestlé España	Kellogs España S.S.	Etiquetado	Alimentación	Trigo 100% integral	Desestimada
sep-18	Restaurantes McDonald's S.A.U.	Burger King España S.A.	Redes Sociales	Comida rápida	Comparativa con la competencia	Estimada
sep-18	Particular	Punto Fa S.L.	Página web	Textil	La prenda no se corresponde con la de la web	Estimada
sep-18	Particular	Telepizza S.A.U.	Televisión	Comida rápida	Oferta 2x1	Desestimada
			Página web			
sep-18	Particular	Idilia Foods S.L.	Televisión	Alimentación	Denigrante para la raza negra	Desestimada
sep-18	Particular	Mondelez España Services S.L.U.	Televisión	Alimentación	Peligroso comportamiento para los niños	Estimada
sep-18	iRobot Corporation	Cecotec Innovaciones S.L.	Punto de venta	Electrodoméstico	Diseñado en España	Estimada
			Internet			

sep-18	Particular	Mutua Madrileña	Televisión	Seguros	Oferta de precio engañosa	Estimada
oct-18	Nestlé España S.A.	Danone S.A.	Varios medios	Alimentación	Leche de continuación en alimentos	Estimada
oct-18	Particular	Volkswagen Group España Distribución S.A.	Internet	Automóvil	Mantenimiento gratis para las 600 primeras unidades vendidas	Estimada
oct-18	Particular	Volkswagen Group España Distribución S.A.	Internet	Automóvil	Mantenimiento gratis para las 600 primeras unidades vendidas	Estimada
oct-18	Particular	Vueling Airlines S.A.	Correo electrónico	Aerolíneas	Entradas gratis para Disneyland Paris	Estimada
oct-18	Particulares (18)	Universal Music Spain S.L.U.	Internet	Entretenimiento	Último concierto de la gira de OT	Estimada
oct-18	AUC	Patatas Hijolusa S.A.	Radio	Alimentación	Patatas saludables	Estimada
oct-18	Particular	Hillside España Leisure S.S.	Televisión	Casa de apuestas online	Horario no permitido para publicidad sobre el juego	Desestimada
oct-18	Particular	Hillside España Leisure S.A.	Televisión	Casa de apuestas online	Horario no permitido para publicidad sobre el juego	Desestimada
oct-18	Particular	Compañía de Iniciativas y Espectáculos S.A.	Correo electrónico	Cine	2x1 entradas	Estimada
oct-18	Particular	Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.L.	Televisión	Bebidas	Anuncio poco apropiado para niños	Desestimada
oct-18	AUC	Dulcesol S.L.	Prensa	Bebidas	Productos "energizantes" y "relajantes" sin autorización	Estimada
oct-18	Particular	Freedompop España S.L.	Internet	Telefonía móvil	Teléfono móvil por 19,99€	Estimada

Publicidad responsable y Autocontrol

nov-18	AUTOCONTROL	Digital Distribution Management Ibérica S.A.	Publicidad Exterior	Casa de apuestas online	Publicidad llamativa para menores	Estimada
nov-18	Stage Entertainment España S.L.	SOM 2011 S.L.	Anuncios	Espectáculos	“Número 1 de la crítica”	Estimada
nov-18	Asociación de Acceso Justo al Medicamento	Faes Farma S.A.	Prensa	Farmacéutica	No indicar los efectos secundarios	Desestimada
nov-18	Particular	DISA Corporación Petrolífera S.S.	Televisión	Carburante	Anuncio no apropiado en horario infantil	Desestimada
nov-18	AUC	Maxxium España S.L.	Prensa	Bebidas Alcohólicas	Anuncio sin incluir mensaje de consumo responsable	Estimada
dic-18	Ferring S.A.U.	Merck S.L.U.	Material promocional	Farmacéutica	Mejora en la recuperación de ovocitos de los pacientes	Estimada
dic-18	Particular	Reckitt Beckinser España S.L.	Televisión	Preservativos	Discriminatorio	Desestimada
dic-18	Biogen Spain S.L.U.	Sanofi-Aventis S.A.	Material promocional	Farmacéutico	Cierto compuesto es el único tratamiento para la esclerosis múltiple que no está contraindicado para embarazadas	Estimada
dic-18	AUC	Alain Afflelou España S.A.U.	Televisión	Óptico	Persona famosa no puede promocionar artículos para la salud	Estimada
			Página web			

dic-18	Particulares (3)	Netflix International B.V.	Publicidad exterior	Entretenimiento	Publicidad no apta para menores	Desestimada
dic-18	Particular	Vamancia S.L.U.	Correo electrónico	Tasación coches online	Pago en 24h	Desestimada
dic-18	Particular	Punto FA S.L.	Televisión	Textil	Menosprecio de agresión sexual hacia los hombres	Desestimada
dic-18	Asociación de Consumidores en Red	Procter & Gamble España S.A.	Internet	Cuidado personal	Discriminatoria contra las mujeres	Estimada
dic-18	Particular	Mifarma Tienda Online S.L.	Internet	Farmacéutica	Cupón 6€ de descuento en la primera compra	Estimada
dic-18	Lactalis Puleva S.L.U.	Danone S.A.	Televisión	Alimentación	"Reducción del colesterol de forma 100% natural"	Estimada
			Etiquetado			
dic-18	Particular	Toyota España S.L.U.	Televisión	Automóvil	Vehículos híbridos autorrecargables	Desestimada
dic-18	Particular	Telefónica Móviles España S.A.U.	Página web	Telefonía móvil	Promoción con llamadas ilimitadas	Desestimada
ene-19	Particular	Stradivarius España S.A.	Internet	Textil	El vestido anunciado no coincide con el vendido	Estimada
ene-19	Particular	Kerimet S.L.	Página web	Agencia de viajes	Incitación al consumo de alcohol	Estimada
ene-19	Particular	Lidl Supermercados S.A.U.	Varios medios	Alimentación	Promoción de producto engañosa	Desestimada
ene-19	Particular	Ruralka Hoteles con Estilo Propio S.L.	Folleto	Alojamiento	Desayuno completo	Estimada

Publicidad responsable y Autocontrol

ene-19	Particular	María Goretti Eceiza de la Varga	Folleto	Alojamiento	Desayuno completo	Estimada
ene-18	AUC	Vichy Catalán Corporation	Página web	Bebidas	Previene el envejecimiento cerebral	Estimada
ene-19	Particular	Bintech Advisers S.L.	Página web	Consultoría empresarial	Entidad oficial del gobierno de EEUU	Estimada
ene-19	Particular	Metro Madrid S.A.	Varios medios	Transporte público	Llega siempre a tiempo	Desestimada
ene-19	Particular	Vueling Airlines S.A.	Internet	Aerolíneas	Vuelos desde 19,99€	Estimada
ene-19	AUC	Colchonería Cuesta	Folleto	Colchonería	Falta de número de existencias de la promoción	Estimada
ene-19	Particular	Punto FA S.A.	Correo electrónico	Textil	Todo al 30% de descuento	Estimada
ene-19	Particulares	888 Spain PLC	Televisión	Casa de apuestas online	Conductas repetitivas y descontroladas	Estimada
feb-19	Particular	Vamancia S.L.U.	Correo electrónico	Tasación coches online	Tasación por 1139€	Desestimada
feb-19	Particular	Punt Roma S.L.	Página web	Textil	Devoluciones a tienda gratis	Estimada
feb-19	Gilead Sciences S.L.U.	Laboratorios ViiV Healthcare S.L.	Folleto	Farmacéutica	Publicidad no compatible con la ficha técnica de los dos fármacos	Estimada
feb-19	Particular	Asesoría Inmobiliaria Blue Home S.L.	Publicidad exterior	Inmobiliaria	"Inmobiliaria nº1 en ventas de la zona"	Estimada
feb-19	AUTOCONTROL	Alimentos Preparados Naturales S.L.	Etiquetado	Alimentación	Silueta de un corazón junto a la leyenda "sin conservantes"	Estimada
feb-19	Particular	Traveltino 2009 S.L.	Página web	Agencia de viaje online	Cancelación o modificación gratuita	Estimada

feb-19	Particular	Fiat Chrysler Automobiles Spain S.A.	Correo electrónico	Automóvil	Oferta de un vehículo por un precio y en el concesionario era superior	Estimada
feb-19	Particular	Amazon EU Sarl Sucursal en España S.L.	Televisión	Venta online	Anuncio de juguetes por el día de Reyes	Desestimada
feb-19	Particular	Idealista S.A.	Televisión	Inmobiliaria online	Atenta contra la dignidad de los hombres	Desestimada
feb-19	Particular	Doyouspain Internet Holidays S.L.	Internet	Alquiler online vehículos	EL alquiler del vehículo incluye seguro completo, entre otras cosas.	Estimada
mar-19	Vodafone España S.A.U.	Xfera Móviles S.A.U.	Página web	Telefonía móvil	Oferta de fibra y llamadas desde fijo durante 3 meses	Estimada
mar-19	Particular	Bingosoft P.L.C.	Televisión	Juego online	Anuncio emitido en horario infantil	Desestimada
mar-19	Particular	Booking.com B.V.	Página web	Alojamiento online	Habitación con camas de 90-130 cm	Estimada
mar-19	Particular	Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE)	Televisión	Juego	Anuncio dirigido a menores de edad	Desestimada
mar-19	Particular	Feu Vert Ibérica S.A.	Folleto	Accesorios automóvil	Neumáticos de clase E y C de eficiencia energética con fondo de color verde	Estimada
mar-19	Particular	Karavel SAS	Correo electrónico	Cruceros	Crucero desde 79€	Estimada
mar-19	Particular	HRA Pharma Iberia S.A.	Televisión	Farmacéutica	Contraria al decoro social, buen gusto y buenas costumbres	Desestimada
mar-19	Toys R us Iberia S.A.	Toys Centre S.L.	Publicidad exterior	Juguetería online	“Juguetería online nº1”	Estimada

Publicidad responsable y Autocontrol

mar-19	Particulares y Asociación Teatro de Conciencia	Damm S.A.	Televisión	Bebidas alcohólicas	Incitación a la violencia	Desestimada
mar-19	Particular	Compañía de Inicitivas y Espectáculos S.A.	Publicidad en el cine	Cine	Anuncios excesivamente largos	Desestimada
mar-19	Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas	DKV Seguros y Reaseguros S.A.U.	Prensa	Seguros	Falsas afirmaciones sobre el azúcar	Estimada
mar-19	Asociación por un Acceso Justo al Medicamento	Arafarma Group S.A.	Página web	Farmacéutica	Publicidad sin indicar que los medicamentos deben ser prescritos por un médico. Apartados en la web de medicamentos y complementos alimenticios, sin especificar qué producto pertenece a qué categoría	Estimada
mar-19	Particular	Panda Security S.L.	Internet	Antivirus	Ofertas solo disponibles 24h o 48h.	Estimada
mar-19	Asociación por un Acceso Justo al Medicamento	Apotex España S.L.	Página web	Farmacéutica	Publicidad de medicamentos sin autorización de comercialización	Estimada
abr-19	Particular	Smarter Travel Media LLC	Internet	Viajes online	Ofertas desde 30€ en vuelos de ida y vuelta	Estimada
abr-19	Particular	Amecis Creaciones Digitales S.L.	Correo electrónico	Descuentos online	Ofertas y muestras gratuitas	Estimada

abr-19	Particular	Roiandco Consulting S.L.	Internet	Descuentos online	Tarjeta regalo de 300€ para Amazon solo por registrarte	Estimada
abr-19	Particular	Digital Link Marketing S.L.	Internet	Descuentos online	10€ en Amazon al iniciar la app por primera vez	Estimada
abr-19	Particulares (2)	Serendipia	Internet	Descuentos online	Tarjeta regalo de 300€ para Amazon solo por registrarte	Estimada
abr-19	Particular	iAhorro Business Solutions S.L.	Redes sociales	Productos financieros	Búsqueda de tarjeta de crédito personal rápido y gratis	Estimada
			Internet			
abr-19	Particular	Sixt Rent a Car S.L.U.	Televisión	Alquiler coches	Contraria a la dignidad de las personas que se llaman Vanessa	Desestimada
			Redes Sociales			
abr-19	Particular	Robert Bosch España S.L.U.	Página web	Reparación automóvil	Código de Amazon por 5€ al registrarte en la página web	Desestimada
abr-19	Particular	Centros Comerciales Carrefour S.A.	Oferta promocional	Alimentación	Oferta de café antes 3€, ahora 2,39€. Café descafeinado (sin oferta) 2,39€	Estimada
abr-19	Particular	J. García Carrión S.A.	Televisión	Alimentación	Cero residuos. Cero consumo neto de agua. Cero emisiones contaminantes.	Desestimada
abr-19	AUTOCONTROL	Freudenberg Home and Cleaning Solution Ibérica S.L.U.	Internet	Limpieza del hogar	"Si no te gusta Vileda Turbo, te devolvemos el dinero"	Desestimada
abr-19	Particular	Auto Europe Deutschland GmbH	Internet	Alquiler coches	Alquiler de coches desde 2€/día	Estimada

Publicidad responsable y Autocontrol

abr-19	Particular Girowebs	Página web	Página web	Descuentos online	Muestras gratis de diferentes productos	Estimada
abr-19	AUC	Pranamat Sales&Marketing	Prensa	Artículos para yoga	Publicidad de productos con poderes terapéuticos	Estimada
			Internet			
abr-19	Particular	Worten España Distribución S.L.	Oferta en establecimiento	Electrónica	Promoción mes sin IVA	Desestimada
abr-19	Particular	Asociación Greenpeace España	Televisión	ONG	Anuncio no apto para menores	Desestimada
may-19	Particular	Masmovil Ibercom S.A.	Redes sociales	Telefonía móvil	Fibra y llamadas ilimitadas por 19,90€/mes	Estimada
may-19	Particular	Binary Subject S.A.	Redes sociales	Productos de impresión	500 tarjetas de visita 6,99€. En pequeño pone: +IVA.	Estimada
may-19	Particular	Masmovil Ibercom S.A.	Redes sociales	Telefonía móvil	Fibra 10€/mes	Estimada
may-19	Particular	Unidad Editorial (Marca)	Prensa online	Prensa deportiva	Artículos sobre el Mundial de Fútbol Qatar 2022 y un nuevo torneo internacional de clubes.	Desestimada
may-19	Particular	Apartum Booking S.L.	Redes sociales	Alojamientos online	Apartamentos desde 39€	Desestimada
may-19	Particular	Wayna Aero S.L.	Redes sociales	Agencia de viajes online	Europa desde 150€	Desestimada
may-19	Particular	Soydechollos.com	Internet	Descuentos online	10€ de regalo al registrarte en la web. Por la compra de cheque regalo en Amazon de 50€ o más te regalan 5€.	Estimada

may-19	Particular	Serendipia	Internet	Descuentos online	Tarjeta de regalo 50€ Amazon o Repsol	Estimada
may-19	Particular	Iberia Líneas Aéreas de España S.A.	Internet	Aerolíneas	Vuelos a Puerto Rico desde 250€	Desestimada
may-19	Particular	Serendipia	Internet	Descuentos online	1000€ en Zalando por suscribirse.	Estimada
may-19	Particular	Yelmo Films S.L.	Publicidad en el cine	Cine	Anuncios no aptos para menores	Estimada
may-19	Particular	Serendipia	Internet	Descuentos online	Móvil gratis al hacer click en el banner	Estimada
may-19	Particular	Serendipia	Internet	Descuentos online	Cámara de fotos gratis al hacer clic en el banner	Estimada
may-19	Particular	Limiñana y Botella S.L.	Publicidad exterior	Bebidas alcohólicas	Atenta contra la dignidad de las mujeres	Desestimada
may-19	Particular	Kayak Europe GMBH	Internet	Búsqueda de vuelos online	Alojamiento en Madrid desde 10€ la noche	Estimada
may-19	Particular	Pullmantur S.A.	Internet	Cruceros	Crucero por las Islas Canarias desde 339€	Estimada
may-19	Particular	Nestlé España S.A.U.	Internet	Alimentación	Prueba gratis de un producto	Desestimada
may-19	Particular	Perform Media Spain S.L.U.	Internet	Actividades deportivas	Suscripción por 4,99€/mes	Desestimada
may-19	Particular	Dondear Viajes S.L.	Página web	Agencia de viajes online	Viajes a Jamaica 1190€/persona o 2380€/pareja	Desestimada
may-19	Asociación de Consumidores en Red	Unilever España S.A.	Televisión Internet	Cuidado personal	Desodorante y gel de ducha que bajan la temperatura corporal 6°C	Estimada
may-19	Particular	AQ Acentor Development S.L.	Página web	Inmobiliaria	Reparaciones en viviendas ágil y personalizado	Desestimada

Publicidad responsable y Autocontrol

may-19	Asociación de Usuarios de la Comunicación	Productos Naturales de Canarias S.L.	Prensa	Cuidado personal	Los productos contienen propiedades saludables	Estimada
may-19	AUTOCONTROL	Conservas Baigorri de Luis S.L.	Etiquetado	Alimentación	Imagen de unos espárragos de distinto tamaño a los del interior	Estimada
may-19	Particular	Vueling Airlines S.A.	Redes Sociales	Aerolíneas	50.000 plazas desde 16,99€	Desestimada
may-19	Particular	Uriach Consumer Healthcare S.L.	Televisión	Alimentación	Publicidad subliminal	Desestimada
may-19	AUC	Media Saturn Admón España S.A.U.	Página web	Electrónica	Día sin IVA en MediaMarkt	Desestimada
may-19	Particular	El Corte Inglés S.A.	Internet	Supermercado	Cupón 10€ de descuento cada mes al registrarse familias numerosas	Estimada
may-19	AUC	Aperitivos Medina 3 S.L.	Prensa	Alimentación	Snack saludable	Estimada
may-19	Particular	Casería la Infiesta	Internet	Alojamiento	Distancia entre el hotel y la estación de esquí dudosa	Desestimada
may-19	Particular	Casi Nuevo Kids S.L.	Internet	Textil	Prendas de vestir desde 1,95€	Desestimada
may-19	Particular	Gold Car Spain S.L.U.	Página web	Alquiler vehículos	Cancelación gratuita	Desestimada
may-19	Particular	Woods & Go Design, S.L.	Internet	Electrodomésticos	Cafetera 49,95€	Estimada
may-19	Particular	Lookiero Style S.L.	Redes sociales	Textil	Devolución gratuita	Estimada
may-19	Particular	Meliá Hotels International S.A.	Redes sociales	Alojamiento	Noche de hotel desde 87€	Estimada

may-19	Particular	Adperformer Ltd.	Internet	Buscador y reserva online de vuelos	Vuelos desde 9€	Estimada
jun-19	Particular	Procter & Gamble España S.A.	Televisión	Cuidado personal	Publicidad discriminatoria	Desestimada
jun-19	Particular	Perrigo España S.A.	Televisión	Dietética	Publicidad inapropiada para el horario infantil	Desestimada
jun-19	Particular	Autoferbar S.A.	Correo electrónico	Venta automóviles	Primera revisión del vehículo gratuita	Estimada
jun-19	Particular	Herbalife International de España S.A.	Redes sociales	Dietética	Publicidad ilegal. Contraria al principio de protección de la salud.	Desestimada
jun-19	AUTOCONTROL	Centro de Estudios Superiores ISED S.L.	Página web	Formación académica	Curso online en osteopatía pediátrica que podría asociarse a capacidades propias de la fisioterapia	Desestimada
jun-19	AUTOCONTROL	Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales S.A.U.	Página web	Formación académica	Curso online que podría asociarse a capacidades propias de la fisioterapia	Estimada
jun-19	Particular	C&A Modas S.L.U.	Internet	Textil	Publicidad de un vestido que en la web no está	Estimada
jun-19	Autoergon 2002 S.L.	Groupalia Spain S.L.U.	Internet	Descuentos online	Promoción de una maquina de ejercicio con nombre ya registrado	Estimada
jun-19	AUC	Laboratorios Ynsadiet S.A.	Radio	Dietética	Producto con propiedades saludables	Estimada
jun-19	Particular	BMW Ibérica S.A.	Página web	Automóvil	Vehículo desde 150€/mes	Estimada

Publicidad responsable y Autocontrol

jul-19	Particular	Teléfono Móviles España S.A.U.	Página web	Telefonía móvil	Oferta de fibra y llamadas sujetas a disponibilidad geográfica	Desestimada
jul-19	Particular	Homserve Spain S.L.	Redes Sociales	Electrodoméstico	Revisión del aire acondicionado gratis	Desestimada
jul-19	Particular	Clínica Vie et Santé	Correo electrónico	Medicina estética	Envío de información publicitaria sin consentimiento previo	Estimada
jul-19	Particular	Gigabyte Technology España S.L.	Folleto	Electrónica	"Deja tu opinión y gana un regalo gratis"	Estimada
jul-19	AUTOCONTROL	Vacaciones Edreams S.L.	Página web	Buscador y reserva online de vuelos	Vuelos a cierto precio. Posteriormente había que registrarse	Estimada
jul-19	Particular	Heineken España S.A.	Publicidad exterior	Bebidas alcohólicas	Publicidad inadecuada para público infantil	Desestimada